

## RESOLUCIÓN 1508 DE 2009

(diciembre 31)

Diario Oficial No. 47.592 de 14 de enero de 2010

### COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN

Por la cual se adopta el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, se precisa el carácter de su fuerza vinculante y se trazan los mecanismos y criterios básicos para la implementación y seguimiento del plan.

#### Resumen de Notas de Vigencia

##### NOTAS DE VIGENCIA:

- Modificada por la Resolución 380-00163-4 de 2010, publicada en el Diario Oficial No. 47.627 de febrero de 2010, 'Por la cual se corrige la Resolución [1508](#) de diciembre 31 de 2009, que adopta el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, se precisa el carácter de su fuerza vinculante y se trazan los mecanismos y criterios básicos para la implementación y seguimiento del plan'

#### LA JUNTA DIRECTIVA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN,

en ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas por los literales a) y h) del artículo 12 del artículo [12](#) de la Ley 182 de 1995 y conforme a lo dispuesto en Sesión Extraordinaria del día 30 de diciembre de 2009, mediante Acta número 1575, y

##### CONSIDERANDO:

- Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos [76](#) y [77](#) de la Constitución Política, la interconexión en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión está a cargo de un organismo público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen de funcionamiento que a dicho organismo se le confirió la competencia para desarrollar y ejecutar los planes y programas en el servicio de televisión y la dirección de la política que en esta materia determine la ley;
- Que conforme lo dispone el artículo [30](#) de la Ley 182 de 1995, el organismo al que se refieren los artículos [76](#) y [77](#) de la Constitución Política se denomina Comisión Nacional de Televisión;
- Que de acuerdo con las funciones asignadas a la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), por el artículo [50](#) de la Ley 182 de 1995, en desarrollo de su objeto social, le corresponde a la Entidad: Diseñar y desarrollar la política general del servicio de televisión determinada en la Ley y velar por su cumplimiento, la cual podrá realizar los actos que considere necesarios para preservar el espíritu de la ley;
- Que en concordancia con los artículos [10](#) y [113](#) de la Constitución Política, Colombia es un Estado unitario de Derecho organizado en forma de República Unitaria y que los diferentes órganos del Estado tienen competencias separadas pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines.
- Que de conformidad con el principio de la planeación participativa y los criterios de concurrencia, complementariedad y subsidiariedad formulados en la Ley [152](#) de 1994 que orientan la Planeación Nacional y que constituye un mandato legal aplicable a los procesos de planeación de la Nación, las Entidades y los organismos del Estado de todo orden, la Comisión Nacional de Televisión realizó procesos participativos de consulta en diversas regiones del país, mediante convocatoria pública a los agentes del sector y los interesados en el servicio público de televisión.

– Que por mandato expreso del literal h) del artículo 5o de la Ley 182 de 1995, la Comisión Nacional tiene entre sus funciones la de formular los planes y programas sectoriales para el desarrollo de los televisión.

– Que la CNTV adelantó un proceso de socialización y consulta a nivel nacional del proyecto de Plan de Desarrollo, cuyos resultados fueron sometidos a consideración de la Junta Directiva por parte de la Oficina de Planeación mediante memorando 20092400139443 de diciembre 9 de 2009.

– Este proceso se realizó en el segundo semestre del año 2009 mediante los “Foros de Socialización 2013”, en siete ciudades capitales del país: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Manizales, Medellín y Montería.

Esta socialización arrojó valiosa información. Los asistentes llenaron una encuesta sobre 40 temas relacionados con los objetivos del Plan de Desarrollo 2010-2013. Dichos objetivos fueron posteriormente analizados en mesas de trabajo donde se recogieron todas las opiniones, sugerencias, quejas y propuestas planteadas.

– Que la Junta Directiva de la CNTV, una vez surtido el proceso de socialización y discusión y con el concepto de la Oficina de Planeación, en sesión del 30 de diciembre de 2009, según consta en el acta, adoptó el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013.

Que en mérito de lo expuesto,

RESUELVE:

ARTÍCULO 1o. ADOPCIÓN DEL PLAN. Adoptar el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013.



ARTÍCULO 2o. OBJETIVOS DEL PLAN. El Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, tiene los siguientes objetivos:

1. Promover el acceso universal al servicio de la televisión
2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión
3. Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión
4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público por parte de los agentes del sector



ARTÍCULO 3o. EJES QUE DETERMINAN LA TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEA. Las tendencias más importantes en la industria de la televisión, y que por tanto determinan su desarrollo presente y futuro, son las siguientes:

1. Contenidos, derecho a la información y responsabilidad social de la televisión

La Constitución Política colombiana declara que los medios de comunicación son libres pero tienen responsabilidad social. Para algunos expertos, la responsabilidad social de los medios se basa en su capacidad para construir una imagen de la sociedad y de los individuos que contribuya a la formación cultural. Por lo tanto, es necesario que exista una mayor integración entre la responsabilidad social de los medios de comunicación y los contenidos de los mismos.

De allí la importancia de que en la relación que establecen el Estado, los medios, los ciudadanos y los

organizaciones, se construya un justo equilibrio entre la libertad de información, la responsabilidad medios de comunicación y la producción y emisión de los contenidos de la televisión.

## 2. Convergencia y globalización de los servicios de telecomunicaciones

La convergencia de contenidos, plataformas y canales de distribución está produciendo cambios en la industria audiovisual. Los sistemas de televisión por cable, que antiguamente sólo se utilizaba contenido de radiodifusión, hoy se están transformando en redes interactivas que ofrecen video por acceso Internet de banda ancha y telefonía. La nueva oferta típica de los operadores consiste en un servicios TIC.

## 3. Integración vertical y horizontal de la industria de televisión

Los cambios en la estructura de mercado le permiten a las empresas atraer el interés de los usuarios nuevos mercados, además de consolidar los actuales, aprovechando las economías de escala que por integración de medios y la interacción entre ellos. A su vez, las economías de escala se traducen en eficiencia, en la medida en la que el contenido que anteriormente se producía y diseñaba para un medio puede ser distribuido por varios medios de transmisión. Lo mismo ocurre con los gastos de publicidad diseñarse desde una perspectiva multimedial para maximizar su impacto.

## 4. La televisión como unidad económica, social, cultural y tecnológica

El considerar la televisión como una unidad genera una particular responsabilidad en el diseño de políticas para el sector, ya que no es posible ver a la televisión como un asunto solamente económico, tecnológico o comunicacional, sin tener en cuenta sus recíprocos impactos tecnológicos, económicos, sociales, culturales y políticos.



**ARTÍCULO 4o. PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL PLAN.** El Plan de Desarrollo de la Televisión establece los programas y proyectos que se enuncian a continuación y que se describen y precisan en el documento Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, documento que se incorpora y hace parte integral de la presente Ley y que se publicará en su versión final en la página web de la Entidad:

Objetivo 1. Promover el acceso universal al servicio de la televisión

Programa: Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías

Programa: Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de televisión

Programa: Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

Programa: Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión

Objetivo 2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión

Programa: Control y vigilancia de los contenidos de televisión

Programa: Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes

Programa: Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión

Objetivo 3. Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

Programa: Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión

Programa: Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria

Programa: Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de la televisión

Programa: Mantener información actualizada de la industria de la televisión

Objetivo 4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público por otros agentes del sector

Programa: Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo

Programa: Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales

Programa: Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión

Programa: Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro



ARTÍCULO 5o. CRITERIOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN. Las tareas que se adelanten en ejecución del Plan de Desarrollo de la Televisión, se rigen por los principios de consistencia, prioridad del gasto público social, continuidad de las acciones, participación y control social, sustentabilidad ambiental, desarrollo armónico de las regiones, con el objeto de garantizar la formulación, aprobación, ejecución, seguimiento y evaluación de los proyectos que se implementen de acuerdo a los permanentes criterios de viabilidad, coherencia y eficiencia de la gestión que se desarrolle en relación con el servicio público de televisión.



ARTÍCULO 6o. ALCANCES Y CARÁCTER DE LA FUERZA VINCULANTE DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN. Bajo la debida observancia y respeto del orden de competencias, funciones, derechos y deberes reconocidos por la Constitución y la Ley a los diversos agentes públicos que participan en la prestación del servicio público de televisión, el presente Plan de Desarrollo tendrá fuerza vinculante:

1. El Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, se constituye en un instrumento de Planeación con fuerza vinculante para los Canales Regionales que por mandato del numeral 3 del artículo 37 de la Ley 182 de 1995, se encuentran vinculados a la Comisión Nacional de Televisión; de igual manera, el Plan de Desarrollo de la Televisión tendrá dicho carácter, en lo pertinente, para las demás Entidades del Estado que de conformidad con el artículo 152 de la Ley 182 de 1995, reciben recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión que administra la Comisión Nacional de Televisión.

2. En atención al Mandato Constitucional del artículo 113 de la Carta Política, según el cual los departamentos del Estado tienen funciones separadas pero colaboran armónicamente para la realización de sus fines, de conformidad con la concordancia con los criterios de concurrencia, complementariedad y subsidiariedad que de conformidad con el artículo 152 de 1994, orientan la planeación nacional estatal, el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010 -2013 constituye en un Instrumento de Planeación Oficial que tiene carácter indicativo para las demás Entidades del Estado.

3. El Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, tiene el carácter de herramienta indicativa de las acciones posibles de la gestión pública en el sector para los prestatarios privados de las diferentes modalidades de televisión pública establecidas en la ley y para los diversos agentes sociales y ciudadanos –televisión involucrados en la prestación del servicio.

ARTÍCULO 7o. APLICACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN EN LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. La Dirección de la Comisión dispondrá lo necesario para que las diversas dependencias de la Entidad, de conformidad con sus competencias y con los criterios de planeación institucional, incorporen y desarrollen las bases conceptuales, los principios estratégicos, objetivos, programas y proyectos contenidos en el Plan de Desarrollo de la Televisión, en el diseño Estratégico Plurianual y en los Planes Operativos Anuales que elabore la Comisión en cumplimiento de las funciones y competencias de la Entidad.

ARTÍCULO 8o. PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN, PRESUPUESTO DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN Y PLANES OPERATIVOS ANUALES. De conformidad con las disposiciones legales, los

Nacional de Televisión, se dispondrá lo necesario para que la programación y asignación de los recursos de la Entidad, de acuerdo con la disponibilidad presupuestal y los flujos de caja, se encauce a la implementación y ejecución de los Planes Estratégicos Plurianuales y los Planes Operativos Anuales de la Entidad, que deberán consultar los fundamentos y lineamientos del Plan de Desarrollo de la Televisión.

ARTÍCULO 9o. CONVOCATORIA. UN PLAN DE DESARROLLO CONCERTADO. Con el fin de garantizar la continuidad al carácter concertado y al proceso participativo del Plan de Desarrollo de la Televisión, en la presente adopción del documento Plan de Desarrollo 2010-2013, valorado el ritmo cambiante de las transformaciones en el sector de la Televisión y teniendo en cuenta el conjunto diverso de agentes públicos y privados y actores sociales involucrados en el proceso de diseño y ejecución del Plan de Desarrollo 2010-2013, se convoca a la participación permanente, organizada, responsable y concertada de la sociedad en su ámbito de responsabilidades, en el diseño, cofinanciación y ejecución de las acciones que permitan el cumplimiento del presente Plan.

ARTÍCULO 10. COORDINACIÓN SECTORIAL E INTERSECTORIAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO DEL PLAN. Las diversas dependencias de la Comisión Nacional de Televisión, bajo la orientación de la Entidad y con la asesoría técnica de la Oficina de Planeación, adelantarán el diseño e implementación de la estrategia institucional encaminada a efectuar la coordinación sectorial e intersectorial de agentes públicos y privados con el objeto de garantizar la concurrencia de esfuerzos y la ampliación de fuentes de financiación públicas y privadas, nacionales y externas, para la formulación, puesta en marcha y evaluación de los planes operativos que permitan la ejecución de los objetivos, programas y proyectos formulados en el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013.

Dada en Bogotá, D. C., a 31 de diciembre de 2009.

Publíquese y cúmplase.

El Director,

JUAN ANDRÉS CARREÑO CARDONA.

PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISION 2010-2013

La televisión que queremos ver

TABLA DE CONTENIDO

## INTRODUCCION

## ANTECEDENTES

### 1. ANTECEDENTES

1.1. Reseña histórica de la televisión colombiana

1.2. La CNTV visualiza el desarrollo de la industria con responsabilidad social

1.3. Documento la Televisión que Colombia Necesita 2002-2007

1.4. Primer Plan de Desarrollo 2004-2007. Revisión al cumplimiento de los objetivos

1.4.1. Construir democracia y contribuir a la equidad social

1.4.2. Fortalecer la televisión pública

1.4.3. Impulsar la industria de la televisión

### 2. LA NUEVA TELEVISION EN COLOMBIA

2.1. La Televisión Digital, el reto del próximo decenio

2.1.1. Cobertura actual de la televisión y fortalecimiento de la red pública

2.1.2. Gran Encuesta de la Televisión en Colombia para TDT 2008

2.1.3. Selección estándar europeo, cobertura, regulación

2.1.4. Expectativas y retos de la TDT

2.1.5. Ventajas de la TDT para los televidentes y la industria

2.2. Televisión colombiana en el actual contexto internacional

2.2.1. La televisión colombiana se abre camino en el mercado internacional

2.2.2. Productoras internacionales se establecen en Colombia

2.2.3. Perspectivas de la televisión pública en el mercado internacional

### 3. EJES QUE DETERMINAN LA TELEVISION CONTEMPORANEA

3.1. Contenidos, derecho a la información y responsabilidad social de la televisión

3.2. Convergencia y globalización de los servicios de telecomunicaciones

3.3. Integración vertical y horizontal de la industria de televisión

3.4. La televisión como unidad económica, social, cultural y tecnológica.

### 4. FOROS DE SOCIALIZACION PLAN TV 2010-2013

4.1. Metodología de los Foros de Socialización

4.2. Trabajo de Campo. Foros de Socialización Plan TV 2010-2013

### 4.3. Resultados Encuesta Cuantitativa

4.3.1. Resultados encuesta acceso universal al servicio de la televisión

4.3.2. Resultados encuesta garantizar la calidad en los servicios de televisión

4.3.3. Resultados encuesta crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

Condiciones Institucionales para la competitividad de la industria

4.3.4. Resultados encuesta promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público.

Promover el desarrollo de la televisión educativa, cultural y de interés público

### 4.4. Resultados Investigación Cualitativa

4.4.1. Resultados promover el acceso universal al servicio de televisión

4.4.2. Resultados garantizar la calidad en los servicios de televisión

4.4.3. Resultados crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

4.4.4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público y otros agentes del sector.

## 5. OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO 2010-2013

5.1. Promover el acceso universal al servicio de la televisión

5.1.1. Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías

5.1.2. Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de televisión

5.1.3. Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

5.1.4. Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión

5.2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión

5.2.1. Control y vigilancia de los contenidos de televisión

5.2.2. Protección de los televidentes y usuarios del servicio de televisión

5.2.3. Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión

5.3. Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

5.3.1. Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión

5.3.2. Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria

5.3.3. Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de televisión

5.3.4. Mantener información actualizada de la industria de la televisión

5.4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público por otros agentes del sector

5.4.1. Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo

5.4.2. Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales

5.4.3. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión

5.4.4. Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro

6. PLAN PLURIANUAL INDICATIVO INVERSIONES DE LA CNTV EN EL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISION 2010-2013

6.1. Inversiones Canales Regionales en el período del Plan de Desarrollo

6.2. Inversiones Televisión Comunitaria en el período del Plan de Desarrollo

6.3. Inversiones Televisión Privada Nacional en el período del Plan de Desarrollo

6.4. Inversiones Televisión Mixta – Canal Uno en el período del Plan de Desarrollo

6.5. Inversiones Televisión Local sin Animo de Lucro en el período del Plan de Desarrollo

6.6. Inversiones Televisión por suscripción en el período del Plan de Desarrollo

7. INDICADORES DE GESTION

7.1. Objetivo 1. Promover el acceso universal al servicio de televisión

7.1.1. Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías.

7.1.2. Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de la televisión.

7.1.3. Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

7.1.4. Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión.

7.2. Objetivo 2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión

7.2.1. Controlar y vigilar los contenidos de televisión.

7.2.2. Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes.

7.2.3. Cualificar a los agentes que componen la cadena de valor de la industria.

7.3. Objetivo 3. Crear condiciones especiales para la competitividad de la industria de la televisión

7.3.1. Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión.

7.3.2. Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria.

7.3.3. Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de la televisión.

7.3.4. Mantener información actualizada de la industria de la televisión.

7.4. Objetivo 4. Promover el desarrollo de la televisión educativa, cultural y la televisión de interés producida por otros agentes del sector

7.4.1. Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

7.4.2. Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales.

7.4.3. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión.

7.4.4. Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro.

## 8. RESOLUCION

### COMISION NACIONAL DE TELEVISION

Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013

Junta Directiva – Comisionados

El Director,

JUAN ANDRÉS CARREÑO CARDONA,

Alberto Guzmán Ramírez, Any Vásquez Pérez, Ilse Bechara Castilla, Zulma Constanza Casas García  
Comisionados.

### INTRODUCCION

La televisión, además del uso informativo, tiene una enorme incidencia en la educación y el entretenimiento de las audiencias, por ello podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que es frente al televisor que la mayoría de los colombianos tenemos la oportunidad de conocer la riqueza cultural, la variedad de costumbres y los acontecimientos que marcan la historia del país y del mundo.

De acuerdo con la Gran Encuesta de Hogares (GEIH), realizada por el DANE con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, entre los meses de enero y marzo del 2009, se concluye que de cada 100 colombianos de cinco años de edad en adelante, 80 ven televisión. De allí la importancia de pensar en el desarrollo de la televisión como un bien público con una penetración inconmensurable en la cotidianidad de los colombianos.

La Comisión Nacional de Televisión en concordancia con el mandato de los artículos [76](#) y [77](#) de la Ley 182 de 1995 y con los artículos [4](#)o y [5](#)o de la Ley 182 de 1995, tiene entre sus funciones garantizar los derechos de los televidentes y usuarios, promover audiencias críticas bajo esquemas participativos, dirigir la incorporación de la televisión colombiana en la era digital (TDT) y de la IPTV, e impulsar un servicio público de televisión comprometido con el desarrollo del Estado Social de Derecho, la libertad, la paz, la equidad social y el reconocimiento de la diversidad.

Por mandato expreso del literal h) del artículo [5](#)o de la Ley 182 de 1995, debe formular los planes y programas sectoriales para el desarrollo de los servicios de televisión.

Conservando este lineamiento rector, retomando los objetivos vigentes del Plan de Desarrollo 2004-2007 escuchando las voces de los distintos sectores de la industria de la televisión y la sociedad, se diseñó el Plan de Desarrollo 2010-2013. Este nuevo Plan que tiene cuatro pilares sobre los que se trabajará con énfasis en los próximos años:

i) **Promover el acceso universal al servicio de televisión**

ii) **Garantizar la calidad en los servicios de televisión,**

iii) **Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión, y**

iv) **Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público por otros agentes del sector.**

En este documento presentaremos cómo fue el desempeño del Plan de Desarrollo 2004-2007, que se utilizó para los años 2008 y 2009; pero por el momento es importante aclarar que seguirán como objetivos: Construir democracia y contribuir a la equidad social, Fortalecer la televisión pública e Impulsar la televisión.

Rediseñar el sector de la televisión pública fue un objetivo prioritario para el período 2004-2007, y de esta tarea está cumplida no será una meta del próximo cuatrienio. En tanto, implementar el nuevo Sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) en Colombia, asegurar una mayor cobertura de la televisión en el territorio y la asignación actual de canales en el espectro electromagnético; es un reto de la mayor importancia para el período 2010-2013.

La implementación de la Televisión Digital Terrestre en la televisión colombiana, es un eje transversal del Plan de Desarrollo 2010-2013, que permitirá avanzar en la promoción del acceso universal al servicio de televisión especial aprovechando el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético y fomentando la equidad para las minorías y poblaciones especiales; lo que nos permitirá trabajar por una televisión para la inclusión.

Otro insumo muy importante, tiene que ver con los aportes y necesidades expresadas desde los canales de televisión, los agentes de la industria, universidades, entidades gubernamentales, asociaciones de televidentes y ciudadanía en general; a través de un ejercicio de convocatoria abierta y democrática. En el segundo semestre del año 2009 se realizaron los “Foros de Socialización Plan TV 2010-2013”, en siete ciudades capitales: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Manizales, Medellín y Montería.

La socialización en los Foros arrojó valiosa información. Los asistentes llenaron una encuesta que generó registros en los que cada participante respondió además de su información personal, sus opiniones y sugerencias representativas de los objetivos del Plan de Desarrollo 2010-2013. Dichos objetivos fueron posteriormente analizados en diferentes mesas de trabajo donde se recogieron todas las opiniones, sugerencias, que fueron planteadas. El total aproximado es de 50 horas de grabación de audio, que fueron clasificados en un total de 907 registros, que corresponden a los 15 subtemas de los 4 objetivos del Plan de Desarrollo.

Es por ello que la Comisión Nacional de Televisión presenta el Plan de Desarrollo 2010-2013, con el fin de haber recogido la experiencia de los agentes del sector, las iniciativas de las universidades, las comunidades organizadas, y en general, los deseos de la sociedad colombiana, sin olvidar los objetivos del cuatrienio 2004-2007, y los lineamientos del Plan Estratégico de la CNTV 2008-2012; como herramientas valiosas, para construir este documento que tiene como finalidad propiciar el desarrollo y el impulso de la televisión en Colombia.

Realizaremos un Plan de Inversiones adecuado para cada año del cuatrienio, que se actualizará de forma permanente en la medida en que los objetivos y metas se vayan cumpliendo.

En esta revisión, la participación de la ciudadanía y del sector de la televisión, será muy importante. El Plan de Desarrollo 2010-2013 tendrá en el sitio web de la CNTV un espacio para recoger los aportes de los televidentes, así los agentes de la industria, universidades, asociaciones de televidentes, y en general la ciudadanía podrá realizar su propia verificación del cumplimiento del Plan, en el período comprendido entre el

septiembre de cada año.

En el mes de octubre de cada año la Oficina de Planeación recogerá estos aportes, junto con las iniciativas y despachos de los Comisionados y de las diferentes dependencias de la CNTV, para reformular el Plan de Inversiones del año respectivo, y realizar la aprobación de la CNTV.

Como hemos expresado que la televisión, más allá de un medio de comunicación, es un factor informativo, educativo, cultural y de entretenimiento, para la sociedad colombiana, hacemos entrega de esta herramienta al Plan de Desarrollo 2010-2013, para que los agentes de la industria, universidades, asociaciones y en general la ciudadanía de Colombia; lo incorpore, cada uno a su medida, como parte de sus objetivos a corto y largo plazo.

Para finalizar, es importante anotar que los cuatro objetivos que componen el Plan de Desarrollo 2010-2013 son una responsabilidad exclusiva de la Comisión Nacional de Televisión sino que representan un reto que se afronta de forma conjunta y de manera permanente con las personas que trabajan, sintonizan, se conectan y pertenecen a la industria de la televisión como un medio de desarrollo para Colombia.

El Director,

JUAN ANDRÉS CARREÑO CARDONA.

## 1. ANTECEDENTES

### 1.1. Reseña histórica de la televisión colombiana

La televisión es un invento del siglo XX producto de la curiosidad y del talento del hombre. En sus inicios se pasó de la Fototelegrafía a la transmisión de las primeras imágenes, pero cuando se le unió el sonido, se acuñó el término Televisión, que significa visión a distancia. Seguramente quienes participaron de su creación nunca imaginaron que en el futuro, la televisión sería un medio de comunicación arrollador que permitiría conectar a todos los países del mundo.

En Colombia la televisión nace como un proyecto de Estado liderado por el General Gustavo Rojas Pinilla. Desde el inicio, una de las principales dificultades para la transmisión de televisión en Colombia fue su gran extensión geográfica. Se aproximaba la fecha anunciada que era el 13 de junio de 1954, y ocurrió un hecho anecdótico.

“Ante tanto reto operativo, nadie se percató de que en el país no habían personas capacitadas en el manejo de las cámaras, ni expertos en la producción de televisión, y sólo unos días antes de la anunciada inauguración se hizo visible la falencia. De inmediato el mismo Gómez Agudelo viaja a Cuba, donde pide la ayuda de 20 técnicos del Canal 11 de ese país, que acababa de quebrar. Los técnicos fueron contratados y así el traspies fue salvado.”

Pero si bien, el gobierno realizaba todos los esfuerzos por tener una emisión de televisión, ahora el reto era que los colombianos tuvieran un receptor:

“...con una fuerte publicidad se había logrado que 400 familias obtuvieran los aparatos. Sin embargo, el número de receptores era bastante bajo (...), pues para la época el salario mínimo era de 120 pesos aproximadamente y un aparato Siemens costaba 350 pesos”.<sup>(2)</sup>

El 13 de junio de 1954 se inaugura oficialmente la Televisión en Colombia, como un servicio prestado por el Estado. A las 7 de la noche se escucharon las notas del himno de Colombia con imágenes de excelente calidad.

“La primera emisión tuvo una duración de 3 horas y 45 minutos. (...) Las personas que tenían acceso a los televisores disfrutaron de inmediato del nuevo medio de comunicación, y para aquellos que no podían ver la televisión se organizaron grupos de recepción en las escuelas y en los centros de trabajo.”

televisores, el gobierno instaló televisores en algunas vitrinas de Bogotá y Medellín desde donde m el acontecimiento”.<sup>(3)</sup>

Pero encender la televisión era el primer paso, ahora se necesitaba fortalecer el medio y garantizar l permanente, que con el tiempo se logró.

Un recuento por décadas de los hitos más importantes de la televisión colombiana en sus más de 50 existencia es:

1954-1963

- Se inaugura oficialmente la televisión en Colombia. 1954.
- La televisión se comercializa. 1955.
- Primera transmisión a control remoto. 1958.
- Se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión INRAVISION 1963.

1964-1973

- La visita del Papa Pablo VI se convirtió en la primera emisión que se realizó desde Colo mundo. 1968.
- Los colombianos ven la llegada del hombre a la luna. 1969.
- Se inaugura el Canal 11. 1970.
- Llega la televisión colombiana por satélite. 1970.

1974-1983

- Se sintonizan en el país las primeras imágenes a color. 1974.

1984-1993

- Nace el primer canal regional en Antioquia. 1984.
- Se inicia la televisión por suscripción. 1985.
- Nueva legislación sobre televisión. 1990.

1994-2003

- Nace la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) como ente autónomo para vigilar la televisio
- Entran en funcionamiento los nuevos canales privados Caracol TV y RCN TV.
- Crisis y desaparición de las programadoras. 2000.
- El Canal A se convierte en el educativo y cultural Señal Colombia.

2004-2009

- Celebración 50 años de la televisión en Colombia. 2004.
- Se decide para Colombia un tercer canal nacional de televisión privada. 2007.
- Se elige el estándar europeo para la llegada de la Tecnología Digital Terrestre. 2008.
- Se abre la licitación pública para adjudicar un tercer canal nacional de televisión privada. 2009.

1.2. La CNTV visualiza el desarrollo de la industria con responsabilidad social

La Comisión Nacional de Televisión (CNTV), nace en enero de 1995, y con ella se cumple el manc constitucional de 1991 de crear un ente autónomo para vigilar la televisión. Mediante la Ley [182](#) de funcionamiento la Comisión, y se establece la regulación de la programación, se da vía libre a la lit

creación de medios de comunicación, y se genera la oportunidad para el nacimiento de los canales privados y comunitarios sin ánimo de lucro.

Hasta 1995 Colombia contaba únicamente con tres (3) canales de televisión nacionales; cuatro (4) y nueve (9) operadores de cable. Para mayo de 2009<sup>(4)</sup>, la Comisión Nacional de Televisión tenía un funcionamiento de 764 operadores de televisión en Colombia. En materia de televisión abierta, son (61) prestatarios, de los cuales hay tres (3) canales nacionales de operación pública: dos (2) institucionales mixto; ocho (8) Canales Regionales de Operación Pública; dos (2) Canales Nacionales de Operación Pública; cuarenta y ocho (48) Canales Locales de los cuales uno (1) es con ánimo de lucro.

En televisión cerrada, existen en Colombia un total de setecientos tres (703) prestatarios del servicio en cincuenta y cuatro (54) operadores de televisión por suscripción cableada; dos (2) operadores de suscripción satelital y seiscientos cuarenta y siete (647) operadores de televisión comunitaria.

En la televisión abierta, la red pública nacional cubre el 92% de la población, los canales privados cubren el 86%, y la televisión pública regional el 79%. En la televisión cerrada (incluye televisión por suscripción satelital y comunitaria) el 45,1% de los hogares tienen televisión por suscripción satelital o cable y comunitaria el 10,3%, de acuerdo con la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE enero - marzo 2009. Según los usuarios reportados por los operadores de televisión por suscripción (televisión cableada CNTV a diciembre de 2008, la penetración en televisión por suscripción es de 31,4%.

De acuerdo con los resultados del Estudio General de Medios–EGM<sup>(5)</sup> I Ola 2009, la televisión es el medio de comunicación con mayor audiencia, seguido por la radio, las revistas independientes y la prensa. El estudio señala que el 94.1% de los colombianos ve televisión, el 69.1% escucha radio, el 36.9% lee revistas independientes, el 28.8% lee prensa, el 19.9% lee revistas de prensa, el 27% usa internet y el 3.8% va a cine.

Las cifras de la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE enero–marzo de 2009<sup>(6)</sup> confirman la importancia de la televisión en los hogares colombianos. Los resultados de esta encuesta señalan que el televisor a color es el servicio que en mayor medida poseen los colombianos en un 85.3% de los hogares del país, el 92,2% de los hogares en el área urbana y el 61,7% de los hogares en el área rural tienen al menos un TV a Color. Las importantes características de la televisión en el mercado nacional se enumeran a continuación:

- De los hogares que tienen televisor a color, el 98,4% de los hogares tienen televisor tradicional y el 1,6% de los hogares en el área urbana y el 2,0% de los hogares en el área rural, tienen televisor de pantalla plana.
- El medio más importante de recepción de la señal de televisión es la televisión por suscripción (44.6%) y las organizaciones comunitarias (10.3%)<sup>(7)</sup>.
- El 51,7% de los hogares en el área urbana y el 11,2% de los hogares en el área rural tienen televisión por Suscripción Satelital o Cable.
- Se estima en 15.000.331 el número de televisores que existen en el país.
- La población Infantil es la que más ve televisión. El 82,5% de los niños de 5 a 11 años y el 78,5% de los niños de 12 a 17 años son los que más consumen televisión; en promedio dedican entre 3,5 horas diarias de lunes a viernes y entre 4,0 y 4,1 horas los fines de semana a ver televisión.
- Los usos del televisor se han diversificado en los hogares colombianos, de la misma forma que en otros países. Además de ver televisión el 39.1% lo utiliza para ver películas de video, el 10.4% para jugar video y el 0.20% internet o como pantalla de computador.
- Un examen de la relación de ingreso del hogar a gasto en servicios de televisión indica que una familia de estrato 1 gasta en promedio, \$18.486 pesos/mes en servicio de televisión, una familia de estrato 5 dedica \$50.445 pesos/mes.

- Todos los estratos socioeconómicos gastan más proporcionalmente en Internet que en Televisión en hogares de estrato 2, el gasto en Internet (\$54.543) es superior al gasto aplicado a servicio (\$21.242).
- En cuanto a la audiencia por franjas horarias en la televisión colombiana, se observa que, los niños de 11 años ven TV, de lunes a viernes, en mayor porcentaje, en la jornada de la tarde 71,3%. La jornada del día en que más se ve TV. El 93,3% de las personas de 45 a 54 años ven TV en la jornada nocturna. Los fines de semana, la audiencia de la franja de la noche se ubica en primer lugar y encuentran la tarde y la mañana.

En la actualidad la televisión es el producto cultural de mayor importancia en Colombia. La Encuesta Cultural 2008 realizada por el DANE<sup>(8)</sup>, arroja que el 95.2% de las personas de 12 años o más en las ciudades municipales ven televisión, y de estas, el 81.43% lo hace todos los días. Con una población actual de 43.500.000 habitantes, se calcula que 34 millones de personas en Colombia ven televisión todos los días. En el país donde el 85.3% de los hogares tiene televisor a color, se estima en 15.000.331 el número de espectadores convirtiendo la televisión, en el bien o servicio, más común en los hogares colombianos.

En el mercado colombiano además de los canales nacionales, regionales y locales y los operadores cerrados, existen muchos otros agentes. Por un lado están las centrales de medios, quienes se encargan de la pauta publicitaria y cuentan a su vez con agencias comercializadoras. Las programadoras u operadoras por su parte, pueden ser productoras de sus contenidos o subcontratar a otras empresas para ello. También existen empresas distribuidoras que ofrecen portafolios de programación de diferentes géneros en línea tanto interno y externo a los canales nacionales e internacionales. En esta cadena también están presentes los comerciales, los estudios de grabación y de sonido, los productores externos de equipos técnicos que miden la audiencia y los productores de televisores, entre otros.

La industria de la televisión en Colombia está en crecimiento. En el año 2009 los canales privados y las empresas que producen para el canal de televisión mixto y los canales regionales reportaron a la CNTV 4.915 empleos directos y más de 4.604 indirectos. Afacom, la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicadores Universitarios en Comunicación, cuenta con 43 facultades de comunicación autorizadas por el Estado para ofrecer enseñanza integral en el campo universitario en las áreas de Comunicación e Informática, lo que genera un alto número de profesionales calificados para laborar en el campo audiovisual.

Adicionalmente, según la Encuesta de Consumo Cultural DANE 2008, el 3.9% de las personas de 12 años o más habitantes de las cabeceras municipales, realizaron videos, produjeron radio, trabajaron en televisión o producciones de cine, durante el año 2008.

Existe otro referente que permite ratificar la importancia que tiene la televisión para los colombianos. La Encuesta de la Televisión en Colombia”, realizada en el año 2008, y considerada como uno de los estudios más interesantes que se han adelantado en el país para consultar la opinión de los ciudadanos acerca de la televisión que quieren, más allá de las cifras de rating y de los estudios de consumo de medios de comunicación, que se quedan cortos frente a los interrogantes que existen sobre nuestra televisión.

Ipsos – Napoleón Franco, condujo por solicitud de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), 3 encuestas probabilísticas en 75 poblaciones del país, representando a casi 20.5 millones de hombres y mujeres de 18 años, de estratos socioeconómicos del 1 al 6 (población urbana). El tamaño de la muestra permite sacar conclusiones con un margen de error estadístico de 2.4%.

La encuesta confirma que los televisores ocupan lugares “privilegiados” dentro del hogar, lo que ratifica la importancia que tiene este servicio para los colombianos:

“En la mayoría de los casos, el televisor está en la alcoba principal (35%); le siguen la sala – comedor (25%) y el salón (15%).”

cuarto o estudio específico para ver televisión (31%); en pocos casos el televisor está en otras alcotas apenas en un 1% de los hogares hay un televisor en el cuarto de algún menor de edad”.<sup>(9)</sup>

En este contexto social y empresarial la Comisión Nacional de Televisión, desarrolla y ejecuta sus programas en el servicio público de televisión, así como también dirige la política que en materia de televisión determina la ley, sin menoscabo de las libertades consagradas en la Constitución Nacional (art. 76) y la importancia que tiene la televisión en nuestra sociedad obliga a regular, vigilar y acompañar este medio como una industria floreciente sino como un canal a través del cual los colombianos se informan, se entretienen. Es por ello que resulta urgente tener la perspectiva de responsabilidad social para alcanzar los principios que la rigen.

De acuerdo con el artículo 2o de la Ley 182 de 1995 la televisión tiene como finalidad: Formar, educar y entretener de manera sana, lo cual se cumplirá en el marco de los siguientes principios:

- Imparcialidad en las informaciones.
- Separación entre opiniones e informaciones.
- Respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural.
- Respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y a los derechos constitucionales.
- Protección de la juventud, la infancia y la familia.
- Respeto a los valores de igualdad.
- Preeminencia del interés público sobre el privado.
- Responsabilidad social de los medios de comunicación.

Es pertinente conocer que de acuerdo con la Ley 182 de 1995, la televisión en Colombia es considerada un servicio público, y su regulación debe ir en sintonía con la prestación de un servicio:

“Corresponde a la Comisión Nacional de Televisión ejercer, en representación del Estado la titularidad del servicio público de televisión, dirigir la política de televisión, desarrollar y ejecutar los planes y programas de televisión, en relación con el servicio público de televisión de acuerdo a lo que determine la ley; regular el uso del espectro electromagnético utilizado para la prestación del servicio, e intervenir, gestionar y controlar el uso del espectro electromagnético utilizado para la prestación del servicio, con el fin de garantizar el pluralismo informativo, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, y evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación, en los términos de la Ley”<sup>(10)</sup>.

Es claro que el servicio de la televisión se debe ejercer bajo un precepto de responsabilidad social, ya que los ciudadanos reciben una enorme influencia de este medio de comunicación. Cuando hace un poco en este país las únicas noticias eran las que producían la radio y la prensa escrita, el universo de los contenidos se reducía a nuestras regiones, pero hoy, cuando estamos a un clic de ver en directo a través de imágenes los acontecimientos de Colombia y el mundo, el espectro informativo se amplió, no en vano se habla de un mundo global, en la que ya la distancia geográfica se viene acortando con la facilidad de las telecomunicaciones.

Norbert Schneider, experto en comunicación y quien fuera director de los organismos reguladores de radio y televisión en Alemania, define así la responsabilidad social en televisión:

“La responsabilidad social es un concepto que tiene que ver con la inclusión de todos los segmentos de la programación mediática para que, de esta forma, exista una representación social a través de la programación”.

Sin embargo alerta Schneider, sobre el peligro que existe cuando los canales privados encuentran en la televisión una empresa rentable:

“La responsabilidad social en la actualidad no existe, pues ha sido sustituida en los canales de televisión radioemisoras por las ganancias monetarias. En la actualidad, la realidad de la TV en Europa y en el mundo ha sufrido un cambio de suma importancia. Y es que con la irrupción de los canales privados los 80 se ha perdido de vista el concepto de responsabilidad social. Los directivos de estos medios : en el afán de acumular dinero, para lo cual solamente se preocupan de hacer programas que lleguen a una gran cantidad de personas sin importar la calidad y el contenido. Quienes están a la cabeza de los medios diciendo que ellos no hacen lo que quieren, sino lo que el público demanda”<sup>(12)</sup>.

Según el experto alemán, la salida para los problemas de responsabilidad social en la televisión, tiene que buscar el justo equilibrio entre la visión de los canales privados y la de los públicos. Este concepto requiere establecer una relación horizontal, no jerarquizada como era en el pasado, entre el comunicador y los canales mantengan un interés permanente en incluir el tema social en la programación. Sólo así, como considera el experto, podrán tener una identificación con el medio.

La responsabilidad social es un tema transversal a toda la industria de la televisión. Cualquier canal de televisión, independientemente de su contenido, tiene el peso de una carga informativa y de ahí su compromiso permanente con un ejercicio de responsabilidad social. Para mencionar algunos ejemplos, los noticieros en cada emisión tienen una gran responsabilidad en su audiencia al presentar noticias bajo el criterio de la veracidad, pero de igual manera, un programa infantil tiene el reto de calidad en el contenido.

Colombia es un país en desarrollo que tiene en la televisión una manera fácil y económica de informar y educar a la población en educación y entretenimiento. Este gran potencial es el que los canales privados y públicos deben asumir con un gran sentido de responsabilidad social, porque es frente al televisor donde millones de colombianos están aprendiendo y entendiendo el mundo.

La responsabilidad social en la televisión también tiene que trabajarse desde la publicidad, es necesario cumplir las promesas que realizan los comerciales, vigilar los contenidos publicitarios, y entender que las audiencias no son sólo consumidores sino ciudadanos, que generan expectativas a partir de las invitaciones comerciales.

### 1.3. Documento la Televisión que Colombia Necesita 2002-2007

Para la construcción del primer Plan de Desarrollo 2004-2007 de la Comisión Nacional de Televisión y la construcción del documento La Televisión que Colombia Necesita: Por una Televisión Democrática, Competitiva y al Servicio del Desarrollo de Colombia, en el que se ratifica que “el tema de la televisión es central para nuestro ordenamiento democrático y para las oportunidades de construir una sociedad justa, en donde por demás existan los espacios institucionales que garanticen que el derecho a la libre expresión no se quede en su simple enunciación constitucional, sino que posea los respaldos estatales y sociales para que sea una realidad”<sup>(13)</sup>. En este sentido, se estipularon los ejes que determinan la televisión como el primer marco de referencia para la construcción del modelo de televisión en Colombia.

La Globalización de las comunicaciones como primer eje, plantea las posibilidades de interconexión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, lo que implica cambios estructurales económicos de las naciones y en los referentes simbólicos de las nuevas generaciones. Esta globalización acompañada de nuevas tendencias estructurales, que eviten el debilitamiento de la televisión de operación nacional y le permitan a la industria nacional integrarse con éxito en el nuevo escenario global, para lo que se requiere una transformación en las estructuras estatales, si se quieren garantizar respuestas adecuadas frente a los desafíos globales.

El segundo eje es La Convergencia, entendida como la unificación o incorporación en una sola tecnología de la televisión, la telefonía, la telemática y la informática, posibilitando el hipertexto, los multimedia y la interactividad.

El segundo eje es La Convergencia, entendida como la unificación o incorporación en una sola tecnología de la televisión, la telefonía, la telemática y la informática, posibilitando el hipertexto, los multimedia y la interactividad.

que traen importantes implicaciones sociales de en un medio masivo que construye y socializa men favorecen determinadas maneras de interpretar la realidad social y afectan los procesos de formació conciencia social y política.

Por último, se plantea el Derecho a la Información como el resultado de un proceso de construcción las sociedades modernas de occidente, cuyas dificultades para su aplicación en Colombia, hace que derecho como un bien público en permanente construcción, que debe ser garantizado por el Estado.

Con base en estos tres ejes temáticos, y considerando las condiciones de la industria de la televisión para ese momento, se plantearon los principios estratégicos que orientarían la acción pública del se siguientes cinco años<sup>(14)</sup>, y que, en la actualidad, siguen teniendo la misma validez.

El cumplimiento de una política pública en materia de televisión es uno de los objetivos centrales d democrático colombiano.

La televisión no es exclusivamente un negocio o una actividad industrial, constituye, en una mirada elemento central de la nacionalidad y base de la formación cultural de los colombianos.

La televisión de operación pública y los intereses colectivos deben ser el centro de atención de las p en el sector.

Todos los operadores tanto públicos como privados, nacionales como locales, del servicio de televi misma importancia en el momento de aplicar las políticas públicas para el sector.

En un escenario creciente de globalización, el fortalecimiento de la televisión nacional es una acció desarrollo económico y de construcción de identidad.

La construcción y fortalecimiento de la infraestructura de transmisión se encuentra en el mismo niv importancia que la producción de contenidos con los adecuados niveles de calidad y pertinencia.

La calidad de la televisión es el resultado de la adecuada articulación entre las políticas estatales en capacidades de los operadores.

Los procesos de regulación del sector deben crear las condiciones de confianza y equidad necesaria un desarrollo armónico del sector.

La responsabilidad de un funcionamiento adecuado de la televisión nacional le corresponde en forn instituciones del sector y al Gobierno Nacional a través de sus representantes en la Comisión Nacio Televisión.

La participación adecuada y efectiva de la sociedad civil es una condición necesaria para la operaci de la televisión nacional.

Los operadores privados de televisión tienen responsabilidades sociales, políticas y culturales con e colombiano, las cuales se deben concretar en una adecuada operación del servicio.

La televisión cumple un papel central en la adecuada expresión de las minorías étnicas.

El cumplimiento de los derechos de los ciudadanos–televidentes es una responsabilidad indelegabl impostergable de las instancias estatales responsables de elaborar e impulsar las políticas en el sect

La Televisión que Colombia Necesita, planteó los principios que siguen siendo pertinentes en la ac serán considerados fundamentales en la creación del Plan de Desarrollo 2010-2013 que se presenta

Esta es la base de un sistema de televisión democrático y participativo, que considera la televisión pública en el que la ciudadanía puede ejercer sus derechos, pero que requiere el compromiso claro de los gobernamentales con responsabilidades en el sector, el apoyo de la industria en la consolidación de responsabilidades sociales, y la movilización de una sociedad para garantizar sus derechos como teleciudadanos.

#### 1.4. Primer Plan de Desarrollo 2004-2007. Revisión al cumplimiento de los objetivos

La Comisión Nacional de Televisión formuló el primer Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 mediante la Resolución [1013](#) de 2003, con la participación de diferentes agentes del sector. Se soció el documento “La televisión que Colombia necesita” y con el apoyo de la academia y de los canales nacionales se convocaron y desarrollaron ocho foros participativos en varias ciudades del país, en los que se realizaron discusiones y se hicieron propuestas sobre los temas de la dinámica de la televisión en el país. Este Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007, se orientó al cumplimiento de cuatro objetivos coherentes con los propósitos de desarrollo nacional:

1. Construir democracia y contribuir a la equidad social;
2. Fortalecer la televisión pública;
3. Impulsar a la industria de la televisión; y
4. Rediseñar el sector de la televisión pública.

Adicionalmente, se definieron algunos principios estratégicos que enmarcaban la valoración de la política de televisión, tales como televisión y ordenamiento democrático, televisión para la formación cultural y desarrollo económico, política pública e intereses colectivos, regulación armónica, confianza y equidad entre contenidos e infraestructura, el Estado y los operadores como responsables de la calidad del servicio de televisión como responsabilidad de todos.

En el proceso de revisión del Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 se identifican los avances en programas y proyectos propuestos lo que facilita la determinación de qué tipo de proyectos deben ser apoyados por la Comisión, por su relevancia en el cumplimiento de objetivos sectoriales de mediano y largo plazo. También, permite establecer los cambios que deben ser introducidos en términos institucionales y de política pública, debido a la evolución de las industrias de medios, audiovisual y telecomunicaciones. La revisión del Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 se constituye en una tarea imprescindible en el proceso de formulación y discusión de los lineamientos del Plan de Desarrollo de la Televisión 2011-2015.

En términos generales, la ejecución presupuestal del Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 avanza cercano al 64%.

En relación con la ejecución presupuestal por objetivos, se destaca el alto cumplimiento del Objetivo 4. “Fortalecer la televisión pública”, con un cumplimiento promedio de 77,6% para el período 2004-2007. En segundo lugar se encuentra el Objetivo 1. “Construir democracia y contribuir a la equidad social”, con un indicador de cumplimiento de 77,6% para el período analizado. En cuanto a la ejecución presupuestal del Objetivo 3. “Impulsar la industria de la televisión”, se observa un nivel relativamente alto, con un indicador asociado de 68.1%. Por último, la ejecución presupuestal de los programas y proyectos asociados al Objetivo 4. “Rediseñar el sector de la televisión pública” está en un bajo nivel, con un indicador de 24% para el período 2004-2007.

#### Cuadro 1

Ejecución Presupuestal por Objetivos Plan de Desarrollo 2004-2007 <sup>(15)</sup>

Objetivos	2004	2005	2006	2007	Promedio 2007
Objetivo 1. “Construir democracia y contribuir a la equidad social”	58,6%	67,0%	76,4%	63,5%	71,2%
Objetivo 2. “Fortalecer la televisión pública”	59,8%	100,0%	98,6%	14,6%	77,6%
Objetivo 3. “Impulsar la industria de la televisión”	59,3%	26,8%	96,5%	63,9%	68,1%
Objetivo 4. “Rediseñar el sector de la televisión pública”	37,7%	33,4%	50,0%	47,8%	23,8%

No obstante, la revisión del Plan de Desarrollo de la Televisión para el período 2004-2007 presenta limitaciones. En primer lugar, debe señalarse que si bien la elaboración de este Plan contó con una participación y socialización con los agentes del sector, no se asoció la formulación de objetivos, proyectos a indicadores sectoriales, por lo que no se cuenta con información acerca del estado de la audiovisual en el momento de expedición del Plan y su posterior evolución a partir de la implementación mismo. Segundo, la formulación de este Plan de Desarrollo no incorporó metas específicas con sus correspondientes indicadores, que permitieran facilitar el seguimiento a cada uno de los programas dificultando las labores de evaluación y apreciación sobre el cumplimiento de los objetivos propuestos. Tercero, la información histórica que existe acerca de las actividades que se desarrollaron en el marco del Plan para realizar un ejercicio de evaluación, dadas las limitaciones de indicadores y metas en su momento de formulación.

Teniendo en cuenta las anteriores limitaciones, a continuación se presentan las actividades desarrolladas para el cumplimiento de cada uno de los objetivos del Plan:

#### 1.4.1. Construir democracia y contribuir a la equidad social

Dentro de este objetivo se enfatizó en la necesidad del establecimiento de un nuevo marco normativo de fomentar la calidad de los contenidos de televisión, de contribuir con el servicio y acceso universal, de incentivar el control y la vigilancia social de los contenidos de televisión.

##### 1.4.1.1. Nuevo marco regulatorio para el sector

En el establecimiento de un nuevo marco regulatorio para el sector, la CNTV ha regulado las distintas modalidades del servicio de televisión, desde el punto de vista jurídico, financiero, técnico, operativo y sancionatorio.

Así mismo, ha expedido Acuerdos en materia de televisión abierta nacional y local, televisión por cable y televisión comunitaria. Igualmente ha regulado de manera puntual temas como la publicidad, espacios institucionales, y sexo y violencia, entre otros.

A continuación se listan los principales Acuerdos expedidos por la CNTV, en el período 2004-2007:

Acuerdo [002](#) de 2004 y [003](#) de 2005, Fijación de la tarifa de compensación para los concesionarios por suscripción, cableada y satelital directa al hogar (DTH).

Acuerdos [001](#) y [003](#) de 2004, Modifican el Acuerdo 006 de 1996, el cual reglamenta la prestación del servicio de televisión comunitaria.

Acuerdo [004](#) de 2006, Reglamentación del procedimiento para suspender el servicio, aprehender y confiscar equipos con los que se presta clandestinamente el servicio público de televisión.

Acuerdo [001](#) de 2005, Garantiza el acceso de los grupos étnicos al servicio público de televisión.

Acuerdo [002](#) de 2005, Modifica las condiciones de los proponentes que participen en los procesos de contratos de concesión para los canales de operación privada de ámbito nacional y local.

Acuerdo [004](#) de 2005 y [001](#) de 2006, Reglamenta la publicidad de cigarrillo, tabaco y bebidas con alcoholico en televisión.

Acuerdo [005](#) de 2005, Derogó los límites de la duración de los anuncios comerciales dentro de un programa de televisión para los canales regionales, con el propósito de garantizar la igualdad entre los operadores de televisión.

Acuerdo [002](#) de 2006, Modifica el Acuerdo [001](#) de 2003, incluyendo a la Comisión Nacional de Televisión como beneficiaria del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, con el propósito de que puedan financiar investigaciones que contribuyan a preservar los recursos de dicho Fondo para el fomento de la televisión.

Acuerdo [003](#) de 2006, Reglamenta las condiciones jurídicas, técnicas y financieras para la expansión de las concesiones del servicio de televisión por suscripción.

Acuerdo [004](#) de 2006, Modificación de la reglamentación del Registro Unico de Operadores-RUO, de televisión por suscripción.

Acuerdo [005](#) de 2006, Creación del Canal Universitario Nacional y establecimiento de procedimientos para la Política Nacional de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación en el servicio de televisión.

Acuerdo [006](#) de 2006, Reglamenta el destino de equipos decomisados por haber sido utilizados en el servicio de televisión no autorizado por la CNTV, o por operar frecuencias electromagnéticas sin su previa autorización.

Acuerdo [007](#) de 2006, Reglamenta el porcentaje mínimo de emisión de obras cinematográficas nacionales en el servicio público de televisión (artículo 18 de la Ley 814 de 2003).

Acuerdo [008](#) de 2006, Modifica la competencia para conocer y resolver en primera instancia las impugnaciones que se adelanten en contra de las comunidades organizadas autorizadas para distribuir señales de televisión que incurran en conductas violatorias del régimen normativo del servicio.

Acuerdo [009](#) de 2006, [002](#) y [005](#) de 2007, Reglamenta el servicio de televisión comunitaria cerrada y el lucro prestado por las comunidades organizadas.

Acuerdo [010](#) de 2006, [003](#), [006](#), [007](#) y [008](#) de 2007, Reglamenta el servicio de televisión por suscripción.

Acuerdo [011](#) de 2006, Desarrolla la protección y efectividad de los derechos de suscriptores y usuarios del servicio de televisión por suscripción.

Acuerdo [001](#) de 2007, Reglamenta el deber de informar a la teleaudiencia la parrilla de programación y las disposiciones para la protección de los derechos de los televidentes en los canales de televisión abierta y la programación de producción nacional en el servicio de televisión por suscripción.

Acuerdo [004](#) de 2007, Establece la obligación de señalar la pertinencia de los contenidos en la programación de los operadores del servicio público de televisión.

Acuerdo [009](#) de 2007, Modifica el Acuerdo [001](#) de 2002 y se cambia la forma de asignación de los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión.

#### 1.4.1.2. Fomento de la calidad de la televisión

El programa de Fomento de la calidad de la televisión presenta el mayor nivel de ejecución con un 81.65% de los compromisos ejecutados en el cuatrienio 2004-2007. Los proyectos previstos en el programa fueron: Constitución del sistema de calidad de la televisión, impulso a la producción bajo estándares internacionales de calidad, formación y cualificación de operadores y prestatarios del servicio, investigación académicas y estudios sobre televisión e impulso a las empresas productoras y comercializadoras de programas de productores independientes. Las actividades más destacadas llevadas a cabo en el marco de este programa se enumeran a continuación:

Análisis de las amenazas y oportunidades potenciales del sector de la televisión en las negociaciones de Libre Comercio.

Participación en la III ronda de negociación CAN-UE llevada a cabo en Quito, Ecuador.

Fomento a los proyectos de producción de programas de televisión a canales regionales por parte del Sector de Desarrollo de la Televisión.

Capacitación y actualización de agentes de la industria de la televisión.

“Maletas Audiovisuales” para incentivar la presentación de la programación cultural y educativa de productores comunitarios y sin ánimo de lucro.

Publicación de investigaciones académicas y estudios e informes elaborados por la entidad a través de convocatorias y socialización de resultados.

Convenio con Colciencias para el desarrollo de investigaciones académicas sobre televisión.

Apoyo al desarrollo de la cátedra Kapuscinsky organizada por el Círculo de Periodistas de Bogotá-Universidad Central.

Apoyo a la V Muestra y Seminario Internacional de Televisión de Calidad.

Foro sobre Regulación de publicidad de bebidas con contenido alcohólico y cigarrillos y tabaco en Colombia.

Evaluación de la programación infantil de los canales locales del Valle del Cauca y de las parrillas de programación de 7 canales regionales.

Publicación de siete (7) volúmenes de la investigación realizada dentro del programa “Investigación sobre televisión”.

Adicionalmente, en desarrollo de este programa la Comisión Nacional de Televisión suscribió diferentes convenios, con el Ministerio de Cultura, Colciencias y diferentes Universidades del País con el fin de promover investigaciones para la definición de estrategias pedagógicas para la realización de proyectos y programas televisivos.

#### 1.4.1.3. Servicio y acceso universal

El programa de Servicio y acceso universal también presenta una ejecución presupuestal alta con un 76.6% en relación con los compromisos establecidos. Para el cumplimiento de este objetivo se adelantaron acciones para avanzar en la ampliación del cubrimiento del servicio a todo el territorio nacional, fomentar el acceso de poblaciones especiales a la televisión y promover la formación del ciudadano televidente.

Entre las actividades que se desarrollaron para cumplir con los objetivos propuestos con este programa se encuentran:

Asignación de recursos al restablecimiento de la señal de televisión en los departamentos del Valle Huila, Antioquia y Cundinamarca, cuyas estaciones se afectaron por atentados terroristas. Adicionalmente se destinaron recursos para dar señal de televisión a municipios de Cundinamarca, Santander y Boyacá; contaban con el servicio de los canales públicos de operación nacional.

La CNTV ha promovido de manera permanente los proyectos de administración, operación y mantenimiento presentados por RTVC para la expansión y desarrollo de la red pública de televisión.

Realización de mesas de trabajo, en el año 2004, con el fin de establecer en consenso un proyecto sobre la participación de los grupos étnicos en la televisión.

Expedición del Acuerdo [001](#) de 2005 que garantiza el acceso a grupos étnicos al servicio público de televisión.

Concesión de espacios en canales públicos a organizaciones que agrupan a minorías étnicas.

Tertulias de la CNTV sobre el servicio de televisión y discusiones “Propuesta de una carta de derechos de los televidentes”.

Apoyo a la mesa de trabajo “Universidad y Televisión étnica” y diseño y socialización del documento “Fundamentos, lineamientos y agenda de trabajo del Proyecto Universidad y Televisión étnica - Documento de Trabajo”.

Suscripción del Convenio 067-06 con Telecaribe y el Resguardo Kuankuamo Proyecto de televisión para la Comunidad Kankuama.

Financiación de producciones dirigidas a minorías étnicas por parte de RTVC con los recursos del presupuesto de la CNTV.

Apoyo a mensajes institucionales dirigidos a las minorías étnicas.

Emisión del programa “Para Ver TV” (13 programas contratados en 2004 y 25 en 2005) con temas sobre derechos del televidente, televisión infantil y temas educativos.

Publicación de la cartilla “Modalidades y requisitos del servicio de televisión”.

Publicación del libro “Regulación y concesiones en la televisión colombiana”.

En el año 2006 se suscribió el Convenio 076 con la Universidad Pedagógica para desarrollar el programa de diplomado en televidencia crítica y participación ciudadana, dirigido a docentes y padres de familia de comunidades de televidencia crítica y participación ciudadana, alrededor de la programación de televisión que consumen los niños y los jóvenes colombianos.

Convenio 121 de 2007 con C.I. Videobase S. A. para la producción de mensajes institucionales, que se emiten en televidencia crítica. Convenio 026 de 2007 suscrito con Gustavo Castro Caycedo para:

- a) Elaboración de un material didáctico y educativo y su cesión de derechos a la CNTV, que promueva el acceso del ciudadano televidente;
- b) El diseño del “Premio TV” y una guía para su implementación.

Suscripción del Convenio 074 de 2007 con el Centro Mundial y la Secretaría de Gobierno de Bogotá para adelantar un proceso de capacitación en medios audiovisuales, dirigido a ex combatientes con presencia en la ciudad de Bogotá.

Convenio 119 de 2007 suscrito con el Ministerio de Cultura y Telecaribe para implementar una estrategia de promoción de la televisión pública.

interinstitucional para fortalecer los procesos de formación, producción y emisión de programas de realizados por grupos étnicos, en diversas regiones del país, garantizando su participación y presencia pública de televisión con proyectos audiovisuales de calidad.

#### 1.4.1.4. Control y vigilancia social de los contenidos

La ejecución presupuestal de programa de Control y vigilancia de la televisión fue del 66% para el 2007. Se previó la ejecución de los siguientes proyectos: Apoyo a la creación y consolidación de un Vigilancia Social de la Televisión, Estímulo a la Conformación y Cualificación de Asociaciones de televidentes y Observatorio Nacional de Televisión. Las actividades más importantes de este programa son las siguientes:

Diligencias de decomiso a operadores clandestinos.

Visitas de inspección y control en la prestación del servicio.

Suscripción de convenios y su seguimiento con entidades y programadores internacionales para el combate a la piratería y la clandestinidad del servicio.

Implementación Monitoreo de Redes de Televisión.

Revisión de cumplimiento de normatividad en la programación de operadores.

Capacitación sobre el respeto a los derechos de autor y la piratería a Escuelas de Policía y Fiscales.

Seguimiento al cumplimiento de normas sobre publicidad de tabaco y licores.

Elaboración y actualización de las bases de datos “Procesos y contratos” y de “conceptos jurídicos CNTV.

Realización foros temas regulatorios en Televisión.

Recopilación de cifras históricas del sector de Televisión de diferentes fuentes como base para la creación del Observatorio Nacional.

Informe a los programadores internacionales de los usuarios reportados a la CNTV en cada una de las modalidades del servicio de Televisión.

Informes estadísticos sobre subreporte en TV cerrada –DANE, EGM, IBOPE–.

Suscripción del Convenio 113 de 2007 con Corpovisionarios para proponer lineamientos de mejor efectividad regulatoria, con mecanismos de autorregulación en el uso de la televisión por parte de los operadores, a explorar la posibilidad de fórmulas de autorregulación de canales de televisión y productores de contenidos. Convenio 057 de 2008 con el Centro Mundial para el “Diseño de herramientas para el control social de la televisión”.

#### 1.4.2. Fortalecer la televisión pública

La ejecución presupuestal de los programas y proyectos del objetivo de fortalecimiento de la televisión pública en el período 2004-2007 es de 77.6%. Los dos programas asociados a este objetivo presentan una alta ejecución presupuestal. El programa de Diseño e Implementación del Sistema Nacional de Televisión Pública tiene una ejecución de 77.1%, mientras que el programa de Fortalecimiento de los Operadores de Televisión Pública tiene una ejecución presupuestal de 79.2%.

La CNTV ha regulado, promovido y financiado a los operadores públicos, actualmente existen 3 canales nacionales, 8 canales regionales y un canal internacional (Región Colombia Internacional), así como Canal Universitario Nacional y al Canal del Congreso. Así mismo, ha financiado la administración, mantenimiento de la red pública nacional y regional. Entre 2004 y 2007, los canales regionales ejecutaron modernización tecnológica, ampliación, reparación y mantenimiento de la red y fortalecimiento de programación.

#### 1.4.2.1. Diseño e Implementación del Sistema Nacional de Televisión Pública

Para la realización de este programa, se previó la ejecución de los siguientes proyectos: Red Nacional Educativa, Fomento Integral a la Televisión Cultural y Reconstrucción de la memoria histórica de la televisión colombiana.

Algunas de las actividades más importantes desarrolladas en torno a este programa fueron las siguientes:

Mediante los Contratos 038 de 2004 y 104 de 2005, suscritos con la Fundación Patrimonio Fílmico que tiene por objeto la prestación de los servicios de almacenamiento, conservación y custodia del patrimonio audiovisual de la Entidad, así como adelantar el análisis de contenido de las producciones que se encuentran en préstamo a los canales regionales de televisión, se ha adelantado la custodia de todas las cintas recibidas en pago, debidamente inventariadas y almacenadas bajo la supervisión técnica y con las condiciones de temperatura y humedad.

El 29 de diciembre de 2005 se efectuó el proceso de contratación con la Universidad de los Andes donde la Universidad brindó asesoría para el desarrollo de actividades tendientes a la identificación de requerimientos generales del proyecto “Sistema de Información de la Televisión SITV”, la definición de las características generales de dichos requerimientos y la formulación de las correspondientes alternativas en la estrategia de implementación.

El incentivo por parte de la CNTV para la firma de convenios para el intercambio de programación de televisión pública como el convenio con la televisión de Brasil TV Brasil y BYU con la Universidad de los Estados Unidos.

#### 1.4.2.2. Fortalecimiento de los operadores de televisión pública

Para garantizar el financiamiento de la televisión pública, se creó el Fondo para el Desarrollo de la Televisión Pública –FDTV. Los recursos del FDTV deben invertirse prioritariamente en el fortalecimiento de los operadores del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado. El FDTV es una cuenta adscrita y administrada por la CNTV, y sus beneficiarios son RTVC y los Canales Regionales.

Estos operadores pueden presentar proyectos al Fondo para ser evaluados y financiados, incluidos en la clasificación: Infraestructura técnica, producción de programas, capacitación de personal técnico, desarrollo artístico, adquisición de derechos de emisión e investigación en temas directamente relacionados con la televisión pública<sup>(16)</sup>. La CNTV también es beneficiaria del FDTV, cuando ejecute proyectos de investigación para preservar los recursos de dicho Fondo para el fomento de la televisión pública.

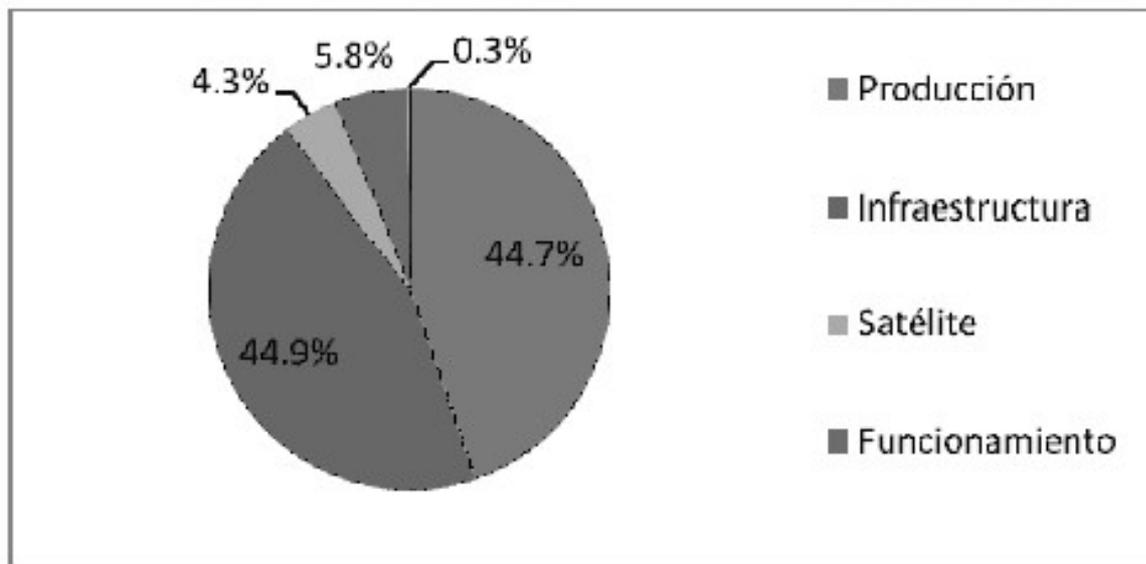
Además de los recursos del FDTV, la CNTV ha transferido recursos al operador público nacional para desarrollar su objeto. A continuación se muestran los montos históricos de transferencias a la televisión entre 2004 y 2007:

#### Distribución de recursos del FDTV

Cifras en millones de pesos de 2008

Año	Inravisión	RTVC	Audiovisuales y Mincultura	CNTV	Regionales	Tot
2004	\$ 21.704,7	\$ 3.681,4	\$ 4.622,9	\$ 0,0	\$ 14.169,9	\$ 4
2005	\$ 0,0	\$ 53.367,1	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 12.059,3	\$ 6
2006	\$ 0,0	\$ 54.067,0	\$ 0,0	\$ 1.500,7	\$ 15.760,3	\$ 7
2007	\$ 0,0	\$ 57.356,9	\$ 0,0	\$ 2.729,0	\$ 23.315,5	\$ 8
Total	\$ 21.704,7	\$ 168.472,4	\$ 4.622,9	\$ 4.229,7	\$ 65.304,9	\$ 2
Partic.	8,2%	63,7%	1,7%	1,6%	24,7%	100

En la siguiente gráfica se presenta la distribución porcentual de los recursos transferidos a los operadores entre 2004 y 2007 por tipo de proyecto:



Los proyectos definidos para la implementación de este proyecto son:

- i) Cualificación de los Canales Regionales de Televisión,
- ii) Apoyo a los Operadores de Televisión Local y Comunitaria y
- iii) Fortalecimiento del Fondo para el Desarrollo de la Televisión.

Algunas de las acciones desarrolladas para el cumplimiento de este programa son:

En el 2004 se realizó la asesoría relacionada con los Planes Estratégicos de los Canales Regionales metodología de Planeación Estratégica Situacional (PES).

Durante el 2006 se efectuó el seguimiento de los resultados de la aplicación del PES a los canales Telecaribe y TRO.

Se realizó el primer informe sobre el desempeño de los Canales Regionales, del período 2000-2006, una base de datos con la información financiera enviada por las entidades. Esta información analizada se constituye en un importante insumo para la construcción de parámetros económicos y financieros que incidirán en la distribución de los recursos propios del FDTV.

#### 1.4.3. Impulsar la industria de la televisión

La base de la estrategia institucional para implementar la política de impulso a la Industria de la Te

incrementar el conocimiento permanente y sistemático sobre la cadena productiva de la industria de sus submercados, sobre las tendencias nacionales y globales, así como sobre el análisis y seguimiento de procesos económicos, sociales y tecnológicos que intervienen en la prestación comercial del servicio que el Estado adopta como una de las columnas estructurales para el direccionamiento estratégico nacional.

En cuanto a la ejecución presupuestal del objetivo de Impulsar la industria de la televisión se observó un nivel relativamente alto, con un indicador asociado de 68.1%.

Dentro de los programas de mayor nivel de ejecución se destaca el Desarrollo de los recursos y las capacidades del sector, con un nivel de cumplimiento del 91.6%, y el programa de Mejoramiento de la gestión y proyección de la industria de la televisión con un 81.1%. Entre tanto, el programa de Fomento de la libre y leal competencia alcanzó en promedio el 40.3% de la ejecución para el cuatrienio 2004-2007.

#### 1.4.3.1. Mejoramiento de la gestión y proyección de la industria de la televisión

El programa de gestión integral y proyección de la industria de la televisión tenía como propósito el análisis permanente y sistemático de los componentes, agentes y submercados de la industria nacional e internacional de la televisión, y la sistematización y uso de la información obtenida en el planeamiento para el diseño de políticas y la toma de decisiones. Los proyectos especificados para el desarrollo de este programa fueron: Seguimiento, Prospectiva y Política sobre la Industria de la Televisión, Sistema Nacional de Información y Indicadores sobre Televisión y Construcción del Modelo de Análisis de las Finanzas de la Televisión, dentro de los cuales se desarrollaron las siguientes acciones:

En el 2004 se realizó la Encuesta General de Medios (EGM) de ACIM. De igual forma se contrató el servicio de bases de información con IBOPE, y con el DANE la encuesta continua de hogares. Se contrató el servicio de digitalización de 16 canales de televisión (7 días a la semana, 24 horas al día). Toda esta información se utilizó para determinar si hay subreporte de usuarios, para la realización del informe sectorial y para la construcción del anuario estadístico de la televisión.

En el año 2008 se suscribió el Convenio 042 con Mediciones y Medios para prestar los servicios de medición de los canales y monitoreo.

#### 1.4.3.2. Fomento de la libre y leal competencia

El objetivo de dar impulso a la industria de la televisión mediante un programa de fomento a la libre competencia pretendía fortalecer la credibilidad de los agentes y usuarios del sector mediante normativas que garantizaran la calidad, competencia y adecuada prestación del servicio, dentro de los nuevos esquemas de mercado que permitieran dar respuestas rápidas y oportunas de acuerdo con las condiciones cambiantes del entorno económico. El diseño e implementación del modelo integral de regulación de la televisión, el control de la operación ilegal y una política de estímulos e incentivos para el sector, conforman los proyectos dentro de los cuales se desarrolló el programa.

Las principales acciones adelantadas por la Comisión Nacional de Televisión fueron:

Recopilación de la normatividad política de competencia y consumo.

Reglamentación de protección a los usuarios de TV por suscripción.

Documento sobre políticas de promoción de la competencia en el ejercicio de las funciones de inspección, vigilancia y control del sector.

Publicación de los requisitos que deben atender los operadores, concesionarios y contratistas del servicio de televisión abierta nacional al adelantar trámites ante la CNTV, relacionados con el régimen de protección de la competencia para evitar las prácticas monopolísticas (Circular 020 de 2004).

Seguimiento al Proyecto de ley sobre prácticas comerciales restrictivas y régimen de integraciones.

En el año 2008 se suscribió el Contrato 035 con la Unión Temporal Valoración Concesión TV Abierta para la prestación de los servicios de consultoría para determinar el valor de la prórroga de los concesionarios de televisión abierta privada nacional, el valor de la concesión para un nuevo operador de televisión abierta nacional y la viabilidad de ingreso de operadores adicionales al mercado.

Durante el 2008 se desarrolló el estudio para determinar las condiciones de la prórroga de las concesiones de televisión abierta nacional y Caracol. Dentro de este estudio se tuvieron en cuenta aspectos importantes como

(i) la valoración de la concesión;

(ii) la verificación del cumplimiento por parte de los canales de sus obligaciones durante los 10 años de funcionamiento;

(iii) que la realización del trámite de la prórroga se constituyera en un proceso público, transparente y garantizara los derechos a los concesionarios, el cual está contenido en el Acuerdo 03 de 2008;

(iv) la fijación de las condiciones de prórroga dentro de un escenario de discusión, negociación y consenso entre RCN y Caracol; y

(v) la firma de las prórrogas bajo un esquema de precio que garantiza la sostenibilidad de los concesionarios e ingresos para la televisión pública.

Producto de lo anterior, la Comisión Nacional de Televisión tomó la decisión de asignar una nueva concesión para un tercer canal de operación abierta nacional, cuyo precio base sería de \$69.276 millones.

Capacitación, con el convenio Antipiratería para Colombia, de más de 70 Fiscales, así como funcionarios de la DIAN, Policía Nacional y demás entidades del Estado para que en conjunto se trabaje contra la piratería y clandestinidad del servicio.

Mediante determinación de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, del 23 de agosto de 2008 se autorizó el restablecimiento del Comité Antipiratería.

El 29 de agosto de 2008 se suscribió un contrato con la firma P Y G Asesorías Integrales Ltda., para el control de la piratería y operación ilegal del servicio.

El 26 de agosto de 2008 se adjudicó a la firma Bussines Bureau Pay TV Ltda., el control de la piratería y el subreporte.

Adicionalmente, La Comisión Nacional de Televisión suscribió alrededor de 8 Convenios de cooperación con canales internacionales de televisión con más presencia en el país, entre los que se encuentran HBC, FOX Latin American Channels, Fox Sports, TAP (Televisión Association of Programmers), Hallmark, Radio Televisión Española, Claxon entre otros, consistente en el intercambio de información relevante para la identificación de prestatarios ilegales del servicio, así como la información relativa a los prestatarios legales que estén emitiendo señales de televisión sin la previa y expresa autorización de los titulares de los derechos de autor y explotación.

Se realizó la contratación del licenciamiento de un software que suministra información que permite detectar prestatarios clandestinos del servicio público de televisión e información sobre operadores

materia de tarifas, usuarios, parrilla, cobertura.

A efectos de fortalecer el control y vigilancia en materia de libre y leal competencia, la CNTV inició contratación de servicios de consultoría y asesoría para:

Identificar los mercados relevantes en la prestación del servicio en un ambiente de convergencia.

Identificar conductas que constituyen posición de dominio y abuso de posición de dominio.

Recomendar a la Junta Directiva medidas para evitar el abuso de la posición de dominio.

Elaborar un proyecto de Acuerdo para prevenir el abuso de posición de dominio en el mercado.

#### 1.4.3.3. Desarrollo de los recursos y las tecnologías del sector

El sector de la televisión enfrenta el reto de visualizar su estrategia para abordar con acierto las imp la fuerza creciente de la convergencia empresarial y tecnológica traerá sobre la industria nacional y implementar las acciones para optimizar el uso del recurso representado en el espectro electromagn apropiación planificada de herramientas y tecnologías que potencien la cualificación de la televisió

Dentro de este programa se establecieron diferentes proyectos como el mantenimiento, modernizac de la red, la ampliación y modernización del acceso satelital, la determinación de la tecnología para la digitalización de la televisión, el desarrollo y modernización de la infraestructura técnica de los e centros de producción y el manejo y administración del espectro eléctrico.

Las principales acciones adelantadas por la CNTV para lograr este porcentaje tan alto en su nivel d fueron:

Plan de Expansión de la Red de Televisión Pública (FDTV).

Financiamiento proyectos para mejoramiento de la señal y renovación de las redes de transporte (F

Acceso al segmento satelital de los operadores públicos de TV (FDTV).

Financiamiento de la AOM de la red pública nacional de TV (FDTV).

Seguimiento a proyectos de infraestructura de los operadores públicos y restablecimiento de la señ afectadas por atentados terroristas (FDTV).

Desarrollo de la base de datos del Plan de Utilización de Frecuencias -PUF- y de TV por suscripci comunitaria.

Realización de pruebas de desempeño de los operadores.

Auditoría técnica a operadores de televisión.

Foro de televisión digital y realización de pruebas permanentes en Bogotá y Cartagena.

El proyecto de digitalización de la televisión tuvo un gran avance al determinarse cuál sería el estándar televisión digital terrestre (TDT) que se usaría en nuestro país. Dentro de los sucesos más represent punto tenemos:

Año 2006, contrato con RTVC, para realizar las pruebas de transmisión de Televisión Digital Terr equipos ATSC y DVB-T. En el año 2007, se realizaron pruebas de TDT en las ciudades de Bogotá

Participación en el Foro Internacional de Televisión Digital Terrestre para América Latina y el Caribe y el Séptimo Seminario Internacional Experiencias y Tendencias en Telecomunicaciones organizado por la Superintendencia de Telecomunicaciones del Ecuador –Supertel– y por el Colegio de Ingenieros Eléctricos de Azuay–CIELA en la ciudad de Cuenca-Ecuador.

Realización de foros sobre TDT y los contenidos de la televisión en Cali, Medellín, Manizales, Bucaramanga y Bogotá. Se implementó una segunda fase en Villavicencio, Valledupar, Pasto, Ibagué y Neiva.

Durante el 2007 y 2008 se suscribieron convenios con Napoleón Franco Ltda.: Elaboración de un estudio de hábitos, usos y preferencias de televisión en Colombia.

El 28 de agosto de 2008 la Junta Directiva escogió el estándar de TDT para Colombia: DVB-T o DVB-T2 utilizando sistema de compresión MPEG 4. El periodo de Transición definido fue de 10 años. El estudio fue escogido teniendo en cuenta las pruebas técnicas, el estudio de impacto socioeconómico, el estudio de hábitos y preferencias del televidente y la cooperación y transferencia de tecnología.

El estándar europeo presenta las siguientes características:

Ventajas en interactividad y multicanalidad.

Mejor flexibilidad de la señal en áreas geográficas variadas.

Menores costos estimados de implementación.

Al haber sido adoptado por más países, el decodificador que habilita los actuales televisores es más barato.

La Unión Europea realizó una completa oferta de Cooperación Internacional.

DVB-T tiene la opción de recepción en dispositivos móviles y portátiles.

Mejor calidad de audio y video.

Ofrece la posibilidad de desarrollos basados en la Interactividad.

A través del proyecto Red Digital Fase I se adecua la Estación Manjui, con una financiación de \$3.000 millones hecha por la Comisión a RTVC.

Con relación al desarrollo de la infraestructura técnica para estudios y centros de producción, la Comisión de Televisión suscribió los contratos y convenios detallados a continuación:

Convenio 103 de 2005 con TRO – Adecuación, dotación e instalación de equipos en las áreas de preproducción y emisión de TRO en Cúcuta y ampliación de dotación y adecuación en Bucaramanga.

Convenio 069 de 2006 para fortalecimiento tecnológico de Teleantioquia.

Convenio 099 de 2006 suscrito con Telecafé – Renovación infraestructura técnica de producción, postproducción y transmisión.

Convenio 115 de 2006 con TV Andina – Fortalecimiento del área técnica y operaciones.

En el año 2006 se suscribió con Teleislas el convenio 134 - Proyectos picknini Talk 2007 – Hello Bogotá. Fortalecimiento tecnológico para el mejoramiento de la producción y emisión de televisión de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Año 2007, convenio 065 con Telecafé – Financiar el proyecto denominado “Actualización Infraestructura de Producción y Emisión de Telecafé”.

Resoluciones 1432 y 1727 de 2007 firmadas con Teleantioquia - Financiación del proyecto “Renovación Tecnológica para Teleantioquia”

Año 2007, Resolución 1435 con Telecaribe – “Ampliación y complemento de la automatización de emisión y adquisición e instalación del enlace de microondas Telecom- emisión para el canal”.

Telepacífico, Resolución 1498 de 2007 – Financiación del proyecto “Adecuación Nueva Sede”

Resolución 1499 de 2007 con Telepacífico – Financiación del proyecto “adquisición de equipos para mejoramiento de los procesos de producción y postproducción del canal”.

Año 2007, resolución 1556 con TRO – Financiación del proyecto adquisición y montaje de la Unidad (primera fase) y fortalecimiento tecnológico de áreas de producción del canal.

Respecto del proyecto del manejo y la administración del espectro electromagnético, en el año 2007 se firmó el Contrato 069 con Balum, en el cual el contratista se compromete a entregar un estudio donde se detallan las frecuencias que se encuentran disponibles y que se pueden asignar a operadores de televisión, además el Plan de Utilización de Frecuencias tiene disponibles en las ciudades de Bogotá, Bucaramanga y su área metropolitana, Santa Marta, Cúcuta y su área metropolitana, Pasto, Barrancabermeja, Ibagué, Montebano y su área metropolitana.

En enero de 2008 se realizaron las simulaciones de las estaciones de televisión abierta autorizadas con el objetivo de alimentar la base de datos del registro de frecuencias, estaciones y operadores, verificación de la señal, parámetros técnicos y coberturas y actualizar el plan de utilización de frecuencias.

#### 1.4.3.4. Rediseñar el sector de la televisión pública

La ejecución presupuestal de los programas y proyectos asociados a este objetivo presentó un bajo nivel de ejecución de 24% para el período 2004-2007.

#### 1.4.3.5. Reordenamiento de las entidades públicas del sector

Teniendo como propósito la acción integral y eficaz del Estado en el servicio de televisión, a través de este programa se pretendía estudiar las funciones, procesos y procedimiento de cada una de las entidades que operan en el sector y diseñar estrategias más convenientes para su reorganización. En cumplimiento del objetivo denominado rediseño y articulación armónica de las entidades públicas del sector, la CNTV adelantó las siguientes acciones:

Diagnóstico institucional TV pública – RTVC.

Apoyo en la elaboración de los Planes Estratégicos de los operadores públicos y su seguimiento.

Informe sobre el desempeño financiero de los Canales Regionales para el período 2000-2004 y con base de datos con esa información.

Análisis del impacto financiero de la reestructuración del sector de televisión adelantada en 2004 por el Estado Nacional (liquidación de Inravisión y Audiovisuales y creación de RTVC).

Análisis de la intervención del Estado en el servicio de TV a través del diagnóstico de la TV cerrada y la propuesta de un nuevo marco regulatorio y el sentido de la televisión.

Y en desarrollo de las orientaciones descritas dentro del proyecto mencionado, la CNTV ha brinda canales locales sin ánimo de lucro y a la televisión comunitaria.

También como apoyo a la televisión comunitaria, en noviembre 13 de 2008 se firmó un contrato con Germán Caycedo Espinel para la elaboración de un manual para la protección del asociado de TV comunitaria.

Finalmente y con relación al apoyo a la organización y desarrollo de canales universitarios, en el año 2008 suscribió el Convenio 112 con Telecaribe, a través del cual se brinda el soporte técnico y administrativo para poner en marcha el Canal Universitario Nacional.

#### 1.4.3.6. Una gestión eficaz, eficiente y transparente

Este programa pretendía incorporar en la gestión pública del sector de la televisión, nuevas prácticas que orientaran la definición de prioridades y áreas de acción estratégica, para la optimización del uso de los recursos públicos y la obtención de resultados eficientes de las entidades del Estado que prestan y reciben un servicio.

De igual manera, el programa se orientó a fortalecer la confianza de la ciudadanía mediante la realización de acciones conducentes a informar clara, permanente y sistemáticamente sobre los procesos de contratación de las entidades del sector.

## LA NUEVA TELEVISION EN COLOMBIA

### 2. LA NUEVA TELEVISION EN COLOMBIA

#### 2.1. La Televisión Digital, el reto del próximo decenio

Después de 54 años de televisión análoga radiodifundida, Colombia entra en un periodo de transición para ingresar a la televisión digital.

El gran primer paso fue la elección del estándar europeo DVB-T (Digital Video Broadcasting en su modalidad Terrestre). En agosto del 2008, después de realizar estudios sociales, geográficos y económicos, se concluyó el resultado que esta es la opción más adecuada para el país, por encima de los estándares de Estados Unidos y China.

Ahora los colombianos tendrán dos opciones entre los años 2010 y 2019: Adquirir un nuevo receptor para la recepción de la señal digital (televisor digital) o adquirir un decodificador (Set Top Box) que convierta la señal digital en análoga, con lo cual podrán continuar utilizando su televisor analógico.

Sin embargo, existen muchos factores que deben ser tenidos en cuenta cuando se habla de TDT en Colombia. No se debe caer en el error de limitar a detalles tecnológicos, un cambio que debe estar orientado al interés público y a la televisión. Y es entonces cuando se debe hablar sobre metodologías de implementación, inclusión de contenidos, canales, servicios complementarios y modelos publicitarios.

Sí, aparece un nuevo soporte tecnológico de la televisión que puede modificar los usos y consumos y hay un cambio en los sistemas y procedimientos de producción, emisión y recepción que pueden traer nuevas estrategias de programación y comercialización, y allí entra la fragmentación de las audiencias y la evolución de la pauta publicitaria.

Desde que la industria del sector sea competente para producir contenidos de calidad que se acople a la nueva tecnología, y que los canales construyan ofertas diferentes y acordes; desde que los productores estén en capacidad de desarrollar contenidos para públicos específicos y estén preparados para cambiar su oferta.

de comercializar, y a su vez quienes pautan estén dispuestos a anunciar en otros focos; desde que haya ofertas de productos y aplicaciones interactivas; desde que haya audiencias instruidas para elegir contenidos desde que haya acceso tecnológico incluyente para toda la sociedad, implementar la Televisión Digital será muy beneficioso para una televisión de interés público.

Las posibilidades tecnológicas de la TDT son muchas, pero si Colombia no está preparada para asumir todos los ángulos, se verá afectada la calidad de la programación y el desarrollo de la industria audiovisual.

Indiscutiblemente la Televisión Digital Terrestre es un tema transversal en el Plan de Desarrollo de Colombia 2010-2013, por la implementación de este sistema y las implicaciones que tendrá en el país a un nivel técnico, industrial como de contenidos.

### 2.1.1. Cobertura actual de la televisión y fortalecimiento de la red pública

Actualmente en Colombia, la radiodifusión de televisión analógica terrestre es uno de los medios de comunicación más conocidos e importantes.

RTVC es el programador, productor y emisor de la televisión y la radio pública nacional en Colombia. Tiene a su cargo la administración, operación y mantenimiento de dicha red, que cuenta con 210 estaciones y una cobertura del 92% de la población colombiana. Lo anterior la consolida como una red estratégica para fines de difundir contenidos culturales, informativos, educativos, de opinión de ciencia y tecnología.

Los canales regionales cuentan con 190 estaciones y tienen un cubrimiento poblacional del 78%. Los canales locales cuentan con 49 estaciones y tienen un cubrimiento del 45% de la población. Y los canales nacionales tienen 134 estaciones y llegan al 86% de la población colombiana.

Con la aplicación del plan para la implementación del servicio de televisión digital terrestre en Colombia que durante la próxima década, partiendo del 2010, todos los sistemas nacionales de radiodifusión terrestre actualicen su tecnología de transmisión de analógica a digital.

En esta primera fase, la Comisión Nacional de Televisión destinó 3.500 millones de pesos para que la Televisión de Colombia, RTVC, instale la primera estación de transmisión digital del país, ubicada en Majui en Cundinamarca. Este proyecto permitirá cubrir con señal digital a 115 municipios en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Antioquia, Caldas y Tolima. Es decir, una cobertura de la señal digital al 20% de la población colombiana.

Igualmente la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión aprobó recursos del orden de 1.500 millones de pesos para instalar las estaciones de Cerro Kennedy en la Sierra Nevada de Santa Marta en el departamento de Antioquia y la Azalea, ubicada en el Valle del Cauca, para una cobertura adicional del 22% de la población. Esto significa un 42% de población cubierta con televisión digital pública en el primer año de implementación<sup>(17)</sup>.

### 2.1.2. Gran Encuesta de la Televisión en Colombia para TDT 2008

Dentro del proceso de selección del formato para la TDT, la Comisión Nacional de Televisión, además de estudiar los usos, hábitos y preferencias de la televisión en Colombia. Para esto se contrató a la empresa IPS Franco, con la participación en su diseño de la empresa consultora Corpovisionarios.

El cuestionario apuntaba a determinar y recopilar información de los encuestados sobre la manera como accede al servicio de televisión, algunos de sus hábitos a la hora de ver televisión, número y características generales de los televisores en el hogar y, adicionalmente, se buscó explorar los contenidos que los encuestados ven y los que quieren ver.

Las personas entrevistadas se encontraban dentro de las siguientes características:

Sexo: masculino y femenino.

Edad: mayores de 12 años.

Nivel socio-económico: alto (estratos 6 y 5), medio (estratos 4 y 3) y bajo (estratos 2 y 1).

Cubrimiento: La encuesta incluyó 75 municipios a nivel nacional, dividiendo el país geográficamente (de TV).

La muestra total fue de 3.755 entrevistas reales; 3.758 entrevistas ponderadas.

Algunas de las conclusiones específicas para el tema de televisión digital son las siguientes:

Casi 7 de cada 10 colombianos mayores de 12 años reportan ver televisión a diario. Más aún en las Cafetera y Antioquia, entre las personas de estrato 4, y entre los más jóvenes entrevistados (12 a 17 años).

Por otro lado, para casi 6 de cada 10 personas la TV es importante o muy importante en su vida diaria especialmente en clases sociales bajas (estratos 1 y 2), entre quienes tienen niños a su cargo, y entre los más jóvenes (12 a 17 años). Estos resultados se relacionan con el papel fundamental de la TV como entretenimiento y uso del tiempo libre (de fácil y económico acceso para las personas de menores ingresos) una opción privilegiada en nuestro país para “ayudar” con los niños en casa.

Al preguntar a los entrevistados por qué es tan importante la TV en su vida, el entretenimiento es una de las respuestas predominantes y se encuentra al mismo nivel de la TV como fuente de información.

Otros hábitos de consumo de TV reportados por los colombianos en la encuesta también arrojan importancia de este medio en la vida cotidiana. Así, el 80% de los mayores de 12 años reportan ver televisión los viernes en la franja de la noche (de 6 pm a 9.59 pm), dedicándole en promedio 2 horas y media. Este es el momento de tener altos niveles de audiencia, es la que en mayor proporción congrega al grupo familiar. Es la franja en la que menos se calcula que la gente ve televisión de forma aislada, y donde más reportes se encontraron con televisión con otros adultos de la casa; es también la 2ª franja con mayor presencia de menores viendo televisión con una “ventaja” relativamente pequeña, es la de la tarde de 2 p. m. a 5.59 p. m.). En este horario también se encuentra la mayor proporción de encuestados que deciden qué se verá como resultado de un acuerdo entre los miembros del hogar.

En los fines de semana, aunque la audiencia es menor (61% en la franja de 6 pm a 9.59 pm), los comportamientos en el hogar son los mismos: Se ve televisión en compañía de más miembros del grupo familiar, y se hace un consenso, más que en cualquier otra franja horaria.

Encontramos que en la mayoría de hogares colombianos (46%) hay sólo un televisor, y que en una muestra similar (47%) hay entre 2 y 3 televisores.

Sólo hay más de 3 televisores en un 6% de los hogares; hay más televisores a medida que aumenta el estrato y el estrato, de modo que un hogar de estrato 6 tiene (en promedio) el doble de aparatos que un hogar de estrato 1.

Los televisores en Colombia se han comprado recientemente (en promedio 5.2 años), y de hecho un 35% importante (35%) reporta tener aparatos de 1 o 2 años de antigüedad. La inmensa mayoría de televisores es color, con pantalla tradicional (aunque hay que destacar un 8% de televisores con pantalla de plasma, una cifra bastante importante), y tienen control remoto; principalmente se trata de televisores de 21 pulgadas.

Específicamente, sobre el tema de la TV Digital se encontró que 8 de cada 10 personas no conocían la cifra es la línea de base para monitorear y evaluar los esfuerzos de comunicación de la CNTV frente a la información que tendrá que suministrar a partir de la fecha. Quienes respondieron que conocían solo se les preguntó por los beneficios y las desventajas que esperaban, para ver qué imaginarios se asociaban al concepto de TV Digital. Lo más destacable de estos hallazgos fue: En beneficios, se esperan casi por igual en la señal (imagen más nítida principalmente), que en contenidos (mejor programación o mejores programas). Cuanto a las desventajas, el principal imaginario está relacionado con los costos, y se teme que el nuevo estándar implique “tarifas altas”.

Estos resultados sugirieron que valía la pena comunicar, no solo que se avecinaba un nuevo estándar, sino también hecho explicar sus beneficios y desvirtuar algunos temores infundados. Ahora bien, es cierto que hay costos económicos para la población en el cambio de estándar, ya que los televisores actuales no estarían preparados para recibir la señal digital, y sería necesario cambiar de aparatos o comprar un decodificador.

Se les preguntó a los encuestados, qué harían cuando llegara el momento de cambiar aparato o comprar un decodificador, y 4 de cada 10 personas, no estarían dispuestas, o no estarían en condiciones de invertir. Esto implica el cambio de estándar, de modo que respondían que seguirían recibiendo la señal analógica, o al menos por los 10 años que se les explicó que habría de señales “paralelas”, aun cuando no disfrutaran de los beneficios de la TV digital). De quienes sí adquirirían los equipos necesarios para pasar a Digital, la mayoría (32%), comprarían un decodificador (por \$50.000 a precios de 2009), y el resto estrenarían televisor.

### 2.1.3. Selección estándar europeo, cobertura, regulación

Luego de realizar 13 foros en diferentes regiones del país, donde asistieron cerca de 4.000 personas y un millón y medio de televidentes que pudieron seguir las transmisiones especiales del proceso de implementación de la TDT en Colombia, de visitar los países promotores de los estándares (Estados Unidos, Europa, Egipto y China), el 28 de agosto de 2008 el Estado colombiano en cabeza de la CNTV, seleccionó el estándar europeo para Colombia, utilizando sistema de compresión MPEG4. El período máximo de transición estipulado es de 10 años.

DVB-T Digital Video Broadcasting Terrestrial es una alianza con más de 280 compañías de difusión y operadores de red, desarrolladores de software, entidades reguladoras y otras instituciones en más de 20 países comprometido con el diseño de estándares globales para el suministro de televisión digital y servicios de pago. Los estándares DVB abarcan todos los aspectos de televisión digital, desde las transmisiones hasta las interfaces de usuario, el acceso condicional y la interactividad del video, audio y datos digitales. En el mes de septiembre de 2008 la alianza de empresas crea el denominado grupo de lanzamiento Europeo con el objetivo de lograr la interoperabilidad global y la interoperabilidad a largo plazo para desarrollar la televisión digital, firmando el memorando de entendimiento llamado Muo que establece el marco de trabajo en que se desarrollará la Televisión Digital.

Se comenzó elaborando informes que anticipaban la situación actual, vinculando la televisión digital con conceptos (HDTV, recepción en equipos móviles, compatibilidad con otros medios, etc.)

El proyecto DVB tiene desarrollados más de 50 estándares para televisión por sistemas por cable, terrestre, sistemas digitales de satélite, redes de microondas, y otras aplicaciones.

La oferta en cooperación y transferencia tecnológica presentada a Colombia por el estándar europeo es:

Transferencia tecnológica: Apoyo financiero para implementar proyectos de investigación y desarrollo en televisión digital por Colombia.

Apoyo a la implementación de la digitalización: Oficina establecida en Colombia para la asistencia técnica.

implementación de la tecnología.

Líneas de crédito blando para financiar la digitalización de los radiodifusores.

Las decisiones regulatorias que se tomaron fueron:

- Período de transición de sistema análogo a digital: máximo 10 años, es decir finalizando en el año 2010.
- La Televisión Digital Terrestre será gratuita y los concesionarios de televisión abierta deberán cubrir al mismo costo los mismos contenidos emitidos en analógico como mínimo en televisión fija y móvil digital.
- Se prohíbe la cesión a terceros de la explotación de porciones de espectro. Se asignará a cada canal de televisión nacional de operación privada, 6 MHz.
- Se adopta el sistema de compresión MPEG4 H264 acogiendo la recomendación de la UIT.
- En un año (2010) el 25% de la población colombiana debe tener TDT.

#### 2.1.4. Expectativas y retos de la TDT

Aunque es uno de los temas más relevantes, la infraestructura técnica, como ya lo habíamos mencionado, es el único asunto importante en el proceso de transición hacia la televisión digital.

La llegada de la TDT en un entorno de convergencia de redes y servicios obliga a que los distintos actores del sector se preparen y aprovechen al máximo los beneficios que trae la inmersión de la televisión en el mundo digital.

En cuanto a la industria de la producción, se deben tomar las medidas que fomenten la competitividad y la capacidad de reacción de ese sector, para atender el aumento en la demanda que generará la multiplicación de canales propiciada por la TDT, la llegada de nuevos operadores y la necesidad de producir contenidos para televisión móvil. Si Colombia aprovecha esta oportunidad, la industria cultural de la producción audiovisual colombiana puede convertirse en un importante renglón del PIB y en un proveedor de contenidos digitales para atender audiencias hispanoparlantes.

Para los emisores y los anunciantes la situación no es distinta. El auge de la interactividad fomenta el deseo de libertad del televidente para escoger lo que quiere ver y cómo, dónde y cuándo lo quiere ver, lo que obliga a repensar el servicio de televisión y guiarlo en conjunto hacia la complementariedad de servicios con otros medios donde la televisión requerirá de canales de retorno mediante servicios de valor agregado que le permitan ser más interactiva. La especialización de los contenidos y su disponibilidad permanente para que el televidente encuentre lo que quiere en el momento que quiere.

La diversificación de las fuentes de ingreso aprovechando nuevas oportunidades de negocio que trae la convergencia. Un cambio estructural en la manera de hacer publicidad en televisión mediante la integración de otros servicios en el televisor y en dispositivos portátiles como terminales convergentes.

#### 2.1.5. Ventajas de la TDT para los televidentes y la industria

La Televisión Digital Terrestre traerá muchos beneficios para el televidente colombiano: Utilizar aplicaciones interactivas, más contenidos, mayor calidad y definición de la imagen y sonido, y la posibilidad de acceder a nuevos servicios.

Mejor calidad de imagen ya que no habrá susceptibilidad a degradaciones, caso de las imágenes fijas por efecto lluvia y nieve. Además, la TDT permite la transmisión de la televisión con Standard Definition (SD), estándares de gran resolución. Mejoramiento en el audio puesto que la TDT propone sonido digital y posibilita las transmisiones en sonido digital envolvente, utilizando el sistema DTS. Acceso a nuevos servicios a través de la transmisión de datos complementarios, porque la TDT puede

múltiples flujos de vídeo, audio y datos que posibilitan la interactividad en algún grado.

En cuanto al sector, como se requiere una renovación de los aparatos receptores de televisión y la introducción de nuevos productos, implica un crecimiento de la industria electrónica. La posibilidad de establecer nuevos modelos de negocio basados en la interactividad, la creación de nuevos canales y nuevos ingresos fortalecerá a los operadores. Las nuevas vías para comercializar productos y el crecimiento de la industria de la televisión ofrecen una nueva oportunidad para los creadores de contenidos.

Además, la transición hacia la TDT implica una optimización del uso del espectro electromagnético que transmitirá mayor información utilizando menos porcentaje del espectro. Así, se pueden introducir nuevos canales digitales en el espacio antes ocupado por un canal analógico y las bandas liberadas podrían albergar otros servicios de telecomunicaciones que redundarán en beneficios para la sociedad colombiana en general.

## 2.2. Televisión colombiana en el actual contexto internacional

Tras la licitación llevada a cabo en 1997 por la Comisión Nacional de Televisión la televisión colombiana conformada por el Canal A, el Canal Uno y el Canal 11, de televisión educativa, pasó de depender de la estatal a la empresa privada, que con grandes inversiones materializó en los canales RCN y Caracol concesionados gracias a la prórroga firmada a principios del 2009.

Antes de la primera emisión de los canales privados en julio de 2008, los espacios en la televisión nacional se obtenían por licitación y eran operados por productoras también privadas; sin embargo, con la entrada de las nuevas frecuencias, estas productoras tuvieron que adaptarse a las condiciones del nuevo mercado y algunas desaparecieron, como fue el caso de algunas de las más reconocidas como Tevecine, Punch y Cenpro,

La CNTV en su facultad de gestionar el espectro electromagnético, amparado en la norma que rige el uso del espectro público en Colombia, anunció la adjudicación de un tercer canal privado que entraría en funcionamiento por ser la mejor alternativa de brindar otra opción de televisión a la población colombiana, un mecanismo que asegurará la generación de recursos que nutren el Fondo para el Desarrollo de la Televisión, y garantiza la sostenibilidad del sector, así como el mantenimiento y la expansión de la red pública de televisión (Decreto 1350 del 9 de agosto de 2007).

La aparición de los canales privados nacionales en el país modificó de modo trascendental la industria de la televisión en Colombia. La posibilidad de hacer grandes inversiones y la independencia para organizar sus propios programas de programación, han generado la concentración de gran parte de la audiencia y la mayoría de la pauta publicitaria en todo el país. Esto, sumado a la lucha por el rating entre RCN y Caracol, ha despertado una industria que una década después de su primera emisión como canales privados, desborda con la realización de producciones de altos estándares de calidad técnica, ha aplicado nuevas tecnologías, desarrollado nuevos formatos, estrategias de marketing, y se ha consolidado en procesos de ajuste interno.

Los canales privados, en la década del 2000 al 2009, han sido los grandes promotores de la producción y de la industria de la televisión en general, sin embargo, son innegables los vacíos que quedan por cubrir en el empobrecimiento de la complejidad sociocultural en la televisión colombiana, pues mientras prime el modelo comercial y los niveles de audiencia sigan favoreciendo telenovelas con formatos estereotipados, es probable que los contenidos ofrecidos por los canales de carácter privado y la diversidad seguirá como la oferta en la pantalla.

### 2.2.1. La televisión colombiana se abre camino en el mercado internacional

La calidad de los actores colombianos siempre ha sido sobresaliente a nivel internacional. Para muchos, la telenovela *Café con aroma de mujer* emitida en Colombia en 1994, marcó el inicio de una nueva época en la televisión colombiana.

dramatizados colombianos en el mercado internacional. Con los años, el reconocimiento del talento nacionales, sumado a la adquisición de tecnología, ha dado pie para que productores internacionales la industria de la televisión del país. Actualmente decenas de rostros nacionales son los protagonistas pantallas chicas de muchos países del mundo.

Las alianzas han permitido además, realizar importantes ventas de telenovelas nacionales y desarrollar formatos. Según la Comisión Fílmica Colombiana, el país ha exportado en la última década más de producciones de televisión, principalmente telenovelas, que se han distribuido en más de 80 países entre ellas Betty la fea, que ha sido uno de los grandes hitos de la televisión internacional, Sin tetas Pedro el escamoso; entre otras convirtiendo a la televisión colombiana en una de las industrias más América Latina<sup>(18)</sup>.

Además, la competencia ha obligado a que canales y productoras mejoren la calidad de sus series, lo traducido no solo en éxitos en el país sino por fuera de este, motivándolos a la creación de sus propias internaciones como Caracol Internacional y TV Colombia de RCN, que a la fecha llegan a más de 2 a la televisión por suscripción.

### 2.2.2. Productoras internacionales se establecen en Colombia

La experiencia ya adquirida, sumada a la especialización de los agentes del sector y los bajos costos que llegan hasta un 60% de diferencia<sup>(19)</sup>, son características que no han sido obviadas por algunas extranjeras que vieron en nuestro país una gran locación para la producción de sus contenidos.

Un ejemplo reciente lo encontramos en Tiempo final, la serie de Fox producida en Colombia, emitida en un horario triple A y con altos niveles de audiencia en toda América Latina. A raíz de su éxito, la realizó una segunda temporada de la serie y se decidió por grabar una nueva: Mental, una serie en la desarrolla en un hospital y que ha traído al país a directores y reconocidos actores de Estados Unidos los 13 capítulos iniciales. En ese mismo año la productora compró el 51% de Telecolombia y ahora Caracol Internacional tiene un estudio de grabación en Bogotá, mientras que cadenas como Disney y Sony, producen algunas de sus series en el país.

Por otro lado, en el 2009 Sony Pictures Television International compró el 50% de Teleset y el Grupo anunció una inversión de \$250 millones de dólares en un centro de producción en Colombia. El Canal 4, firmó una alianza con Televisa, Venevisión y Warner Brothers; asimismo RTI confirmó su alianza con Telemundo de NBC Universal y se espera que Televideo que ya ha realizado para Discovery y History siga produciendo para empresas del exterior. Como se ve, el futuro inmediato de la televisión privada con alianzas internacionales es cada vez más promisorio.

### 2.2.3. Perspectivas de la televisión pública en el mercado internacional

La televisión pública de calidad contribuye al desarrollo de la industria audiovisual en el país y le es reconocida como propia por todos los colombianos. El modelo colombiano de televisión pública es por ocho canales regionales, cuatro nacionales y uno internacional.

RCI es el canal internacional de los regionales que está al aire desde el año 2008. Es un proyecto cuyo objetivo transmitir a los colombianos que se encuentran en el exterior (Estados Unidos y en Europa principalmente), una programación que reúne los mejores contenidos de los canales regionales, y que en el exterior pueden informarse, de primera mano, de los hechos y acontecimientos que suceden en el país. Además, RCI, sirve a la audiencia colombiana que está en el exterior para seguir en contacto con su sentirse identificados con su propia cultura.

Se deberá entonces seguir diseñando mecanismos que permitan fortalecer el desarrollo de contenidos de televisión regional de operación pública, dando prioridad al financiamiento de producciones con estándares internacionales de calidad, sin perder las virtudes de la diversidad y la identidad característica de cada región.

La televisión pública nacional por su parte deberá continuar con su posicionamiento internacional por medio de Señal Colombia Educativo y Cultural, consolidándola como un canal con contenidos propios y con audiovisuales a la altura de las más renombradas productoras extranjeras; pero este proceso, requiere superar los siguientes retos<sup>(20)</sup>:

- Capacidad productiva –interna o externa a la empresa– que implica el dominio del lenguaje literario y dramático de la TV, la acumulación del Know how artístico-industrial, la factibilidad económica y de diversos géneros
- Capacidad de gestión administrativa de las empresas
- Capacidad prospectiva de la industria nacional e internacional
- Agilidad para adaptarse a un escenario televisivo dinámico y cambiante
- Capacidad de constituirse en actor con peso significativo en el sistema televisivo
- Capacidad de posicionarse en una identidad corporativa diferencial
- Capacidad de conectar a la audiencia para producir y poner en pantalla programas culturalmente sustentables, y así constituirse en un actor significativo en el espacio cultural y mediático
- Capacidad de legitimarse socialmente, respondiendo –al menos parcialmente– a las demandas culturales que representan el “deber ser”

La televisión pública, si bien es claro no debe semejarse a la televisión privada con géneros comerciales que ajustarse a las condiciones de producción y oferta, reconstruir las audiencias, apoderarse de la tecnología pero, sobre todo, convertirse en un espacio de expresión de la diversidad cultural que caracteriza al pueblo colombiano, que busque el pluralismo y la independencia informativa y la inclusión de las voces propias de cada región del país. Fuera de ello, la implementación de la Televisión Digital Terrestre y un tercer canal, deberán ser las alternativas para acercarnos a una televisión en la que todos nos reconozcamos con el sello Made in Colombia.

## EJES QUE DETERMINAN LA TELEVISION CONTEMPORANEA

### 3. EJES QUE DETERMINAN LA TELEVISION CONTEMPORANEA

Las tendencias más importantes en la industria de la televisión, y que por tanto determinan su desarrollo futuro son las siguientes:

#### 3.1. Contenidos, derecho a la información y responsabilidad social de la televisión

Desde la Comisión Hutchins (1947) se defendió la tesis que las libertades de la información deben estar al servicio de la utilidad social, lo cual incluye la capacidad de los ciudadanos de participar en los procesos democráticos a través de los medios de comunicación a través del ejercicio de libertad de expresión y libertad de información, y la participación del ciudadano en la toma de decisiones públicas, que es un requisito de la democracia. El deber ser del derecho a la información.

La Constitución Política colombiana declara que los medios de comunicación son libres pero tienen responsabilidad social. Para algunos expertos, la responsabilidad social de los medios se basa en su capacidad para construir una imagen de la sociedad y de los individuos que contribuya a la formación cultural. Por lo tanto, es necesario que exista una mayor integración entre la responsabilidad social de los medios de comunicación y los contenidos de los mismos.

La Corte Constitucional colombiana ha señalado que “la Constitución no destina un artículo específico del derecho a la comunicación, pero este sale a flote, como propio e inalienable de toda persona, con sistemáticamente varios principios y preceptos constitucionales (...) garantías todas estas que carecen de efectividad si no se asegurara que la persona goza de un derecho fundamental a comunicarse”<sup>(21)</sup>.

La Constitución Política de 1991, en virtud del artículo [20](#) de la Carta, reconoce los derechos a la ir fundar medios de comunicación, los cuales operan teniendo límite en la garantía institucional de la la responsabilidad social de los medios. “La realización del derecho fundamental a la información, medio masivo de comunicación como la televisión, incide de manera definitiva en el proceso de co opinión pública, que es la que tiene la responsabilidad, en un Estado democrático y participativo, de deslegitimar el ejercicio del poder, capacidad de la cual dependerá el fortalecimiento y consolidación de la democracia”<sup>(22)</sup>.

En este contexto la jurisprudencia colombiana ha valorado que “la televisión es el medio masivo de al que más poder de penetración se le atribuye en la sociedad moderna; a ella se le hace responsable la consolidación de un nuevo paradigma de vida, un paradigma cuyo epicentro es un individuo que, de la complejidad y densidad del contexto en el que se desenvuelve, necesita, para relacionarse con otros y realizar actos de comunicación que afectan y determinan su vida diaria, de intermediarios, necesita una medida que suplió la tecnología con la televisión; de hecho, a través de ella se han cimentado las bases de la cultura”<sup>(23)</sup>.

De allí la necesidad de que en la relación que establecen el Estado, los medios, los ciudadanos y sus familias se construya un justo equilibrio entre la libertad de información, la responsabilidad social de los medios de comunicación y la producción y emisión de los contenidos de la televisión.

### 3.2. Convergencia y globalización de los servicios de telecomunicaciones

La convergencia de contenidos, plataformas y canales de distribución está produciendo cambios importantes en la industria audiovisual. Los sistemas de televisión por cable, que antiguamente solo se utilizaba para contenido de radiodifusión, hoy se están transformando en redes interactivas que ofrecen video por acceso Internet de banda ancha y telefonía. La nueva oferta típica de los operadores consiste en un conjunto de servicios TIC, es decir, voz, acceso a Internet de banda ancha y televisión<sup>(24)</sup>, cobrados en una misma tarifa. En una segunda fase, se adicionan los servicios móviles para llegar al “cuádruple play”, los cuales hasta ahora comienzan a diseñarse en América Latina a través de la asociación de empresas de telefonía móvil, televisión por suscripción.

Por otra parte, el rápido crecimiento de la banda ancha posibilita la prestación de servicios con aplicaciones adicionales, dentro de los que se encuentra la televisión sobre demanda.

### 3.3. Integración vertical y horizontal de la industria de televisión

Los procesos productivos asociados a la industria de la televisión se organizan “en cadena”, lo cual implica que los agentes del mercado adoptan diferentes estrategias de comportamiento, como es la integración vertical, la subcontratación de procesos y actividades a terceros, o la integración de todos los procesos en un solo negocio empresarial<sup>(25)</sup>.

La convergencia de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información está alterando el mercado a nivel mundial, produciendo una expansión de la industria de telecomunicaciones a lo largo de la cadena de valor y una concentración de la propiedad, a través de procesos de integración vertical y horizontal. Como consecuencia, se han producido alianzas estratégicas y fusión de compañías, en las que confluyen los sectores de entretenimiento, la información y la conectividad<sup>(26)</sup>, y la incursión de los operadores en nuevos servicios.

Los cambios en la estructura de mercado le permite a las empresas atraer el interés de los usuarios y nuevos mercados, además de consolidar los actuales, aprovechando las economías de escala que por la integración de medios y la interacción entre ellos. A su vez, las economías de escala se traducen en eficiencia, en la medida en la que el contenido que anteriormente se producía y diseñaba para un medio puede ser distribuido por varios medios de transmisión. Lo mismo ocurre con los gastos de publicidad que se diseñan desde una perspectiva multimedial para maximizar su impacto.

### 3.4. La televisión como Unidad económica, social, cultural y tecnológica.

La televisión como un ámbito de la cultura y como un hecho social, constituye un objeto de regulación, operación, inspección, vigilancia y control que tiene como esencial e integral principio de política que debe interpretarse como una Unidad Económica, Social, Cultural y Tecnológica.

Detrás de estas relaciones, subyace una consideración relativa a la comprensión de la televisión como servicio público. Dentro del régimen de competencia, corresponde al Estado garantizar la igualdad de posibilidades de acceso al servicio y brindar las garantías necesarias para que las transformaciones preserven un adecuado equilibrio de las condiciones sociales, culturales y laborales para el ejercicio de la actividad.

El considerar la televisión como una unidad genera una particular responsabilidad en el diseño de políticas para el sector, ya que no es posible ver a la televisión como un asunto solamente económico, tecnológico o comunicacional, sin tener en cuenta sus recíprocos impactos tecnológicos, económicos, sociales, culturales y políticos.

Abordar a la televisión como totalidad es entonces una condición fundamental para determinar las políticas del sector.

La colaboración armónica entre las entidades públicas y la coordinación de la planeación pública

“El Estado frente a los medios masivos de comunicación, asume tres tipos de responsabilidades: el primero, no interferir, obstruir o impedir, haciendo un uso del poder que detenta, el desarrollo libre y autónomo que les competen a dichos medios; el segundo, producir, a través de los órganos legitimados para ello, la normativa que sea necesaria para impedir que otras fuerzas sociales o poderes impidan el ejercicio del derecho a ser informado, a ser informado y a fundar medios masivos de comunicación, sin violar con ello las demás garantías del ordenamiento superior; y el tercero, propiciar y garantizar el ejercicio pleno por parte de todos de los derechos fundamentales, los cuales a su vez son garantía del desarrollo efectivo del derecho a la información”<sup>(27)</sup>.

Conjunto de garantías ciudadanas y responsabilidades Estatales que en virtud del artículo [113](#) de la Constitución Política, involucran a órganos del Estado que tienen funciones separadas pero colaboran armónicamente en la realización de sus fines.

De allí la necesidad de que conforme a lo dispuesto en el artículo [209](#) de la Constitución, las autoridades administrativas coordinen sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado. Esto se traduce en la necesaria materialización de los principios de coordinación, subsidiariedad y concurrencia institucionalidad colombiana predica de la planeación pública Estatal.

FOROS DE SOCIALIZACION PLAN TV 2010-2013

4. FOROS DE SOCIALIZACION PLAN TV 2010-2013

#### 4.1. Metodología de los Foros de Socialización

Durante los meses de octubre y noviembre de 2009 la Comisión Nacional de Televisión diseñó y re-socializó el Plan TV 2010-2013 como la principal herramienta utilizada para implementar los cambios institucionales necesarios y mantener actualizado el modelo de desarrollo a la realidad sectorial.

Estos Foros contaron con la participación de los diferentes agentes del sector, el Gobierno, las comunidades organizadas, las universidades y la ciudadanía en general, para definir el modelo de televisión más adecuado para el país.

Medellín, Bucaramanga, Barranquilla, Montería, Bogotá, Cali y Manizales fueron las ciudades seleccionadas para realizar este ejercicio democrático, que buscaba la construcción de ciudadanía desde lo local, donde las comunidades participan en los procesos de toma de decisiones fundamentales para el desarrollo, y la organización de espacios de discusión y concertación estratégica.

A nivel nacional y regional, también se tuvo información y posibilidad de inscripción sin ninguna restricción de la CNTV y con invitación directa a través de correos electrónicos y de llamadas telefónicas a partir de los datos de la CNTV.

Los participantes analizaron las diferentes estrategias planteadas para el Plan de Desarrollo 2010-2013 desde sus puntos de vista, comentarios, sugerencias y soluciones, para hacer de este Plan una herramienta útil en el proceso de proyección del sector.

La metodología diseñada consistió en la recolección de dos tipos de información: cuantitativa y cualitativa. Como parte de este proceso, se diseñó una encuesta en la que los participantes evaluaban el nivel de importancia de cada una de las acciones propuestas para el Plan; posteriormente se dirigió el trabajo de discusión y análisis, en el que los asistentes, distribuidos por mesas de trabajo según los objetivos del Plan, profundizaron el contenido y aportaron sus ideas.

Cada mesa de trabajo estaba dirigida por un moderador cualificado que trabajó el mismo objetivo en las ciudades seleccionadas, lo que permitió alcanzar una mirada holística que proporcionó la posibilidad de un análisis profundo sobre cada uno de los temas trabajados. Las mesas de trabajo se distribuyeron así:

Mesa 1. Acceso universal al servicio de la televisión

Mesa 2. Calidad en los servicios de televisión

Mesa 3. Competitividad de la industria de la televisión

Mesa 4. Desarrollo de la televisión educativa y cultural y de interés público producida por otros agentes

#### 4.2. Trabajo de Campo. Foros de Socialización Plan TV 2010-2013

Una vez las personas se inscribieron en los foros, fueron distribuidas por mesas de trabajo según su nivel académico y ejercicio profesional. Esta disposición fue fundamental para obtener información pertinente y confiable frente a cada uno de los temas que plantearon en las mesas, pues se trata de opiniones calificadas provenientes de personas que tienen relación directa con el eje de análisis.

Cada uno de los foros comenzó con dos ponencias: En la primera, los participantes recibieron una presentación sobre la Comisión Nacional de Televisión, información de contexto acerca del Plan de Desarrollo 2010-2013 y los retos y objetivos del Plan de Desarrollo 2010-2013; luego se hizo una explicación completa sobre el modelo de implementación de la Televisión Digital Terrestre, como un tema transversal al desarrollo de la televisión.

colombiana durante los próximos diez años.

Posteriormente, los asistentes llenaron una encuesta de 40 puntos en la que calificaron su percepción de los objetivos planteados para el Plan de Desarrollo del próximo cuatrienio; en ellas se enunciaban diez objetivos esbozados por la CNTV para cada objetivo, estrategias que los participantes calificaban a través de una escala de 1, No es Importante hasta 5, muy Importante. El ánimo de esta encuesta fue que todos los asistentes expresaran su opinión sobre los objetivos del Plan.

Una vez resuelta la encuesta, comenzó el trabajo en las mesas donde cada moderador dirigió la discusión de acuerdo con los objetivos específicos que se incluyen en cada uno de los cuatro grandes temas. Todas las intervenciones fueron grabadas en audio, cuya transcripción permitió la posterior categorización, no solo para definir los resultados de la investigación cualitativa. Este ejercicio de discusión tuvo una duración de 45 minutos en promedio por cada ciudad.

#### 4.3. Resultados Encuesta Cuantitativa

Los resultados de la encuesta cuantitativa arrojaron 304 registros en siete ciudades de Colombia:

Bucaramanga	52 encuestas 17.1%
Barranquilla	50 encuestas 16.4%
Bogotá	46 encuestas 15.1%
Cali	43 encuestas 14.1%
Manizales	41 encuestas 13.5%
Medellín	38 encuestas 12.5%
Montería	34 encuestas 11.2%
Total	304 encuestas 100%

El grado de escolaridad de los asistentes a los siete Foros fue en su mayoría profesionales (43%), se incluyeron también asistentes profesionales con posgrado (28%), bachillerato (15%) y técnico (12%). Así mismo, la participación en su orden 3 (28%), 4 (26%) y 5 (18%). El 61% de las personas que respondieron las encuestas fueron hombres y el 38% mujeres y el 1% no respondió. La participación por ciudades fue en su orden: Bucaramanga (17%), Barranquilla (16%), Bogotá (15%), Cali (14%), Manizales (14%), Medellín (13%) y Montería (11%).

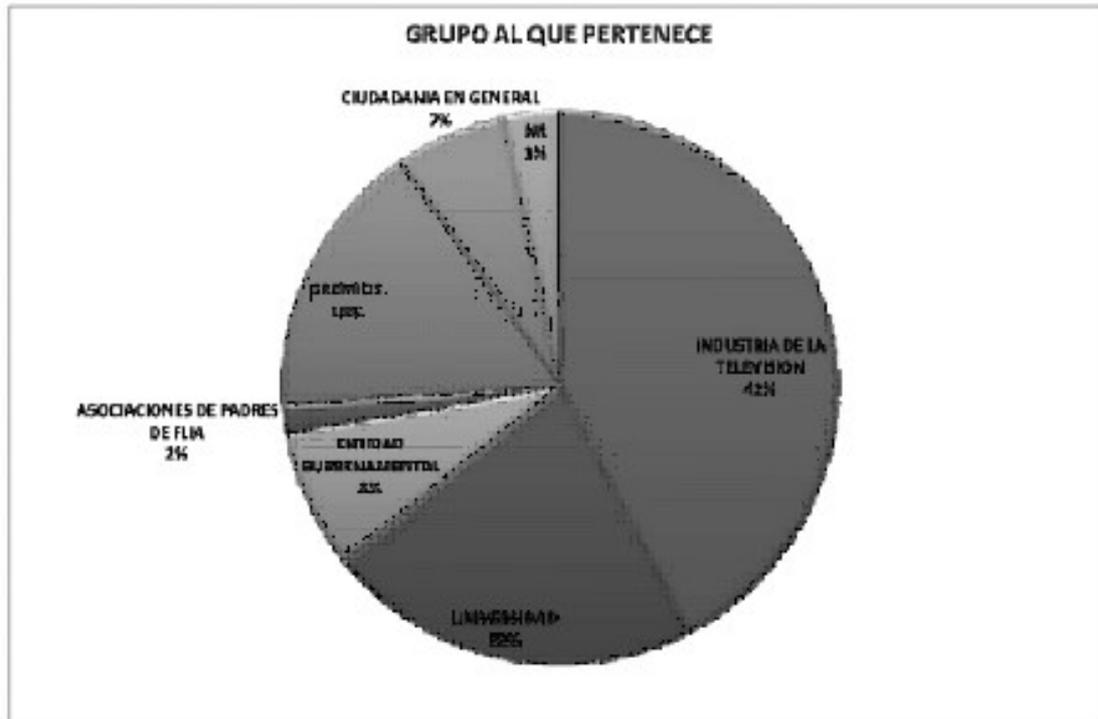
El 43% de los asistentes a los Foros pertenecen a la industria de la televisión, es decir operadores de canales de televisión privados, públicos, regionales y locales con y sin ánimo de lucro, empresas de televisión por suscripción, realizadores o productores independientes. Las personas de la industria participaron mayoritariamente en la mesa 1, competitividad de la industria de la televisión y en la mesa 4, sobre el desarrollo de la industria de la televisión educativa y cultural.

El 22% de las personas que participaron en los foros pertenece a las universidades, es decir, estudiantes, administrativos, profesores y encargados de los centros de producción audiovisual de las instituciones de educación superior. Estas personas se inclinaron más por el trabajo en las mesas 2, calidad en los servicios de la industria de la televisión y la mesa 3, competitividad de la industria de la televisión.

Los gremios, entendidos como juntas de acción comunal, cooperativas, asociaciones de televisión comunal, formaron el 16% de los asistentes a los Foros, quienes concentraron su trabajo en las mesas 1 de acceso al servicio de televisión y mesa 3, competitividad de la industria de la televisión; seguidos en 8% por personas pertenecientes a entidades gubernamentales, en su mayoría representantes de las Secretarías de Educación municipales y departamentales, y algunos representantes de los Ministerios de Cultura y Educación. Estas personas participaron prioritariamente en la mesa 3 de competitividad en la industria de la televisión.

El 7% de los asistentes, fueron catalogados como ciudadanía en general, en su mayoría maestros de periodistas de otros medios, filósofos, abogados, artistas y personas de las diferentes áreas de las ciencias humanas. Finalmente, el 2% de los asistentes a los Foros pertenecen a asociaciones de padres de familia. Los grupos participantes mayoritariamente en la mesa 1 de acceso universal y en la mesa 2 de calidad de la televisión. Es importante anotar que durante los siete foros no hubo ninguna persona afiliada a ninguna de las asociaciones de televidentes.

#### Caracterización del Encuestado



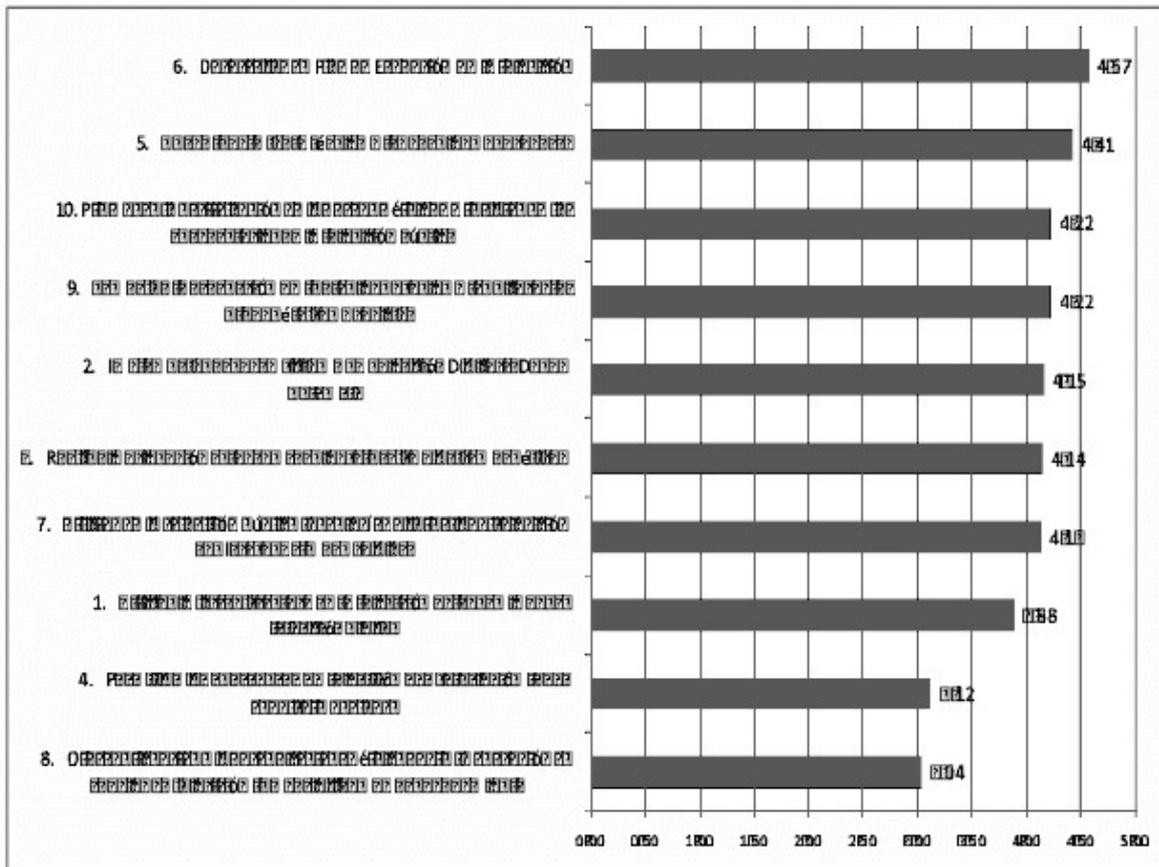
#### 4.3.1. Resultados encuesta acceso universal al servicio de la televisión

Este tema aborda como puntos principales el aprovechamiento de la convergencia de redes y servicios, implementación de nuevas tecnologías; la promoción del uso eficiente y eficaz del espectro electrónico asignado al servicio de televisión; asegurar el acceso de la población a los operadores nacionales y equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión.

Frente a estos temas, los dos puntos calificados como los más importantes fueron la necesidad de un plan de expansión de la televisión, y de hacer seguimiento técnico a los canales y operadores. Lo más importante fue permitir a los operadores de televisión por suscripción tener cobertura nacional y otorgar licencias a organizaciones étnicas para la operación de canales de televisión con posibilidad de encadenamiento.

Es importante considerar, que si bien los asistentes a los foros evaluaron como medianamente importante el otorgamiento de las licencias para las organizaciones étnicas, sí fue calificada como muy importante la participación de los grupos étnicos y sociales en las convocatorias de la televisión pública y el fomento de la producción de contenidos propios a los diferentes grupos étnicos y sociales.

#### Acceso Universal al servicio de televisión

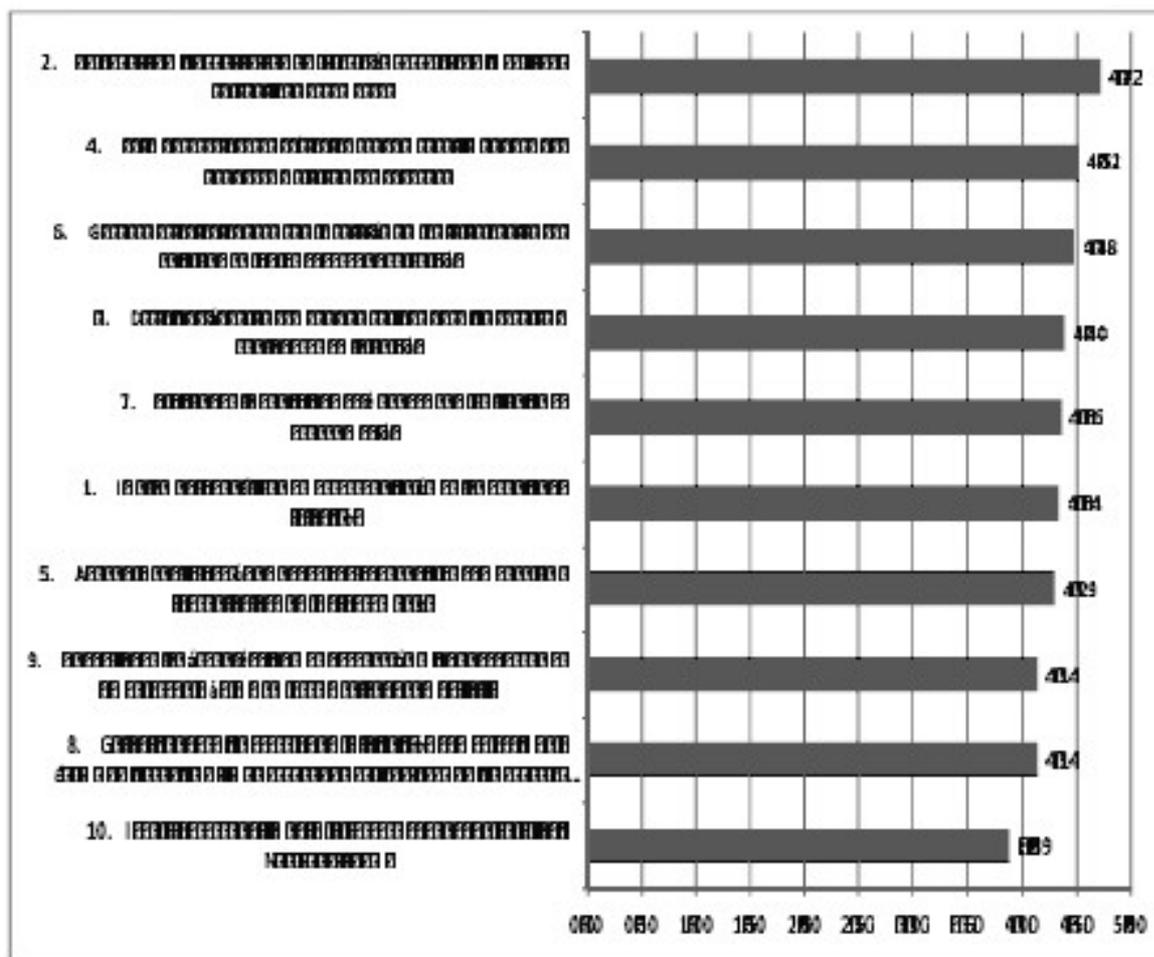


#### 4.3.2. Resultados encuesta garantizar la calidad en los servicios de televisión

Los temas relacionados con el control y vigilancia de los contenidos de televisión, la protección al servicio de televisión y a los televidentes y la cualificación a los agentes para el mejoramiento de la programación de la televisión son los principales elementos que integran el segundo objetivo del PI

Frente a este tema, los temas mejor evaluados fueron los relacionados con la necesidad de velar por contenidos de televisión fortalezcan la cultura y la identidad colombiana, la formación de televiden creación de mecanismos para que estos conozcan y presupuesto para el fortalecimiento del Canal U Nacional Zoom.

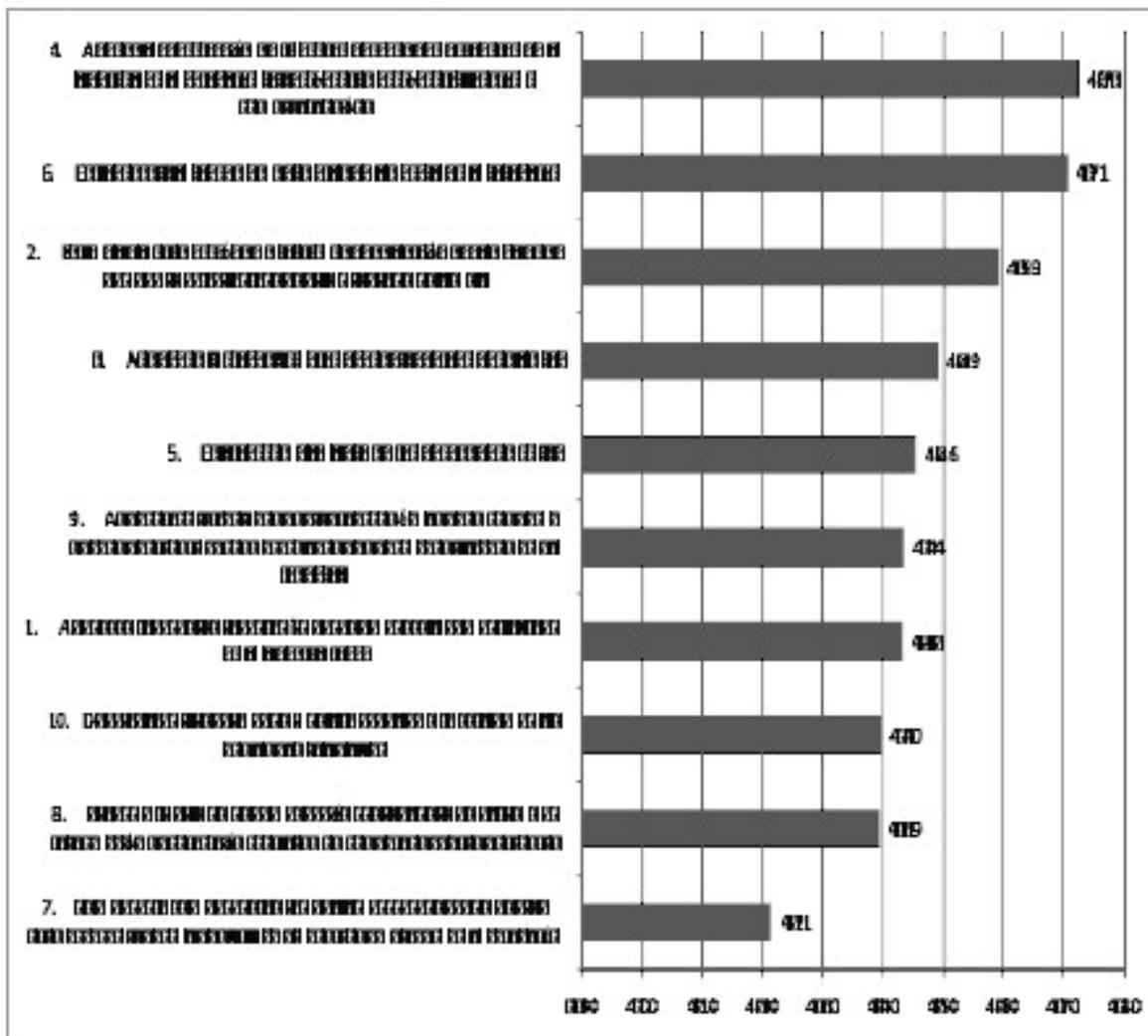
Calidad en los servicios de la televisión



#### 4.3.3. Resultados encuesta crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria d

Para este objetivo los elementos considerados fueron la formulación de políticas para la incorporac tecnologías, el impulso al desarrollo de la industria, fomento a la libre y leal competencia y manten actualizada del sector; todas las estrategias planteadas en este objetivo fueron calificadas como muy siendo las dos más altas la necesidad de apoyar la capacitación de todas las personas que trabajan e la televisión (creación, producción, distribución y comercialización), y evitar el surgimiento de mo industria de la televisión. Esta segunda respuesta se contrasta con la que fue catalogada como la me que es fomentar la competencia y reducir las barreras para que otros productores tengan la posibilic el mercado de la televisión, a pesar de la evidente relación que hay entre la formación de monopoli de competencia.

Condiciones Institucionales para la competitividad de la industria



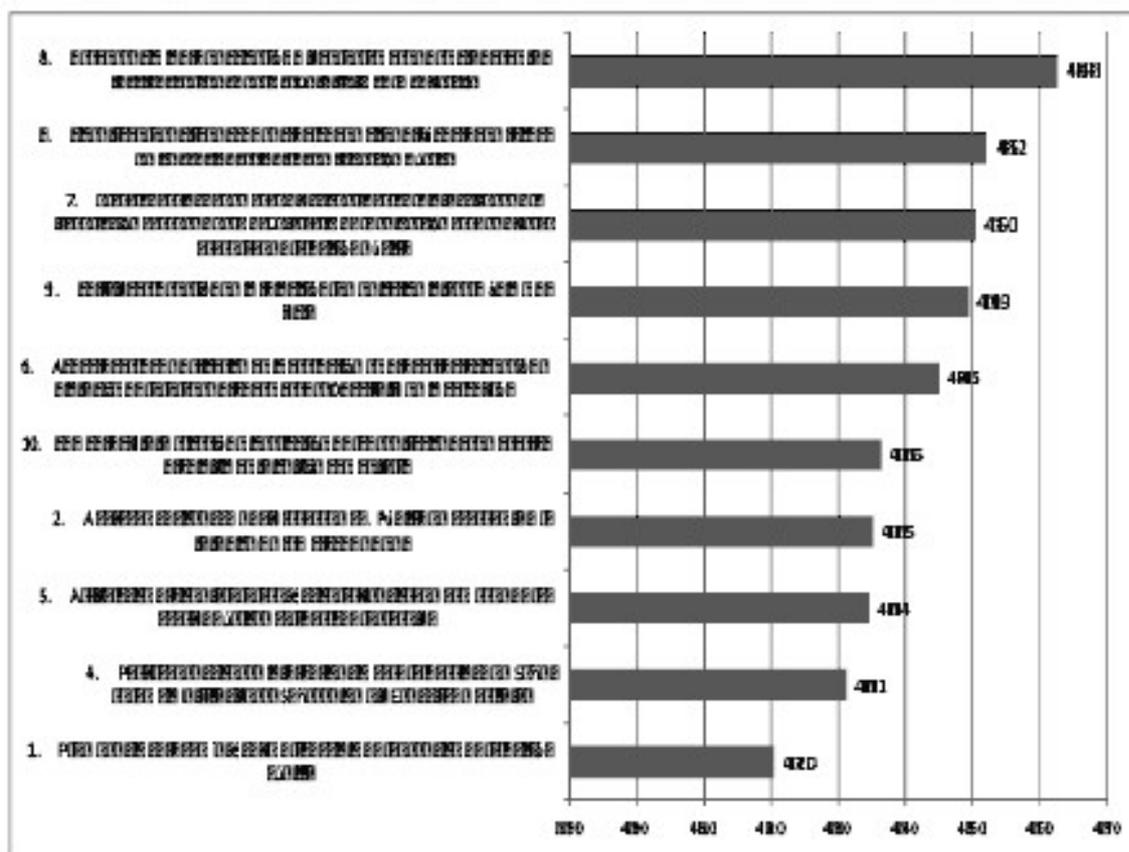
#### 4.3.4. Resultados encuesta promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión pública.

La adopción de prácticas de Buen Gobierno Corporativo, articulación de acciones entre canales pú y regionales, el fortalecimiento del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y el apoyo a la televis y local sin ánimo de lucro son los cuatro puntos principales que compone el objetivo 4 del Plan de

En este sentido, lo más importante para los participantes en los Foros fue la necesidad de hacer segu evaluación a los programas que se producen con recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televi producciones con contenidos de altos estándares de calidad en los canales nacionales de televisión ] puntos con menor evaluación para este objetivo fueron los relacionados con la necesidad de posicic internacionalmente la identidad de Señal Colombia Institucional y Señal

Colombia Educativa y Cultural, y por último, promover la autonomía técnica y financiera de los ca televisión pública.

Promover el desarrollo de la televisión educativa, cultural y de interés público



En la encuesta cuantitativa se observó una tendencia que posteriormente se ratifica en la investigación que tiene que ver con la importancia de reforzar los contenidos culturales en la televisión colombiana: capacitación de todos los agentes del sector, revisar el uso de los recursos que se asignan desde el Plan de Desarrollo de la Televisión y el apoyo a los grupos étnicos y las minorías culturales desde los contenidos.

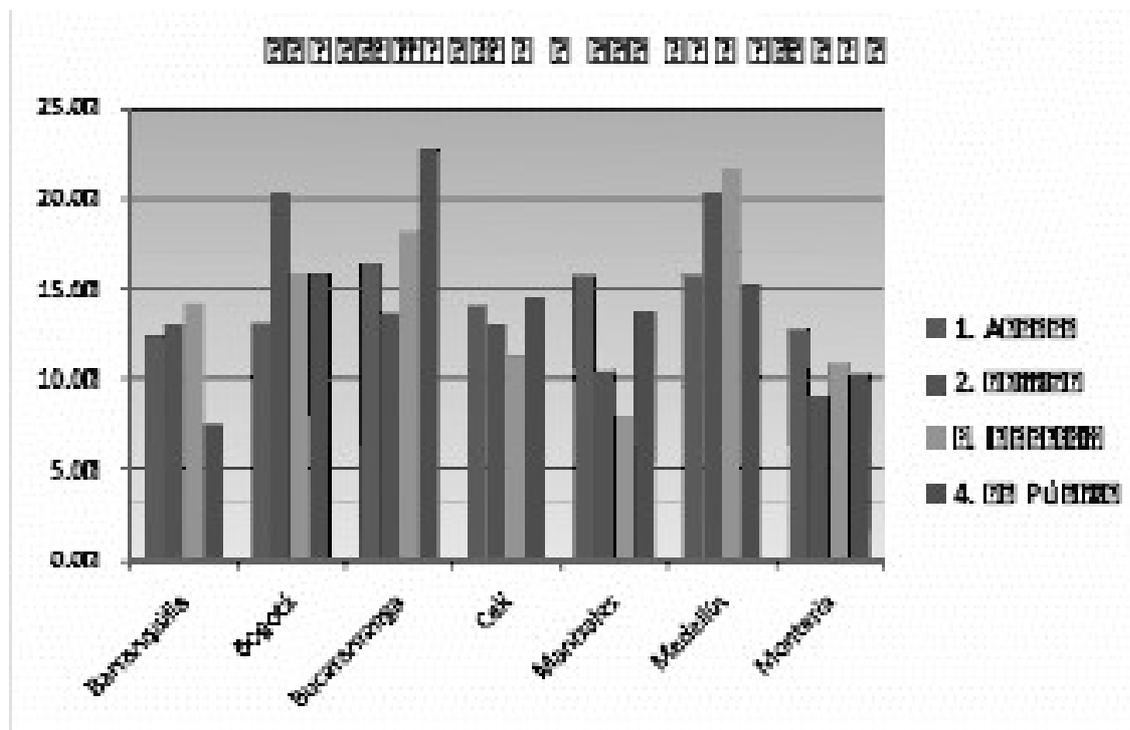
#### 4.4. Resultados Investigación Cualitativa

Todas las opiniones, sugerencias, quejas y propuestas planteadas durante la fase cualitativa en las 15 ciudades del país fueron grabadas. El total aproximado es de 50 horas, las cuales fueron transcritas. Para manejar el volumen de información, las opiniones de los asistentes en su fase cualitativa fueron clasificadas por tema, objetivo y categoría. A partir de esta clasificación se trabaja sobre un total de 907 registros que se volvieron a catalogar según su contenido en 15 categorías, que corresponden a los 15 subtemas de los ejes del Plan de Desarrollo 2010-2013.

Esta categorización hizo caso omiso a la mesa en la que se planteó el tema, y reubicó los comentarios de acuerdo a las cualidades conceptuales:

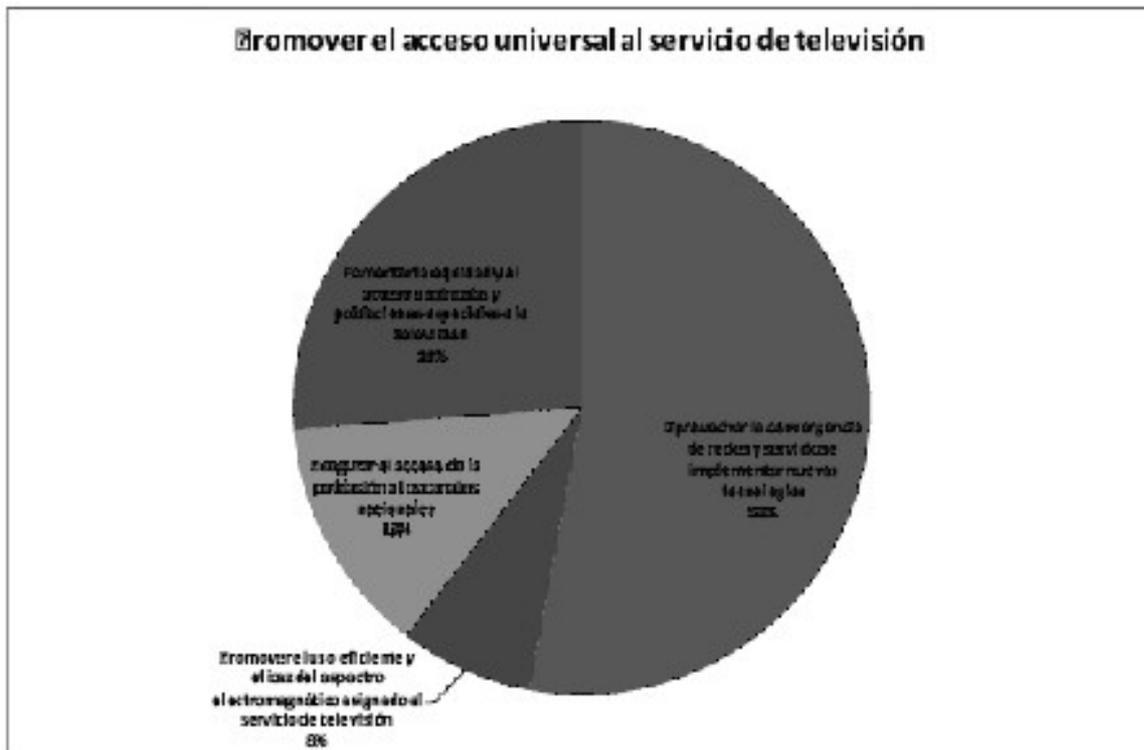
1. TDT
2. Espectro electromagnético
3. Cobertura
4. Acceso a minorías
5. Control y vigilancia de los contenidos
6. Protección a los televidentes

- 7. Capacitación a la industria
- 8. Incorporación de nuevas tecnologías
- 9. Desarrollo de la industria
- 10. Fomento a la libre y leal competencia
- 11. Información actualizada del sector
- 12. Prácticas de Buen Gobierno Corporativo
- 13. Articular acciones entre canales públicos nacionales y regionales
- 14. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión
- 15. Apoyar la televisión comunitaria y local sin ánimo de lucro



4.4.1. Resultados promover el acceso universal al servicio de televisión

Frente al tema de la promoción al acceso universal al servicio de televisión hubo en total 186 comentarios, de los cuales 99 tuvieron relación con el aprovechamiento y la convergencia de redes y servicios y la implementación de nuevas tecnologías, particularmente la Televisión Digital Terrestre, 49 comentarios tuvieron como tema el acceso de las minorías al servicio de televisión; 24 comentarios fueron acerca de la cobertura y 14 con la promoción del uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético.



#### 4.4.1.1. Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías

La discusión sobre la convergencia de redes y nuevas tecnologías se centró en las siete ciudades sobre Televisión Digital Terrestre. Las dos mayores preocupaciones por parte de los asistentes a los foros fueron la relación con los costos que tendrá para los canales, particularmente locales y comunitarios, la implementación del sistema y la capacitación en todo lo relacionado con esta nueva tecnología. Frente al hecho de la implementación del sistema, se sugiere la creación de créditos blandos y exenciones tributarias que permitan la actualización de los sistemas; y desde los canales locales sin ánimo de lucro y los comunitarios, se plantea la posibilidad de incentivos para que una vez los grandes canales realicen su actualización tecnológica, estos donen recursos más pequeños para su producción.

La otra gran preocupación está relacionada con la recepción de la señal por parte de sus consumidores. Las preguntas particulares sobre los aparatos de televisión que se deben comprar y vender, el costo de los decodificadores y las ventajas del sistema; para este problema se sugirió la realización de campañas en los medios masivos para informar a los usuarios y comerciantes el tipo de televisores adecuados para el nuevo sistema.

Los contenidos que se entregarán con la nueva televisión, fue otro de los temas predominantes en la discusión sobre el acceso, donde se hizo especial énfasis en que estos deben cambiar en relación con la televisión actual. Los asistentes expresaron un gran desconocimiento por todo lo relacionado con el sistema de la TDT, y la convergencia de redes y servicios para lo que se pidió más trabajo de información en lo relacionado con los equipos que deben comprar los productores y canales para asumir el cambio tecnológico, el tiempo que tomará la implementación del sistema, la legislación que se planteará sobre el tema y la elección del estándar escogido para Colombia.

#### 4.4.1.2. Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de televisión

Frente al tema de la promoción del uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético se evidenció un poco de interés y/o desconocimiento en el tema en todo el país. Desde algunos canales se planteó la necesidad de esta reestructuración considerando criterios como los socioeconómicos, la naturaleza jurídica, y los poblacionales a los que llegarán los canales. También hubo algún interés por conocer en el menor tiempo

número de frecuencia que se entregará a los canales regionales.

Se planteó temor frente a los traumatismos que pueda traer el cambio de frecuencias, se sugirió dejar como están en la actualidad y manejar 8 megas en lugar de seis.

#### 4.4.1.3. Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

Frente al tema del acceso de la población a los canales nacionales, más de la mitad de los comentaristas relacionaron con la ausencia de la señal de los canales de televisión nacionales en algunas zonas de particularmente en la frontera con Venezuela, donde los habitantes de la región tienen más acceso a un vecino. El otro tema importante frente al acceso está relacionado con la importancia de la implementación de TDT como posible solución a los problemas de cobertura que se tiene en la actualidad, y un comentario a la pertinencia de la CNTV en este tema o si este es un asunto que debe solucionar el Ministerio de Comunicaciones.

#### 4.4.1.4 Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión

El tema de la equidad y el acceso a las minorías y poblaciones especiales a la televisión tuvo varias expresiones, un lado se enfatizó la necesidad de producción de programas hechos por los integrantes de grupos minoritarios donde se represente su propia mirada frente a su cultura, aunque no necesariamente se habló de autoprogramación de canales exclusivamente para su producción y emisión, sino de la necesidad de abrir espacios en la televisión nacional, regional, local y comunitaria para emitir sus producciones.

Adicionalmente se planteó la necesidad de cuidar los contenidos sobre las minorías, tanto en cantidad como en calidad de los mismos, pues las personas que hablaron sobre el tema consideraron en su mayoría que no había suficientes programas con contenidos relacionados con las culturas de otros grupos sociales diferentes a los dominantes.

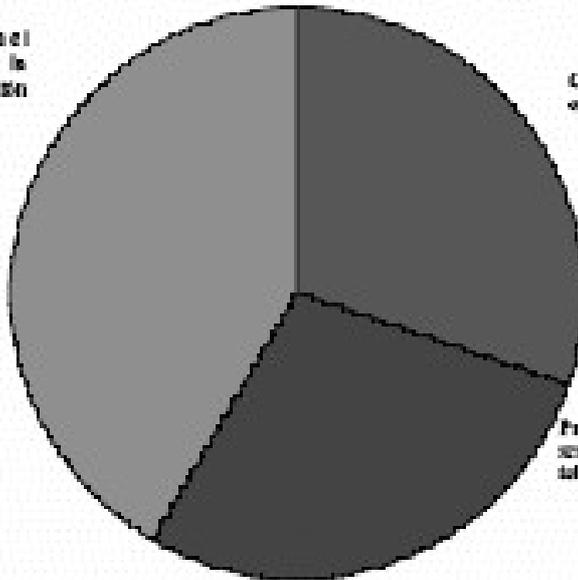
Por último, frente a la equidad en el acceso a las minorías, se habló de la necesidad de tener una ley que regule frente a conceptos como la televisión étnica, la participación de estos grupos en la dirección de la Corporación de Televisión y consideraciones sobre la cobertura del servicio de televisión a algunos grupos minoritarios que todavía no llega la señal.

#### 4.4.2. Resultados garantizar la calidad en los servicios de televisión

La calidad en los servicios de televisión tuvo un total de 153 comentarios, siendo este uno de los temas más importantes a los que se llegaba en todas las mesas y todas las ciudades, y que siempre estuvo relacionado con los temas de discusión. Lo más importante para los asistentes de los foros fue la necesidad de cualificar a los agentes de la cadena de valor con 84 opiniones; seguido por establecer más control y vigilancia sobre los contenidos de la televisión con 61 comentarios y finalmente la protección de usuarios y televidente con 8 comentarios.

### Garantizar la calidad en los servicios de televisión

Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión 43%



Control y vigilancia de los contenidos de televisión 30%

Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes 28%

#### 4.4.2.1. Control y vigilancia de los contenidos de televisión

El siguiente tema con más opiniones es el de la regulación, de los cuales se plantea directamente que autorregulación de los canales no está siendo efectiva; a este tema se pueden ligar los comentarios como un problema la falta de sanciones por parte de la CNTV cuando se incumplen las normas; por incumplimiento de los horarios, que fue, para las personas que trabajaron este tema, la norma que no en televisión colombiana, y el asunto de la responsabilidad social de la televisión en lo relacionado con

Adicionalmente se plantó la falta de control sobre los contenidos que llegan por los canales internacionales cable, la mala calidad de los programas infantiles y de los “enlatados”.

#### 4.4.2.2. Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes

En el tema de la protección a los usuarios del servicio de televisión lo más importante para los participantes en los Foros es la necesidad de trabajar en la protección de los televidentes, especialmente en lo relacionado con el defensor del televidente y los mecanismos de participación de los ciudadanos, donde si bien el defensor entiende como una figura importante, hay descontento frente a la eficiencia del mismo en los diferentes temas que plantean la necesidad de convertirlo en alguien realmente significativo.

El segundo tema más importante es la necesidad de formación de audiencias con capacidad crítica para entender los contenidos de la televisión; en ese sentido, en varias ciudades se enfatizó en la importancia de continuar con la realización del programa La TV te ve, como una buena iniciativa de educación de audiencias aunque al mismo tiempo se criticó la falta de difusión de dicho espacio y se propuso copiarlo en DVD y entregarlo en las instituciones educativas del país.

En las diferentes ciudades se enfatizó en la necesidad de crear asociaciones de ciudadanos televidentes con capacidad crítica de la televisión en Colombia, ejercer el control y vigilancia sobre los contenidos y promover el cumplimiento de los derechos de los televidentes, cuyo desconocimiento fue uno de los temas de discusión en los foros, también en los temas relacionados con la publicidad.

#### 4.4.2.3. Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión

El asunto de la cualificación de los agentes para el mejoramiento de la producción fue un elemento constantemente dentro de las cuatro mesas de trabajo, e independiente al tema que se estuviera trabajando. Las personas asistentes a los foros continuamente enfatizaron en la necesidad de capacitación y cualificación en las áreas, donde se plantea la falta de capacitación como la responsable principal de los problemas, particularmente en los canales comunitarios, locales y regionales.

El tema más recurrente estuvo relacionado con la formación profesional de los estudiantes universitarios y profesores de las instituciones de educación superior, quienes no están actualizados en las nuevas tecnologías de la televisión, ni en las mallas curriculares de las facultades; se observó también gran preocupación por el diálogo que hay entre las universidades y los canales regionales, locales y comunitarios y la falta de apoyo entre ellos, incluso en el desinterés de los estudiantes por participar en ellos.

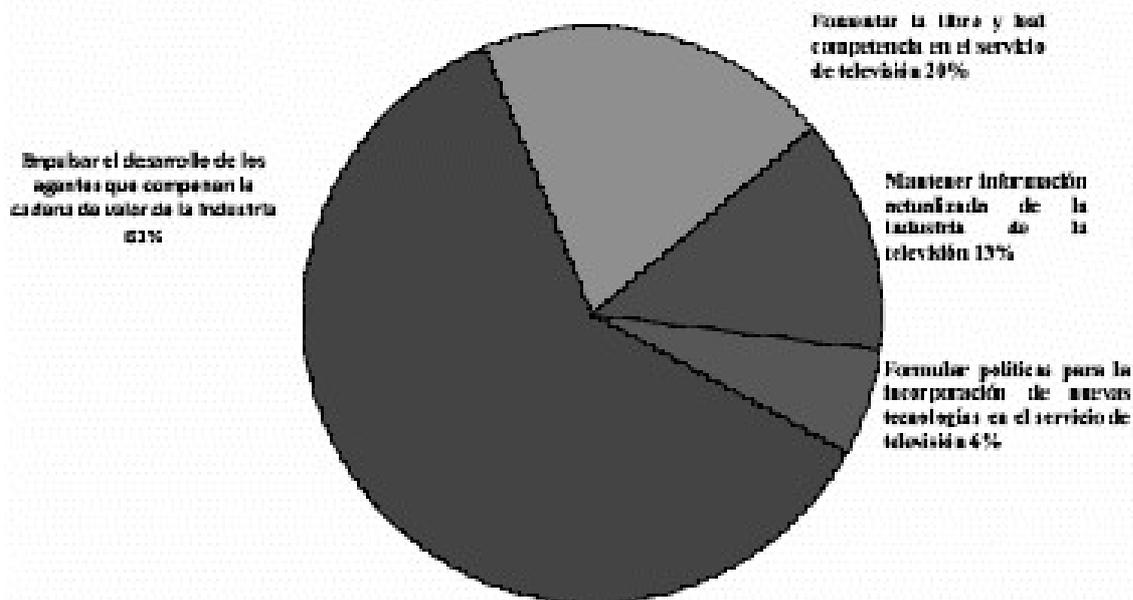
Frente a este tema se lanzó la propuesta de trabajar en el reconocimiento de la profesión del comunicador del Estado para profesionalizar el medio y se enfatizó en la importancia de generar redes de cooperación entre universidades, los canales de televisión y la CNTV para enfocar el trabajo en una misma línea.

Constantemente se pide capacitación general en todas las áreas de la cadena de valor; particularmente en la formación tecnológica que manifiestan ser la mayor falencia, seguida de formación en contenidos, proyectos, dirección y administración de los canales, comercialización, programación y área jurídica. Como solución a la capacitación se le planteó como solución novedosa para la CNTV la utilización de las TIC con la implementación de plataformas E-learning donde las personas de todo el país tengan acceso, vía internet, a la capacitación en distintas áreas de la producción audiovisual.

#### 4.4.3. Resultados crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

El tema de la creación y fortalecimiento de una industria de la televisión competitiva fue el tema que se trató desde distintos ángulos en los foros con 303 comentarios, de los cuales 185 comentarios estuvieron relacionados con el impulso al desarrollo de los agentes que componen la cadena de la industria, 60 a la libre y leal competencia, 40 a la necesidad de mantener información actualizada de la industria de la televisión y 18 a la formulación de políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión.

### Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la Televisión



servicio de televisión

El tema que más preocupa frente a la incorporación de las nuevas tecnologías, está relacionado en t con los equipos de la implementación del sistema de Televisión Digital Terrestre para los productores independientes y los canales comunitarios, ligado particularmente al problema del manejo técnico y el cambio que significa la nueva tecnología para la producción.

Adicionalmente se sugieren la implementación de un estándar de producción unificado para todos l fin de disminuir los costos que implica producir y transferir en distintos formatos. La incorporación tecnologías se planteó la mayoría de las veces en los temas de acceso a la TDT y desarrollo de la in

#### 4.4.3.2. Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria

El impulso al desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria, mostró la preocupación en lo relacionado con la sostenibilidad de la industria, donde se plantean problemas c organizacionales poco sostenibles debido principalmente a la falta de audiencias, en relación con la producción de los canales regionales, locales y comunitarios.

Adicionalmente se plantea la apatía de las empresas de las regiones para pautar en televisión educa lo que se propone la creación de un mecanismo similar a la Ley del Cine en el que se disminuyan lo para las empresas que apoyen la televisión pública; y el problema de la falta de apoyo de algunas g alcaldías a los canales públicos, que se ven obligados a producir gratis para los entes gubernamenta

Otro gran problema que se planteó en los foros es la necesidad de impulsar una televisión regional con contenidos entretenidos y formatos novedosos como alternativa para aumentar audiencias, tema que estrechamente relacionado con el asunto de la sostenibilidad, los niveles de audiencia y la dificultad de comercialización. Los productores independientes también plantearon las dificultades a las que se e producir para los canales regionales, situación que no permite la consolidación de una industria auténticamente descentralizada.

El asunto de la promoción de los derechos de autor fue muy importante en la medida en que es evidente el desconocimiento que se tiene en todas las esferas del medio sobre el tema, desconocimiento que a menudo utilizado como excusa para no cumplirlos. Se plantea la necesidad de promover la producción de programas originales para los programas, con lo que se ayuda a crecer una industria.

Adicionalmente se expresa la necesidad de revisar las cargas regulatorias de todos los agentes del sector, una sensación generalizada de que las cargas no están bien distribuidas, y en el caso de algunos canales de cable, plantean la ausencia de una reglamentación clara para su ejercicio.

El tema del archivo del material audiovisual en video, especialmente el que está en formatos en desuso, es considerado como un elemento importante en el desarrollo de la industria, y se propone el trabajo conjunto con el Patrimonio Fílmico para comenzar a implementar protocolos de archivo que permitan la conservación del mismo. Así mismo, la falta de rigor para llevar libros de producción en los proyectos se planteó como uno de los problemas que no permite el intercambio de los programas entre canales, y menos aún su comercialización en

En el tema del desarrollo de la industria también se consideró el asunto de la convergencia de redes, donde se plantea un elemento de la TDT sino el uso de internet como espacio de difusión de los productos audiovisuales. Hay comentarios sobre la llegada de los canales internacionales a producir en Colombia.

#### 4.4.3.3. Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de televisión

Frente al asunto de la libre y leal competencia hay dos temas con igual importancia, estos son la medición de audiencias y la comercialización. La medición de audiencias genera inconformismo absoluto por parte de los canales regionales consultados, pues consideran que la medición que se hace con los people meter es inapropiada para la televisión regional, donde su público está también fuera de los grandes conglomerados urbanos. Por lo tanto, se propone buscar otra forma de medición.

“La dictadura del rating sobre lo que se hace, y aun más sobre lo que podría hacerse en televisión, es el indicador de cada día más estrecho y empobrecido panorama de la televisión que tenemos. Por lo tanto, para corregir en algún grado esas distorsiones, numerosos países en Europa disponen de otro tipo de inversión, que está a cargo de las propias instituciones públicas que regulan la televisión”<sup>(28)</sup>.

El otro gran problema que se planteó en los foros frente a la competencia está en la posibilidad que los canales regionales operados por operadores de cable se comercialicen, lo que para los canales regionales significa una disminución de recursos, considerando que estos reciben recursos directos de sus afiliados.

En términos de producción también se mencionaron algunos problemas, y aunque expresan que la mayoría de las ciudades diferentes a Bogotá es lo suficientemente grande para la creación de modelos de producción, se encuentra un temor de parte de las empresas productoras en relación con las posibilidades de producción que permite la nueva tecnología para cualquier persona que quiera producir en el medio; así mismo hay diferencias en costos de producción entre los productores independientes y los canales regionales. Esto plantea la llegada del tercer canal como un elemento que modificará el mercado.

#### 4.4.3.4. Mantener información actualizada de la industria de la televisión

El tema de la investigación académica en los diferentes temas de la televisión es el más importante, desde la creación de observatorios de medios, hasta propuestas de concursos y programas de apoyo a la producción por parte de CNTV para que las universidades desarrollen estudios que puedan ser aplicados y útiles en el medio, particularmente en los estudios de audiencias, cuya ausencia en las regiones no le permite a los canales regionales contar con el conocimiento previo del mercado al que se dirigen.

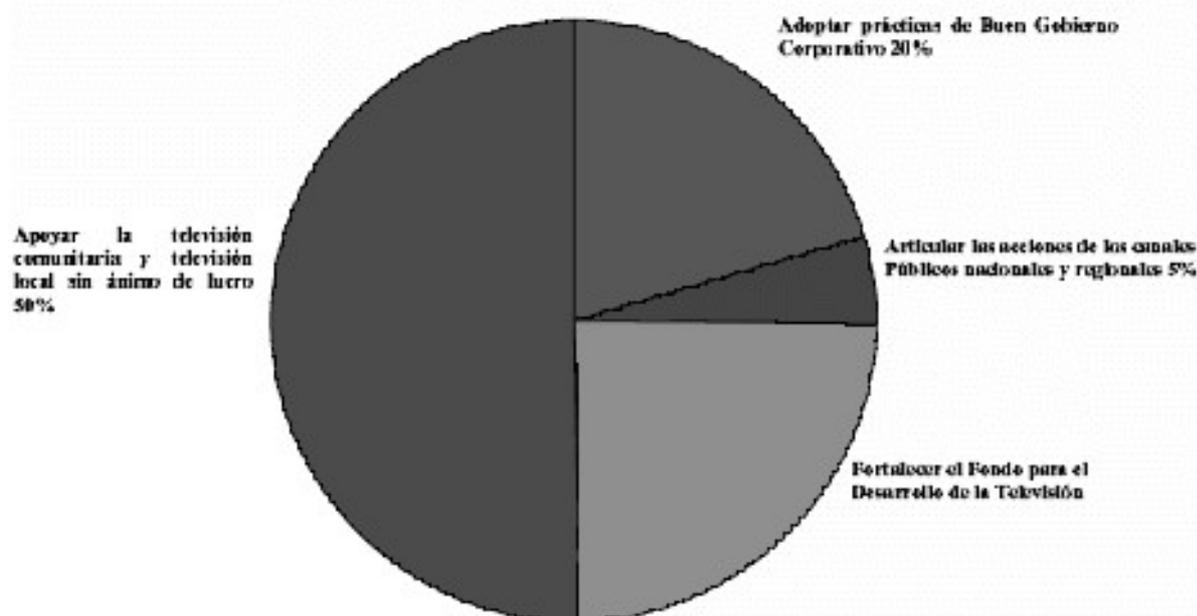
Otro de los puntos con gran relevancia en esta discusión se centró en el desconocimiento que hay por parte de CNTV de la industria en general, particularmente de los productores independientes y canales locales de lucro; de ahí surge la propuesta de crear una gran base de datos nacional, que sea de acceso abierto a todos los eslabones de la cadena de la industria de la televisión en Colombia.

Frente a la Comisión Nacional de Televisión se planteó la dificultad que tienen los ciudadanos para acceder a información oportuna y confiable, no sólo en el sitio web sino en otros medios, frente a las convocatorias de concursos y la demás información que se genera desde esta entidad, y los resultados de las investigaciones, desde allí se realizan.

#### 4.4.4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público y otros agentes del sector.

El tema de la promoción del desarrollo de la televisión educativa y cultural, y la televisión de interés público, recibió 215 comentarios; 108 de los cuales están relacionados con la necesidad de apoyar más, desde distintos puntos de vista, el crecimiento de la industria local, particularmente de la televisión comunitaria, universitaria y local de lucro; el segundo tema más relevante en este tópico está relacionado con el Fondo para el Desarrollo de la Televisión, con 53 comentarios, seguido de cerca por la necesidad de adoptar prácticas de buen gobierno corporativo, donde hay 44 comentarios, y por último 10 comentarios acerca de la articulación de canales públicos nacionales y regionales.

### Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la Televisión de interés públicos producida por otros agentes del sector



#### 4.4.4.1. Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo

Frente a la adopción de prácticas de Buen Gobierno Corporativo, los asistentes a los foros plantearon inconformidad en relación con el funcionamiento de la Comisión Nacional de Televisión frente a los gastos de funcionamiento de la Comisión, la credibilidad de la Institución y la forma en que se eligen representantes.

En este mismo tema se habló también de la influencia de la política, y los políticos, en el funcionamiento de los contenidos de los canales locales y regionales, lo que no permite que haya continuidad en las producciones audiovisuales, sino que cada canal comienza nuevamente de cero con los cambios de alcaldes y gobernadores. En esta situación solicitan buscar mecanismos para regular que dentro de la estructura de los canales exista independencia de los gobernantes de turno; finalmente la forma como se adjudican los contratos en televisión pública y regional, se presenta como un problema, pues más que la calidad, los contratos se adjudican como cuotas políticas.

#### 4.4.4.2. Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales

En el tema de la articulación entre las acciones de los canales públicos nacionales y regionales, se planteó la realización de coproducciones o programas donde la producción de las regiones se muestre en la televisión nacional. Así mismo se plantea la necesidad de apoyo para la Red de Canales Regionales, la articulación de los canales a partir de la definición de objetivos comunes, las coproducciones entre canales nacionales públicos y el apadrinamiento como estrategias de apoyo a los canales pequeños. Adicionalmente, se expresó el descontento frente a la centralización de las producciones de Señal Colombia, a lo que se propone una forma como se realizan las licitaciones para este canal.

#### 4.4.4.3. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión

En cuanto al Fondo para el Desarrollo de la Televisión, la mayor preocupación para los asistentes a los foros es relacionada con la distribución de los recursos que se entregan a los canales, particularmente los montos

entregan a Señal Colombia en comparación con lo que se asigna a los canales regionales; otra inconstante es que este dinero es utilizado directamente por los canales regionales, lo que significa que los canales locales, los productores independientes, ni los canales comunitarios tienen la posibilidad de acceder a tener propuestas interesantes y de calidad; además los asistentes a los foros mencionaron la dificultad de obtener información de requerida en los formatos y procedimientos para acceder a los recursos del Fondo.

El control de los recursos del FDTV fue también importante y se plantea la creación de un mecanismo que el dinero del Fondo sea utilizado adecuadamente por los canales en el proyecto asignado. En ese sentido se plantea el problema de la carga pensional de Inravisión, y la disminución de los impuestos de los operadores como elementos que afectarán los ingresos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los recursos para el apoyo a la televisión pública regional.

#### 4.4.4.4. Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro

El tema del apoyo a la televisión comunitaria y la local sin ánimo de lucro fue el más discutido durante el trabajo, frente al desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público en lo relacionado con la financiación de este tipo de canales. En ese sentido se expresa temor frente a las implicaciones que tiene el cambio tecnológico y la falta de recursos para el fortalecimiento de la industria.

El tema de la financiación está estrechamente ligado al asunto del reconocimiento que solicitan los canales comunitarios, locales y universitarios por parte de la CNTV, quienes consideran que son desatendidos por la Comisión, y que esta sólo se preocupa por los privados nacionales, públicos nacionales y los regionales.

Frente a este tema se propone la revisión de la forma como se define la industria de la televisión en base en el área de cubrimiento; un tema que debe ser superado gracias a las nuevas condiciones que ofrece la tecnología y que permite la transmisión global de contenidos desde lo local. Se propone entonces redefinir la función social que cumplen en la comunidad a la que representan y la construcción de ciudades impulsan los canales locales; este tema se relaciona particularmente con la necesidad de consolidar como un canal regional, la designación de Telemedellín como canal público y las expectativas que se tienen para el Canal Universitario Nacional Zoom.

La legislación fue el tercer tema más discutido en este objetivo, y se declara la inconformidad de los canales comunitarios frente a la obligatoriedad de producción propia, la dificultad para legalizarse ante la falta de una normativa clara que esté acorde con la situación de estos.

En relación con el apoyo, los canales comunitarios solicitan más atención para mejorar la calidad de sus producciones, ya sea con capacitación o estímulos a la producción. Ante esta situación se sugieren como estrategias de cooperación con las universidades, los canales regionales, la Unión Europea y la CNTV proponen alternativas como la transferencia tecnológica de los canales grandes a los pequeños en la medida en que estos saquen sus equipos funcionales de circulación para ingresar nuevas tecnologías.

### OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO 2010-2013

#### 5. OBJETIVOS DEL PLAN DE DESARROLLO 2010-2013

##### 5.1. Promover el acceso universal al servicio de la televisión

###### 5.1.1. Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías

Las nuevas tecnologías y la convergencia de redes facilitarán el acceso a los servicios de telecomunicaciones especial por la reducción de precios que los harán más asequibles.

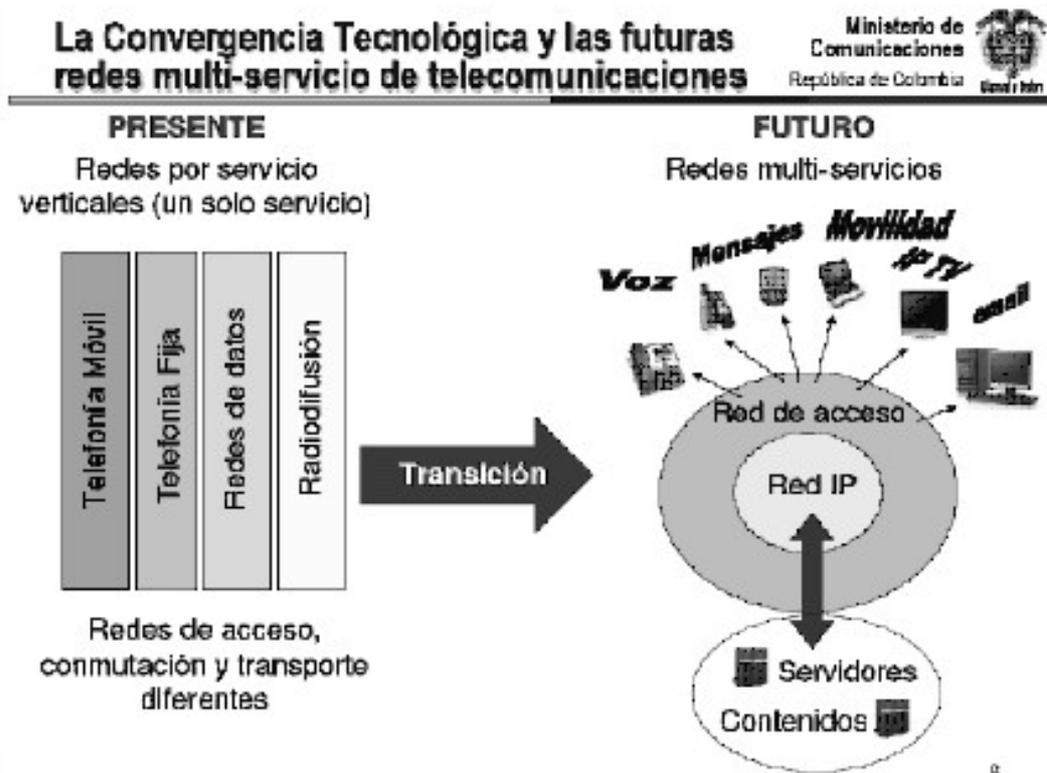
El Decreto 2870 del 1o de agosto del 2009 reglamenta la convergencia de los servicios y redes en n Telecomunicaciones en Colombia. En este decreto se define la convergencia como la posibilidad de provisión sobre múltiples redes, tanto de los servicios tradicionales de comunicaciones, así como de innovaciones en los campos de voz, datos, sonidos e imágenes.

El objeto del Decreto del Ministerio de Comunicaciones establece un marco reglamentario que permite la convergencia en los servicios públicos de telecomunicaciones y en las redes de telecomunicaciones asegura el acceso y uso de las redes y servicios a todos los habitantes del territorio, así como promueve la competencia entre los diferentes operadores.

Las dimensiones, según el Ministerio, en las que se manifestará la convergencia tecnológica serán:

- Convergencia de Servicios
- Convergencia de Equipos Terminales
- Convergencia de Redes o Medios de Transmisión
- Convergencia de Mercados

La siguiente gráfica del Ministerio de Comunicaciones de Colombia ilustra las futuras redes multi-servicio de telecomunicaciones. Basados en esta legislación la Comisión proyecta el futuro de la convergencia para el país.



La convergencia será la oportunidad de nuevos mercados y en esta reacomodación de servicios, como ocurre, algunas empresas encontrarán grandes oportunidades, y otras quedarán por fuera. Tal como el Ministerio de Comunicaciones de Colombia, los proveedores tendrán la capacidad de ofrecer múltiples servicios que antes sólo podían ser ofrecidos por un proveedor específico. Gracias a la convergencia, por ejemplo, un operador de cable podrá implementar VoIP para prestar servicios de telefonía, o el operador de telefonía tendrá la capacidad de prestar servicios de Internet de banda ancha.

Dentro de la convergencia la Televisión Digital Terrestre que se implementará en Colombia representa

oportunidad para ofrecer acceso de internet a la población que no posee computador personal y ser la información del gobierno digital, tele-educación y tele-salud, entre otros; fortaleciendo la democracia nacional y contribuyendo a la equidad social<sup>(29)</sup>. Lo anterior, teniendo en cuenta que un porcentaje de la población (más del 90%) tiene acceso a la televisión radiodifundida y que el proceso podría llevarse a cabo con la instalación de cajas convertidoras de bajo precio, que permitirán la visualización de contenidos en televisores analógicos existentes.

La revolución tecnológica de la televisión digital, se produce porque permite, por medio de la internet, superar las barreras que tiene el computador, como son la falta de conocimiento y la brecha generacional, a través del televisor de un aparato receptor para el ocio en un elemento en el que convergen, se aprovechan y se amplía el alcance de los

hogares que cuentan con un televisor, todos los adelantos tecnológicos de la informática y las telecomunicaciones. Como se anotaba, en la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE enero - marzo de 2009, el televisor es el bien o servicio que en mayor medida poseen los colombianos, en un 85.3% de los hogares del país.

La CNTV es consciente de que la transición de la televisión análoga a la digital no será un proceso sencillo en países desarrollados, y es una realidad que tampoco para Colombia será una transición sin efectos traumáticos, sin embargo, tener esta claridad, significa un primer paso para enfrentar este reto que plantea el futuro inmediato de la televisión.

Quienes trabajan en la industria de la televisión deben tener claro que a partir del año 2010 se iniciará un proceso regresivo que durará diez años como proyección, pero que muy seguramente se apresurará en la realidad. Los ciudadanos cada vez tienen más interés en acceder a servicios con alta tecnología. En igual sentido, la televisión privada ya tiene un cronograma de transición y esto obliga a la televisión pública a prepararse para competir en el entorno de la televisión local, regional y nacional.

La CNTV tiene para los próximos cuatro años la tarea de socializar el proceso de Televisión Digital a todos los agentes del sector. Esta es una tarea que ya se inició en el año 2009, pero que se continuará en los próximos ámbitos. A la vez quienes trabajan en el medio, tendrán la misión de investigar sobre la televisión digital y a su personal y realizar unos presupuestos e inversiones acertadas en la adquisición de nueva tecnología.

La llegada de la TDT exige a todos los operadores una actualización de tecnología, que no necesariamente los hará salir del mercado. Desde las grandes inversiones de los canales nacionales privados y públicos, pasando por los regionales, locales y comunitarios, tendrán que hacer un plan de inversiones, de acuerdo con su espectro de cobertura, ello se verá reflejado en un mejor servicio a los usuarios y televidentes.

La CNTV y los agentes del sector también tendrán claridad de que la llegada de la TDT es una oportunidad tecnológica, que en ningún momento garantiza la calidad de los contenidos. Los televidentes tienen derecho a disfrutar de una mejor señal e imagen, pero también quieren más y mejores contenidos; por ello es necesario perder el norte de producir televisión con calidad en los contenidos.

Las universidades y centros de formación deben revisar el p<sup>er</sup>sum educativo, y realizar los ajustes necesarios para enseñar a las nuevas generaciones el proceso de producción con tecnología digital y las nuevas posibilidades que se abren para la producción de contenidos con información interactiva.

La CNTV promoverá la expansión de tecnología que amplíe la oferta de servicios de televisión, teniendo en cuenta no sólo variables técnicas sino también socioeconómicas, asociadas con la capacidad de pago de la población, la evolución, las alternativas de fomento de adquisición de receptores de televisión digital y las tendencias de consumo de medios de la población colombiana.

En relación con la televisión por suscripción, la CNTV mediante el Acuerdo [010](#) de 2006 modificó el servicio de televisión por suscripción, permitiendo a los operadores tener cobertura nacional, previo cumplimiento de los requisitos definidos en la norma, dentro de los cuales está el Plan de Expansión. Como resultado de una política, cuatro concesionarios están operando en el mercado nacional, y se espera que otros operadores interesados en expandir su área de servicio. En este sentido, la CNTV determinará las condiciones bajo las cuales se autorizarán dichas expansiones, promoviendo el acceso a la oferta de televisión por suscripción a un mayor número de usuarios.

#### 5.1.2. Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de televisión

El espectro electromagnético es un bien público, inajenable e imprescriptible, sujeto a la gestión y control del Estado. El espectro destinado a los servicios de televisión está a cargo de la CNTV.

Si bien, a primera vista, el uso del espectro electromagnético parece un tema tan sólo de interés técnico, es importante conocer que este bien público es limitado y por ello su revisión y reasignación es una tarea de gran importancia. De ahí, la regulación a través del Acuerdo número [003](#), del 4 de junio del 2009, por medio del cual se adopta el Plan de Utilización de Frecuencias (PUF), y límites de exposición de las personas a campos electromagnéticos.

El Plan de Utilización de Frecuencias, actualiza y/o modifica las condiciones técnicas generales de televisión. También adopta los límites de exposición a campos electromagnéticos y adecua las condiciones para la instalación de estaciones de televisión. Es mediante el PUF que se establecen políticas y condiciones generales para realizar la medición de emisiones de campos electromagnéticos y se actualiza el registro de frecuencias de los operadores de televisión radiodifundida.

Con el fin de optimizar la distribución del espectro se promoverá el seguimiento técnico a los operadores de las modalidades del servicio, la infraestructura requerida para ello y la definición de los estándares para una mejor prestación del servicio. Así mismo, se analizarán los usos futuros del espectro para facilitar la implementación de las nuevas tecnologías, especialmente la TDT con el estándar DVB-T de la Unión Europea, y realizarse la reasignación de frecuencias incluyendo la posibilidad de recuperar una porción de este para nuevos servicios.

La Comisión realizará la reasignación de frecuencias teniendo como prioridad la eficiencia y eficacia en el uso del espectro electromagnético, y trabajará para generar el menor traumatismo a los canales de televisión. En este sentido, la preocupación expresada por representantes de los diferentes canales, el área técnica de la Comisión informará públicamente, los resultados de su estudio del Plan Único de Frecuencias, e informará en el corto plazo los límites de exposición a campos electromagnéticos y las frecuencias asignadas a cada canal. Otra manera de minimizar las dificultades en este período de transición será cumplir generando información oportuna a las áreas técnicas para que identifiquen los equipos más susceptibles a la interferencia de frecuencia.

Los operadores de la televisión en Colombia deben conocer que en el proceso de reasignación de frecuencias pueden presentar algunos ajustes cuando se proceda a instalar en las estaciones el sistema digital de televisión.

El óptimo uso del espectro electromagnético que el estándar DVB-T permitirá cuando la televisión analógica de transmitirse (apagón analógico) y se implemente definitivamente la televisión digital, propiciará el desarrollo de la "Televisión Digital", DD.

La utilización del espectro liberado, redundará en mayores y mejores servicios a la sociedad. Los planes de desarrollo en los cuales se podría utilizar este espectro serían:

Servicios de telecomunicaciones a través de IMT (Telecomunicaciones Móviles Internacionales) de tercera generación: Nuevos servicios móviles con alta calidad de video y contenidos interactivos, servicios

inalámbrica, alta velocidad en servicios de datos y voz, mayor cobertura para nuevos servicios en áreas apartadas, entre otros.

Servicios de atención de emergencias y desastres.

Seguridad nacional.

En conclusión, las bandas liberadas, una vez realizado el apagón analógico, serían utilizadas para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones, lo cual redundará en la maximización de los beneficios para la sociedad, quienes tendrán acceso a mayores y mejores servicios.

#### 5.1.3. Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

La red pública nacional cuenta con 36 estaciones primarias y 170 secundarias, la señal se transporta por cable a todo el país y en este momento cubre el 92% de la población. Factores como la alta dispersión de la población en algunas regiones del país, los altos costos de expansión y mantenimiento de la infraestructura de radiofrecuencia terrestre y la baja relación costo-beneficio de un proyecto de ampliación de redes y algunas condiciones que impiden la recepción de las señales, no han permitido garantizar el servicio de televisión al 100% de la población colombiana.

Teniendo en cuenta la importancia de proveer la señal de televisión a todo el país de manera continua y de calidad para garantizar el derecho a la información de los colombianos, la CNTV viene trabajando en la expansión de la red pública con el objeto de garantizar pleno acceso a la señal de televisión. Por eso, en el proyecto de “TV Satelital Directa al Hogar” se tiene contemplado asegurar la recepción del servicio en los municipios del país que han tenido dificultades para incorporarse dentro de las acciones de extensión de la televisión por sus particularidades topográficas o por razones de potencialidad de la misma red y se prevé que en el primer semestre del 2010 ese 8% del territorio nacional, que aún no tiene señal de televisión, podrá recibir el servicio a través de un decodificador y una antena aérea, los canales públicos nacionales y regionales, y los privados.

La modernización tecnológica de la infraestructura técnica con que cuentan los operadores y canales de televisión constituye en un eje fundamental para el mejoramiento continuo de la provisión de este servicio. En consecuencia, la CNTV apoyará la adopción e implementación de tecnologías, prácticas y procesos que permitan fomentar la modernización de la infraestructura de la televisión pública así como la formación del capital humano asociado.

#### 5.1.4. Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión

La Ley [335](#) de 1996 dispuso que el Estado debe garantizar a los grupos étnicos el acceso permanente al espectro electromagnético y a los servicios públicos de telecomunicaciones y medios masivos de comunicación. En consecuencia, el Estado, la creación de sus propios medios de comunicación en sus diferentes modalidades y la realización de acciones de desarrollo para los grupos étnicos, con criterio de equidad, reconocimiento de la diferenciación y garantía de igualdad de oportunidades y justicia distributiva acorde a la legislación de las comunidades.

En cumplimiento de lo anterior, la CNTV ha desarrollado políticas para garantizar el acceso de los grupos étnicos a la televisión y la autogestión de la televisión étnica en diferentes modalidades. Mediante el Acuerdo 001 de 1997 se establecieron las condiciones para que los grupos étnicos puedan acceder al servicio público de televisión en Colombia<sup>(31)</sup>. Este Acuerdo contempló el otorgamiento de licencias para la operación del servicio de televisión a las organizaciones étnicas reconocidas por el Ministerio del Interior, las alcaldías o gobernaciones, el establecimiento de un mecanismo de encadenamiento de los licenciatarios. Así mismo, se posibilitó la participación de estas comunidades en las propuestas de producción y contenidos en la televisión regional y en las convocatorias del Canal Etno Cultural del Estado. Finalmente, se previeron mecanismos de seguimiento al desarrollo del Acuerdo mediante sesiones técnicas de trabajo con los representantes de los grupos étnicos acreditados, los cuales deb

para lograr el acceso efectivo de esta población a la operación de televisión.

La CNTV trabaja por una televisión más incluyente, y es aquí donde las minorías y poblaciones esp conquistaron nuevos espacios en la televisión. Existen experiencias recientes en Señal Colombia y en regionales, con la producción de series étnicas. Durante el año 2009 Telecaribe y Telecafé realizarc contenidos, y los resultados, de acuerdo con el testimonio de los gerentes de ambos canales, fue exi

En las producciones étnicas hay que considerar que por lo general se trabaja en condiciones difícile las distancias geográficas sino por las diferencias de lenguaje, y en ocasiones por los temores que ti comunidades frente a la llegada de personas ajenas a la comunidad. En este sentido, será una tarea l las comunidades para la producción de televisión, su participación en los diferentes proyectos audic conocimiento de las etnias al servicio de nuevos proyectos audiovisuales. Por experiencia se sabe q miembro de la comunidad participa del proyecto, existe una probabilidad mayor de éxito.

Una queja generalizada, no sólo desde las minorías étnicas, sino desde las regiones del país, es que una mirada centralista, realiza producciones, series y telenovelas, en la que se crean estereotipos de culturas. Es decir, estos libretos maniqueístas, siempre generalizan unos rasgos tendenciosos, en lo: tan solo dos ejemplos, el antioqueño es negociante y el personaje del Caribe, perezoso. Esta manipi comportamiento de las regiones, no le hace justicia a las diferencias regionales ni a la riqueza cultu Existe una necesidad sentida de explorar más la idiosincrasia de nuestra geografía y enriquecer deso formatos televisivos la realidad de nuestras etnias.

Para las producciones y el acceso a las minorías étnicas, se debe abrir una ventana desde el Ministe el Ministerio de Educación, porque la televisión tiene la enorme posibilidad de llegarle a millones ( y muchas de las iniciativas de estos ministerios requieren una difusión masiva, por ello se articula: conjuntas con la red pública, los canales locales y los comunitarios, para la producción de series y e proyectos audiovisuales con las minorías.

El primer paso es acompañar a las comunidades en sus producciones, hasta lograr que sean ellas mi registren, con su mirada, su entorno cultural. Ante la perspectiva de la multicanalidad que ofrecerá digital, existe interés, desde diferentes canales de televisión de tener en su menú un canal étnico.

En igual sentido, es importante para la televisión colombiana, en este punto de acceso a minorías, c Plan de Desarrollo la “Convención sobre los Derechos de Personas con Discapacidad”, adoptada po General de Naciones Unidas el 13 de diciembre de 2006, y con validez en Colombia, mediante la L 2009, en especial en el artículo 9o de Accesibilidad, en el párrafo b): “A fin de que las personas ( puedan vivir en forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida, los E adoptarán medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualda con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los si tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al p público, tanto en zonas urbanas como rurales. Estas medidas, que incluirán la identificación y elimi obstáculos y barreras de acceso, se aplicarán, entre otras cosas: Los servicios de información, comu otro tipo, incluidos los servicios electrónicos y de emergencia”.

Y artículo 21, respecto a la Libertad de expresión y de opinión y acceso a la información: Los Estac adoptarán todas las medidas pertinentes para que las personas con discapacidad puedan ejercer el d libertad de expresión y opinión, incluida la libertad de recabar, recibir y facilitar información e idea condiciones con las demás y mediante cualquier forma de comunicación que elijan con arreglo a la artículo 2o de la presente Convención, entre ellas:

a) Facilitar a las personas con discapacidad información dirigida al público en general, de manera o

costo adicional, en formato accesible y con las tecnologías adecuadas a los diferentes tipos de disca

b) Aceptar y facilitar la utilización de la lengua de señas, el Braille, los modos, medios, y formatos alternativos de comunicación y todos los demás modos, medios y formatos de comunicación accesibles para las personas con discapacidad en sus relaciones oficiales;

c) Alentar a las entidades privadas que presten servicios al público en general, incluso mediante Internet, que proporcionen información y servicios en formatos que las personas con discapacidad puedan utilizar y tengan acceso;

d) Alentar a los medios de comunicación, incluidos los que suministran información a través de Internet, que sus servicios sean accesibles para las personas con discapacidad;

e) Reconocer y promover la utilización de lenguas de señas.

Para el período 2010-2013, la CNTV tiene previsto continuar con esta política de apoyo a los grupos y grupos especiales de población con el fin de asegurar que estos puedan acceder plenamente al servicio en condiciones de igualdad y cuenten con las herramientas suficientes para hacer un uso consciente. Además, se diseñarán los mecanismos para fomentar la producción de contenidos étnicos propios, teniendo en cuenta los elementos socio-culturales que caracterizan a estos grupos. En general se trabajará por un servicio más incluyente.

## 5.2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión

La calidad se refiere a la unión de elementos valorados individualmente pero entendida como un conjunto de características inherentes unas a las otras: La parrilla de programación, la variedad de lenguajes, formatos y narrativos, la pertinencia de la publicidad con los contenidos, las franjas de audiencia, la participación ciudadana e interactividad con las audiencias, los contenidos que fomenten la cultura y la educación y el pluralismo informativo.

Por esto, para garantizar la calidad como uno de los focos centrales en el plan de desarrollo de la televisión para el próximo cuatrienio, hay que trabajar desde tres frentes: el control y vigilancia de los contenidos, la capacitación de los televidentes y la cualificación de los agentes de la cadena de valor.

No obstante habría que aclarar que la calidad en los servicios de televisión es una responsabilidad compartida entre los agentes de la industria, empezando por el organismo de derecho público consagrado en el artículo 209 de la Constitución de 1991 y legitimado con la Ley [182](#) de 1995, la CNTV que tiene entre otras funciones el servicio, garantizar los derechos de los televidentes y promover la eficiencia en el servicio; así mismo los operadores de televisión y los operadores del servicio público y privado deben responder a sus deberes sociales y además de producir contenidos pertinentes para las audiencias; y no menos importante es el papel de la ciudadanía cuya participación activa es fundamental para la regulación democrática y pluralista de los contenidos de televisión en Colombia.

### 5.2.1. Control y vigilancia de los contenidos de televisión

Si bien la Constitución Política de 1991 dio un modelo social a la televisión, limitando la facultad de establecer control previo a los contenidos de televisión y propiciando la garantía de las libertades de expresión, la televisión en Colombia debe obedecer a una regulación que como ya se ha mencionado es de la competencia de la Comisión Nacional de Televisión.

Por lo anterior se continuará trabajando por la credibilidad y posicionamiento de la CNTV como un organismo del Estado con autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeta a un régimen legal propio y diri-

política que en materia de televisión determina la ley para legitimarla frente a todos los agentes de la televisión. Así mismo se hará una compilación normativa, sintetizada y de fácil acceso a toda la comunidad colombiana por una pedagogía para que dicha normatividad sea entendible y aplicable.

Según lo dispuesto en el Parágrafo del artículo 53 de la Ley 182 de 1995, “Quienes participen en la régimen de inhabilidades serán sancionadas por la Comisión Nacional de Televisión, con multas de (600) a seis mil (6.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la sanción. La Comisión Nacional de Televisión estará obligada a elevar denuncia de los anteriores casos ante las autoridades. Por lo anterior, la aplicación de las sanciones económicas a quienes incurran en conductas que atenten contra los derechos de los televidentes, será una medida que seguirá siendo aplicada con el debido proceso y se analizarán posibles sanciones morales que impliquen verdaderos costos para canales y operadores de televisión que sean infractores de la norma, así como la posibilidad de llevar un registro de sanciones y publicación de las mismas.

La CNTV cultivar  la aplicación de medidas de autorregulación en los canales y operadores del servicio de televisión estableciendo unos criterios mínimos de calidad técnica, y de contenidos que entretengan, fomenten la educación y sobre todo el pluralismo informativo, que sean el piso para que cada institución de televisión en Colombia, defina según su naturaleza, las políticas de autorregulación que aplicarán para cumplir con su responsabilidad social.

La autorregulación es sin embargo, un compromiso directo de los canales y operadores del servicio de televisión misma de la televisión entendida como servicio público; por tanto, dichos agentes del sector deberán implementar sus propias políticas de regulación interna definiéndolas, difundi ndolas, verificando su cumplimiento y su incumplimiento.

Por otro lado, se evaluar  y analizar  la eficacia de los mecanismos de intervención ciudadana tanto en los canales y operadores del servicio. Espacios como el defensor del televidente, que si bien es significativa para la regulación desde las audiencias, factores como el horario y la pobre repercusión de las intervenciones tienen en los contenidos, le restan valor a tan importante propuesta de participación. Según la Gran Encuesta de Televisión en Colombia<sup>(32)</sup> realizada en 2008, el 76% de los encuestados no concuerdan con ningún canal. En consecuencia con la autorregulación de los canales, se promoverá en ellos el fortalecimiento de la figura del defensor del televidente.

La encuesta también arrojó que el 43% de las personas consultadas nunca se ha quejado de los contenidos de televisión porque no sabe cómo hacerlo, mientras que el 23% no lo ha hecho porque cree que no sirve para esto la activación, atención, seguimiento y difusión de otras herramientas de interactividad con los usuarios como blogs, chats, oficinas de quejas y reclamos y buzón de sugerencias, además de la mencionada figura del defensor del televidente, serán especialmente atendidas por la CNTV, los canales, productores y operadores del servicio en sus procesos de autorregulación.

Otro de los puntos de mayor urgencia en la calidad de los servicios de televisión es el de los contenidos que fomenten la cultura y la educación, pues según la misma encuesta los programas que sobran en la televisión colombiana son las telenovelas con un 44%, los realities con un 24% y los dramatizados con un 23%. Los espacios denominados de entretenimiento son los que paradójicamente, según la última Encuesta de Audiencias de Medios<sup>(33)</sup>, fueron los más vistos en el último mes en el que fue realizada, con un nivel de audiencia del 30%. Fenómeno que Fuenzalida denomina “La ley del deber ser” con la que describe el comportamiento de las audiencias que los programas que las audiencias deberían seleccionar para ver, como preferir los programas de alta calidad y de las telenovelas, generándose conflictos entre las conductas privadas gratificantes y las declaraciones públicas con las preferencias socialmente aceptadas.<sup>34</sup> En relación con la calidad, la CNTV invita a los canales y operadores del servicio de televisión a mejorar la calidad de sus contenidos y servicios.

industria de la televisión a revisar sus propuestas audiovisuales no sólo basándose en los formatos, contenidos.

Por otro lado, la Gran Encuesta de Televisión en Colombia, arrojó que para el 56% de las personas hacen falta documentales, cine o películas en un 48% y musicales en un 46%. Hecho que además muestra la preferencia de los colombianos por los canales culturales internacionales como Discovery Channel que según la EGM II-2008 son los canales de televisión cerrada con mayor nivel de audiencia en el país que fue realizada la prueba, con un 35,4 y un 31,9 respectivamente. Lo que ratifica que a la audiencia le interesan los programas culturales, educativos y científicos, pero producidos con alta calidad.

Según el artículo 2o de la Ley 182 de 1995 son fines de la televisión “formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana”. De esta manera tanto canales públicos como privados, canales locales, regionales y nacionales, deberán volver sobre estos para ofrecer contenidos que promuevan garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalezcan la consolidación de la paz, y propendan por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional y local.

La CNTV impulsará el uso de los mecanismos dispuestos para su participación de la comunidad. El televidente deberá hacer parte de esa audiencia crítica que analiza los contenidos de televisión y decidirá qué ver y las consecuencias de ello, cuándo acudir por cualquier medio al canal o la CNTV, pasar de canal o simplemente apagar el televisor.

Según el artículo 103 de nuestra Carta Magna, “...el Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas y de interés común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes **instancias de participación**, concertación, **control** y **evaluación** de la gestión pública que se establezcan”. Será primordial en el próximo período fomentar la creación de la Asociación de Ciudadanos Televidentes calificadas como ligas de televidentes, para hacer control de la televisión en Colombia, promulgar por el cumplimiento de los derechos de los televidentes y ejercer control de los contenidos. Para esto, se realizarán capacitaciones, se liderará la organización de por asociación de ciudadanos en cada capital de Colombia, se recopilará en un documento las opiniones de las asociaciones y se realizará un foro con una amplia participación de las mismas en el país.

Por otra parte, con la llegada de la TDT, la publicidad podrá adquirir nuevas tendencias debido a la nuevas tecnologías y la interactividad asociada a las mismas que permitirían a los televidentes evitar los comerciales dentro de los programas de su preferencia. Por lo anterior, se diseñarán y adoptarán regulaciones en materia publicitaria que se ajusten y se flexibilicen a la realidad de un mercado, continuando con las medidas que aseguren la correspondencia de los contenidos de publicidad de acuerdo con las franjas de programación.

### 5.2.2. Protección de los televidentes y usuarios del servicio de televisión

Es responsabilidad de todos los agentes de la industria garantizar el cumplimiento de los derechos de los ciudadanos consagrados en la Constitución Política de Colombia de 1991, así como lo consagrado en la Ley 182 de 1995 y en el Acuerdo 1 de 2007 “por el cual se reglamenta el deber de informar a la teleaudiencia la programación, y se dictan otras disposiciones para la protección de los derechos de los televidentes de televisión abierta y de programación de producción nacional en el servicio de televisión por suscripción”.

De igual modo se velará por el cumplimiento de lo definido en el nuevo marco regulatorio del sector de los medios de comunicación expedidos entre el 2004 y el 2007 que a control de los contenidos y a protección de los televidentes se refiere. Así mismo se vigilará el cumplimiento de lo expedido con anterioridad a este período como el Acuerdo 1 de 1997 “por el cual se reglamentan los contenidos de violencia y sexo en los programas de televisión”.

otras disposiciones”.

La CNTV, según lo dispuesto, velará por el respeto de las obligaciones que los canales y operadores tienen con los televidentes y con los usuarios como ya se ha mencionado con anterioridad; sin embargo, una tarea importante para el próximo cuatrienio recopilar y difundir los derechos que tienen los ciudadanos beneficiarios del servicio de televisión en el país, así mismo se realizarán acciones para que estos puedan apropiarse de las herramientas institucionales existentes para proteger efectivamente sus derechos, como el derecho de petición, rectificación, acciones de cumplimiento, y demás mecanismos de participación.

El fortalecimiento de los espacios institucionales será una estrategia importante durante el próximo cumplimiento de este objetivo, particularmente se seguirán haciendo nuevos y mejores capítulos de dos minutos denominado La TV te ve que busca mostrarles a los televidentes y usuarios del servicio sus derechos, cuáles sus deberes, cómo se hace la televisión, cómo se puede formar conciencia crítica sobre contenidos, qué hacen figuras como el defensor del televidente, a qué instancias se puede acudir en caso de un derecho vulnerado y qué obligaciones tienen los operadores del servicio.

Además de esto, se realizará la recopilación en formatos digitales (DVD) de estas cápsulas informáticas para su distribución en las instituciones educativas públicas del país y convertir este material en una herramienta de consulta permanente para docentes, padres y estudiantes.

Por último, se velará porque los usuarios de la televisión comunitaria y de la televisión sin ánimo de lucro disfruten de los mismos derechos y garantías de los suscriptores de televisión con ánimo de lucro.

### 5.2.3. Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión

La cualificación de los agentes del sector es fundamental para garantizar calidad en los contenidos y además es importante buscar que las producciones nacionales cumplan con los estándares internacionales de calidad y posicionar así la industria de la televisión colombiana en un mundo globalizado.

Considerando el artículo [20](#) de nuestra Carta Magna en el que se da la libertad de fundar medios de comunicación, una realidad de la industria de la televisión en Colombia es la existencia de un alto número de operadores y prestatarios pequeños del servicio, en particular en los ámbitos de la televisión abierta de lucro y la televisión cerrada comunitaria. Por lo anterior, se fomentará la cualificación de los agentes en las áreas técnicas y de producción de televisión, buscando incrementar la calidad del servicio de televisión.

Fuera de esto, los retos que implican los cambios tecnológicos propios de la llegada de la TDT exigen una cualificación necesaria para implementar las nuevas narrativas; se apoyará la capacitación de las personas vinculadas a la realización de contenidos especialmente en los canales regionales, locales y comunitarios, en la creación de formatos, franjas y audiencias, así como en la aparición de los nuevos escenarios de televisión web 2.0.

No obstante se debe resaltar que la academia tendrá un papel fundamental en el desarrollo de las nuevas narrativas de la televisión mundial, pues las universidades como centros de formación profesional deben ser los escenarios para disminuir los vacíos conceptuales entre el actual y el nuevo modelo de televisión en Colombia.

Por esto se enfatizará en el valor de generar redes de cooperación entre las universidades, los canales de televisión y la CNTV para enfocar el trabajo en una misma línea en pro del desarrollo de la televisión colombiana.

Cualificar en las áreas de administración y comercialización no será menos importante para disminuir la brecha que puede existir entre la industria nacional con la del resto del mundo.

Será un objetivo del Plan de Desarrollo 2010-2013 promover el Canal Universitario Nacional a través de la creación de una red de canales universitarios que permitan la producción y programación de contenidos de calidad que reflejen la diversidad cultural y lingüística del país.

coordinación de los agentes vinculados al mismo, dando prioridad al fomento a la producción educativa científica.

### 5.3. Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión

Se prevé que con la llegada de la Televisión Digital Terrestre, la posibilidad de utilizar un sinnúmero de aplicaciones interactivas con más contenidos, nuevos servicios y mayor calidad en definición de la imagen y sonido, se generarán para los operadores más posibilidades de establecer nuevos modelos de negocio basados en la interactividad y en la creación de nuevos canales, con lo que se augura mayor crecimiento para la industria de la televisión.

Para el fortalecimiento de una industria de la televisión en Colombia, la coyuntura tecnológica obliga a la formulación de estrategias que permitan crear condiciones institucionales para la competitividad, a la formulación de políticas, con la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión, el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria, al fomento de la libre y leal competencia y la necesidad de mantener información actualizada de la industria de la televisión.

#### 5.3.1. Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión

La digitalización está afectando profundamente la forma en que se producen, distribuyen y consumen los contenidos audiovisuales. Las tradicionales barreras de entrada desaparecen ante la abundancia de contenidos en diferentes formatos. Las plataformas de medios de comunicación se convierten en digitales (como la televisión móvil), y se incrementan los receptores y los canales de distribución de contenidos. Los consumidores, por su parte, aprovechan las ventajas de las nuevas tecnologías involucrándose mucho más con los contenidos que ven o descargan, a qué hora y en qué lugar. En consecuencia, los productores de contenidos exploran nuevas oportunidades de crear productos diferenciados y los distribuidores desarrollan sus propias estrategias de contenidos.

Entre las principales ventajas que presentan las nuevas tecnologías frente al modelo de negocio de televisión se mencionan el Video bajo demanda (VOD), que le permite al usuario escoger cuándo desea ver un programa y a qué hora y recibirlo en su televisión, y la interactividad, el televisor y el Set Top Box pueden estar asociados a las de un navegador en un PC: correo electrónico, compras en línea, chat, juegos, publicidad y servicio al cliente.

En relación con la implementación de la TDT, el usuario podrá disponer de una guía de programación de información cíclica acerca de salidas de vuelo, cotizaciones de bolsa, previsualización de programas y productos y servicios por televisión<sup>(35)</sup>. Además, el usuario podrá recibir datos informativos sobre programas, ver un espectáculo desde el ángulo preferido, pagar servicios, e incluso los padres podrán usar una herramienta para bloquear aquellos programas que no desean que sus hijos vean.

En este contexto, incorporar nuevas tecnologías en el servicio de televisión es fundamental para la implementación de la Televisión Digital Terrestre en todos los procesos de creación, producción, comercialización y distribución de contenidos audiovisuales. Se buscarán estrategias para adoptar tecnologías que promuevan el desarrollo y la competitividad de la industria local, orientando acciones para garantizar el acceso en condiciones de igualdad de competencia y cumplimiento de las políticas de regulación.

Así mismo, se promoverá el cubrimiento y ampliación de la cobertura de la señal satelital, partiendo de la situación actual y de las necesidades potenciales que existen, con criterios técnicos y económicos que garanticen el uso apropiado de esta tecnología.

El desarrollo tecnológico se debe acompañar de la capacitación del talento humano, para lo que se

acciones que apunten a la incorporación de procesos y procedimientos que aporten al mejoramiento de la televisión pública nacional y regional, así como a la televisión local sin ánimo de lucro, comunitaria y empresas productoras.

Con la llegada de la TDT, se estudiará y sugerirá la implementación de un estándar de producción y unificado para todos los canales regionales, con el fin de que los productores independientes adquieran, de acuerdo con las nuevas necesidades del mercado, para facilitar el intercambio de material y formatos que implica producir y transferir en diferentes formatos para la emisión.

### 5.3.2. Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria

La sostenibilidad de la televisión regional, local y comunitaria, es uno de los principales obstáculos de la televisión en Colombia, por lo que, se implantarán incentivos para la creación de una televisión pública regional y local, que tengan contenidos entretenidos y formatos novedosos como alternativa para atraer audiencias.

En ese sentido se diseñarán mecanismos de financiamiento para que los productores independientes participen en la programación de los canales de televisión pública, de acuerdo con criterios de calidad y desarrollo de nuevos formatos, propuesta de lenguaje y coherencia de los contenidos, con los objetivos de la televisión pública colombiana.

Con el fin de promover la competitividad de la industria de la televisión pública, se adoptarán las políticas para estimular la producción de contenidos de televisión de alta calidad para ser distribuidos internacionalmente en televisión abierta o cerrada.

Se buscará el reconocimiento y formación de todos los agentes que participan en la creación, producción, distribución y comercialización de los bienes y servicios asociados al sector de la televisión, reconociendo las potencialidades de desarrollo de cada grupo y la necesidad de realizar una labor coordinada para facilitar la producción y comercialización de los contenidos audiovisuales producidos en el país.

Para impulsar el cumplimiento de los derechos de autor, se promoverán aquellas iniciativas que contribuyan de manera efectiva a la industria con la elaboración e incorporación de música original, así como la reedición de libros de producción en los que se registren los diferentes procesos y autorizaciones relacionados con el contenido audiovisual y que permiten el intercambio de los programas entre canales, y su comercialización en el mismo se implementarán todas las acciones que promuevan el cumplimiento de los derechos de autor.

Se apoyará la creación de esquemas de cooperación para que las entidades gubernamentales, alcaldes, gobernaciones, y empresas privadas de las diferentes regiones, participen de manera activa con inversiones publicitarias en los canales regionales, locales y comunitarios de todo el país.

En cuanto al archivo del material audiovisual en video, especialmente el que está en formatos en desuso, de gran importancia para la conservación de la memoria histórica nacional. En ese sentido se implementará un sistema de archivo que permitan la conservación del material, y se crearán incentivos en la industria para aquellos canales que con el cambio de televisión analógica a digital, realicen la conservación de archivos que contribuyan a la memoria del país.

Se apoyará la realización de ferias y ruedas de negocios para facilitar la comercialización, distribución e intercambio de producciones realizadas por los distintos canales de televisión pública nacional, regional, local, comunitaria y productores independientes y, en general, de todos los actores que participan en la industria audiovisual del país.

### 5.3.3. Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de televisión

Debido a que la concentración de los medios de comunicación constituye un factor de riesgo en contra de la información y la pluralidad informativa y, por tanto, afecta el ejercicio de la plena democracia, continuar con la implementación de acciones que eviten el surgimiento de prácticas monopolísticas en la televisión.

El sistema de medición de audiencias que se aplica en Colombia, no está acorde con la realidad de la televisión pública, regional y local, cuya función social incluye el cubrimiento de zonas más allá de los grandes conglomerados urbanos; en ese sentido, la comercialización de la pauta publicitaria basada en el *rating* que hasta ahora se ha utilizado en el país, se convierte en un arma de doble filo para la industria descentralizada, y en un elemento de competencia no sana que dificulta la comercialización, y en un elemento de sostenibilidad de la red pública.

En ese sentido, se buscará otro estándar de medición de audiencia que esté acorde con la realidad del territorio colombiano, y que arroje una información con la que se pueda realizar un análisis cualitativo y cuantitativo, acordes con la función social de los canales de televisión pública nacional, regional y local.

Se revisará la regulación referente a la publicidad para los canales de cable. Así mismo, con el fin de promover la participación en el mercado de los diferentes grupos de televisión regional, se incentivará la inserción de canales regionales del país dentro de la oferta televisiva de los canales operados en el territorio nacional.

### 5.3.4. Mantener información actualizada de la industria de la televisión

El mejoramiento permanente de la industria de la televisión debe sustentarse en la evaluación y análisis de las tendencias que marcan la evolución de esta industria a nivel mundial y local. Por esta razón se diseñará, elaborará e implementará un sistema de documentación sectorial que permita que todos los actores vinculados al mismo puedan disponer de información periódica, confiable, oportuna y validada.

En este sentido, se fomentará la elaboración de análisis, investigaciones y estudios académicos que permitan el entendimiento del sector, exploración de tendencias, evaluación de políticas, generación de iniciativas y la producción de todo tipo de conocimiento relacionado con la industria de la televisión. Estas actividades deberán ir acompañadas de un proceso de socialización efectivo que permita la apropiación de los resultados por la industria como herramienta en el proceso de toma de decisiones sobre el futuro del sector.

Además de esto, se realizará un inventario nacional de las empresas y profesionales que trabajan en los campos de la industria de la televisión en Colombia, con acceso público a la información y actualización.

Frente a las convocatorias, concursos y la demás información que se genera desde la Comisión, se diseñará una estrategia de comunicaciones que permita a los ciudadanos tener información oportuna y confiable, a través de un sitio web sino que se acudirá a otros medios masivos.

Por último, se orientarán esfuerzos a la creación y consolidación de un centro de documentación que permita contar con volumen importante de bibliografía sectorial que esté al alcance de los agentes del sector.

### 5.4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público por parte de otros agentes del sector

Se concibe la televisión pública como un escenario para el fortalecimiento de la identidad nacional, la promoción de televidentes activos, críticos y participativos, la expresión de la diversidad cultural y la pluralidad de opiniones, la difusión del conocimiento, las expresiones artísticas y la información para el desarrollo, la tolerancia, la convivencia pacífica, y la satisfacción de las necesidades educativas y culturales de la población.

Para continuar con el cumplimiento de los fines de la televisión pública, frente a la globalización de las comunicaciones y la interconexión con una oferta cada vez más amplia de contenidos de televisión, se fortalecerá a los operadores públicos, en particular en aspectos de gestión administrativa y financiera, para que puedan producir televisión con propósitos sociales y culturales que sean de calidad. La televisión pública contribuye al desarrollo de la industria audiovisual en el país y le permite ser reconocida por todos los colombianos.

En Colombia, el servicio de televisión pública se presta a través de los canales Señal Colombia Institucional, Señal Colombia Educativo y Cultural, los canales regionales (Teleantioquia, Telepacífico, Telecaribe, TR Teleislas, Canal 13 TVAndina, Canal Capital), el canal Región Colombia Internacional, RCI, el canal nacional Zoom.

El papel que cumple la televisión pública en las economías modernas ha tomado mayor relevancia para preservar y fortalecer la identidad cultural de los ciudadanos en las dimensiones nacionales, regionales y locales. Con este fin, se trabajará en los siguientes lineamientos:

#### 5.4.1. Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo

El Plan de Desarrollo de la Televisión contempla fortalecer la televisión pública promoviendo la autonomía y financiera de los operadores de televisión pública a través de prácticas de Buen Gobierno corporativo.

Las políticas que se implementarán estarán definidas teniendo en cuenta la llegada de la TDT y la protección del interés público de la televisión por encima de todo. De esta manera, se desarrollarán acciones para fortalecer las fortalezas y debilidades de los canales públicos que permitan una planeación estratégica, un fortalecimiento institucional que los haga sostenibles y competitivos, conservando y mejorando los contenidos culturales y educativos.

Se adoptarán prácticas que convoquen y movilicen a un conjunto de actores sociales como organizaciones, instituciones, asociaciones estatales, privadas e independientes; políticas, académicas, empresariales y comunitarias. Esta estrategia apunta al enriquecimiento de los contenidos, al apoyo económico y al desarrollo de negocios de la televisión educativa, cultural y de interés público. De esta manera se propiciarán alianzas con las universidades u organismos culturales para la construcción de proyectos, o crear mecanismos para que una empresa privada patrocine la televisión con contenidos educativos y culturales, o vincular organizaciones internacionales que vean en la televisión colombiana un medio para desarrollar sus propuestas.

La posibilidad de que los canales locales y regionales estén hoy en el satélite y puedan ser vistos en el advenimiento de la Televisión Digital Terrestre que permitirá mayor cobertura y transferencia de contenidos, requiere que necesariamente el Plan de Desarrollo contemple la televisión pública en este nuevo escenario. Se potenciará la televisión de interés público de acuerdo a las posibilidades que la tecnología ofrece, teniendo en cuenta que la televisión ya no se debe clasificar por el área de cubrimiento geográfico, sino por la función que cumple y el interés del televidente.

Se revisará el caso de los canales locales sin ánimo de lucro que por su crecimiento, desarrollo y funcionamiento cumplen los objetivos de una televisión de interés público, pero que no pueden ni acceder al FDTV ni pueden ser reconocidos según su definición de Estaciones Locales sin Animo de Lucro dentro de las Modalidades y Requisitos de Televisión en Colombia de la CNTV, y según el Acuerdo 01 de 2003, que en su artículo [01](#) especifica que las entidades beneficiarias de los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión son:

“1. El Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, o quien haga sus veces.

2. Las Organizaciones Regionales de Televisión (Canales Regionales de Televisión).

3. La Compañía de Informaciones Audiovisuales, en su calidad de productor de programación educ cargo del Estado.

**PARÁGRAFO.** Para tener acceso a recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, las enti Estado que incluyan dentro de su objeto la producción de televisión de carácter educativo y cultura asociarse para la presentación del respectivo proyecto con Inravisión, la Compañía de Informacione o con una organización regional de televisión. En este caso los recursos se asignarán y entregarán a público o a Audiovisuales”.

Se crearán políticas públicas que permitan la consolidación y crecimiento de las programaciones de públicos sin afectar la diversidad de estos. Es necesario el respeto a la libertad de operación, expres pero también es necesario que los canales fortalezcan una identidad sin tener que sacrificar la evol formatos y contenidos.

Se respetará el artículo [29](#) de la Ley 182 de 1995, que dice que “En especial, la Comisión Nacional expedirá regulaciones tendientes a evitar las prácticas monopolísticas o de exclusividad con los der transmisión de eventos de interés para la comunidad y podrá calificarlos como tales, con el fin de q transmitidos por todos los operadores del servicio en igualdad de condiciones”. Se trabajará por ir r obligaciones que dicta la ley, estas políticas irán en vía de la autonomía de la televisión pública resq gobierno y otros poderes, para que los canales sean el lugar de realización de proyectos de comunic diversa y de calidad. Prácticas

de Buen Gobierno que la CNTV promoverá y que al adoptarse se verán reflejadas en las parrillas d

La Comisión Nacional de Televisión cumplirá con su función de planear, dirigir y desarrollar las p fortalezcan la televisión de una manera descentralizada, haciendo presencia en toda la cadena de va industria, especialmente en los canales locales sin ánimo de lucro y los canales comunitarios, quien CNTV como un ente lejano.

#### 5.4.2. Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales

Con el propósito de garantizar el cumplimiento de los objetivos respecto al papel que debe desemp pública en la sociedad colombiana, se fomentará la articulación de esfuerzos, recursos técnicos, fin; humanos de los distintos agentes de los canales públicos del orden nacional y regional, para evitar l esfuerzos y optimizar recursos en torno al desarrollo de formatos, presentación de contenidos y gen propuestas.

Se crearán estrategias para la transmisión de experiencias de los canales públicos que tengan fortale diferentes áreas. Así, los canales regionales podrían usufructuar lo que un canal público nacional c Colombia pueda transferir y a su vez entre canales regionales generar alianzas para fortalecerse.

Se instará la unión de esfuerzos entre los canales regionales y los canales nacionales públicos para l producciones de interés público. No se trata de limitarse a que un canal como Señal Colombia se de región para hacer una transmisión de un evento de importancia nacional, sino hacer coproducciones; las experiencias de los regionales y los nacionales cuenten por igual, para lograr mejores resultados democratización. Allí debe tenerse en cuenta la infraestructura de la administración, para compartir una transmisión, que implica menores costos para cada canal.

Sin embargo, en la articulación debe tenerse en cuenta que cada canal tiene una misión de interpret porque todos pueden hablar de lo mismo, pero cada canal habla de una manera diferente por sus cl comunicación. Así que cuando se realicen acciones en conjunto entre canales, se deberá discutir sol

contenidos de acuerdo a los intereses de cada canal por medio de su público objetivo conociendo la a ellos. La articulación no sólo está en la realización de coproducciones, sino en definir objetivos c

#### 5.4.3. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión

El FDTV se constituye en pieza fundamental del desarrollo de la televisión educativa y cultural. Por hace necesario efectuar una evaluación del desempeño del Fondo hasta el momento para obtener c relación con la destinación y ejecución de recursos, cumplimiento de objetivos y ventajas de este ar institucional para determinar sus debilidades así como el plan de acción a seguir.

En esta medida se promoverán acciones que permitan asegurar transparencia y unicidad de criterios evaluación de proyectos, asignación y ejecución de recursos, como la creación de veedurías cualificadas. Igualmente se analizarán los procedimientos establecidos al interior del Fondo para garantizar su eficiencia. Se evaluarán el formato para la formulación de proyectos y los requisitos técnicos y legales para acordar de acuerdo con la realidad del mercado, en búsqueda de mayor equidad y descentralización de los recursos. Se analizará también la distribución en porcentajes de esos recursos, entre RTVC y los canales regionales, para lograr un equilibrio que resulte benéfico para la toda la televisión pública.

De otro lado, se buscará diversificar las fuentes de financiación del Fondo, para lo cual se promoverá y trabajo conjunto con otras entidades del orden nacional, local e internacional, que adelanten proyectos para la televisión pública. Se evaluará también la forma en que los canales internacionales incluyen paquetes exclusivos para Colombia sin regulación alguna.

Por último, se promoverá el seguimiento y evaluación permanente de la ejecución de recursos por parte de los canales beneficiados con dineros del FDTV, con el fin de garantizar que se promuevan contenidos que incrementen el bienestar social de los televidentes y que la destinación real de los dineros sea para el proyecto asignado, tal como fue concebido, para alcanzar mayor eficacia y lograr los propósitos del fondo. Se busca programas con calidad en su forma y contenido, en lugar de mayor cantidad de programas de baja calidad sacrificada la producción.

#### 5.4.4. Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro

En relación con la televisión local y la televisión comunitaria sin ánimo de lucro, los lineamientos que se establezcan estarán dirigidos a fortalecer la gestión de estos operadores, de acuerdo con la naturaleza de los canales.

El primer paso será hacer visibles a los canales, estrechar la relación entre estos y la CNTV. Se buscará información por parte de estos operadores para identificar aquellas áreas en las cuales presentan mayores dificultades y ofrecer alternativas que les permitan garantizar niveles de cobertura, calidad de la señal y oferta de contenidos apropiados para sus usuarios.

Igualmente, se divulgará ampliamente la información asociada a las formas de financiación, comercialización y distribución de producción propia a la que pueden acceder los operadores de los canales locales sin ánimo de lucro y televisión comunitaria.

Por otro lado, se crearán estímulos y reconocimientos a las apuestas de programación cultural y educativa en estos canales, buscando fortalecimiento y sostenibilidad. Además se buscará generar experiencias de éxito capaces de desarrollar proyectos estratégicos con autonomía financiera, independencia, identidad cultural y cercanía a sus audiencias.

PLAN PLURIANUAL INDICATIVO INVERSIONES DE LA CNTV EN EL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISION 2010- 2013

## 6. PLAN PLURIANUAL INDICATIVO INVERSIONES DE LA CNTV EN EL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISION 2010-2013

El Plan Plurianual Indicativo de Inversiones de la Comisión Nacional de Televisión en el Plan de Desarrollo 2010-2013, se compone de recursos que comprenden tanto las inversiones en televisión que realiza la CNTV con recursos del Fondo de Desarrollo para la Televisión, al igual que los recursos que aporta la Comisión de la UDG.

El Plan Plurianual Indicativo de Inversiones fue diseñado considerando los cuatro objetivos generales del Plan de Desarrollo 2010-2013, y a su vez, los quince objetivos específicos. Se proyectó en concordancia con el plan de gestión que se presentan en el siguiente capítulo y la información corresponde a las inversiones en el sector de la televisión pública.

Sin embargo, su ejecución está determinada por la cantidad de recursos económicos reales que tendrá el presupuesto de la Comisión durante el próximo cuatrienio.

Para el Plan de Desarrollo 2010-2013, es muy importante conocer las inversiones que realizan todos los actores del sector, en la medida en que estas cifras son una guía de construcción conjunta. El 6 de julio del año 2009, solicitó, a través de la circular número 007, la información a los canales nacionales de operación por cable (RCN), Señal Colombia Educativa y Cultural, Canal Institucional, Canales Regionales, Canales locales de interés público, Canal local con ánimo de lucro, City-TV, Concesionarios del servicio de televisión por suscripción y satelital y operadores del servicio de Televisión Comunitaria, información sobre sus inversiones en el período 2009-2013:

1. Inversión en infraestructura
2. Inversión en equipos
3. Inversión en investigación y desarrollo
4. Inversión en programación y desarrollo de productos<sup>(36)</sup>

A la anterior circular, respondieron presentando las inversiones que realizarán los próximos años, tanto los canales y operadores, y aunque no están la totalidad de ellos, se convierten en una muestra representativa que permite visualizar algunas tendencias.

### Plan Plurianual Indicativo Inversiones de la CNTV en el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010 - 2013

	2010	2011	2012	2013			
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto
<b>OBJETIVO 1</b>							
Promover el							
ACCESO universal							
al servicio de							
televisión							
Convergencia							
Espectro electromagnético	\$52.287	45%	\$63.416	41%	\$65.855	42%	\$86.490
Cobertura TDT							
Acceso a Minorías							
<b>OBJETIVO 2</b>							

Garantizar la  
CALIDAD en los  
servicios de  
televisión  
Control y Vigilancia

Protección a los televidentes	\$4.648	4%	\$6.187	4%	\$6.272	4%	\$7.060
-------------------------------	---------	----	---------	----	---------	----	---------

Capacitación a los agentes de la  
industria

### OBJETIVO 3

Crear condiciones  
institucionales para  
la

### COMPETITIVIDAD

de la industria de la  
televisión

Nuevas tecnologías

Desarrollo de la Industria	\$ 5.810	5%	\$ 7.734	5%	\$ 7.840	5%	\$ 8.826
----------------------------	----------	----	----------	----	----------	----	----------

Fomentar la libre y leal competencia

Información actualizada del sector

### OBJETIVO 4

Promover el  
desarrollo de la

### TELEVISION

EDUCATIVA,

CULTURAL Y DE

INTERES

PÚBLICO

Prácticas de Buen Gobierno  
Corporativo

Articular acciones entre canales públicos nacionales y regionales	\$ 53.449	46%	\$ 77.336	50%	\$ 76.831	49%	\$ 74.134
--	-----------	-----	-----------	-----	-----------	-----	-----------

Fortalecer el Fondo para el  
Desarrollo de la Televisión

Apoyar la TV comunitaria y local sin  
ánimo de lucro

TOTAL	\$ 116.194	100%	\$ 154.672	100%	\$ 156.798	100%	\$ 176.510
-------	------------	------	------------	------	------------	------	------------

Cálculos Oficina de Planeación.

Estos recursos comprenden tanto las inversiones en TV pública que realiza la CNTV con recursos propios como los recursos de la inversión de la CNTV de la UDG.

#### 6.1. Inversiones Canales Regionales en el período del Plan de Desarrollo

Con el ánimo de contextualizar las prioridades de inversión de los canales regionales, en el siguiente cuadro se presentan las inversiones de: Canal Capital, Telecaribe, Telepacífico, Teleantioquia y TV Andina. Los recursos se realiza a partir de la sumatoria de la información suministrada por cada uno de los cinco canales.

ellos podemos concluir que la inversión en programación y desarrollo de productos y la inversión en infraestructura serán las prioridades para los próximos cuatro años, seguida por las inversiones en equipos, investigación y desarrollo.

Canal Capital/Telecaribe/Telepacífico/TV Andina/ Teleantioquia	Inversiones Canales Regionales en el período del Plan de Desarrollo			
	2010	2011	2012	2013
Cifras en pesos corrientes				
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura	12.367. 703.400	8.124.144.464	5.452.308.790
	Inversión en equipos	7.216.739.833	6.314.134.016	7.869.929.010
Inversión en investigación y desarrollo		289.908.955	293.897.291	297.719.010
Inversión en programación y desarrollo de productos		22.063. 142.629	23.860.866.653	25.359.285.670

No se tiene información de los canales regionales: Teleislas, Telecafé y Canal TRO.

## 6.2. Inversiones Televisión Comunitaria en el período del Plan de Desarrollo

De con la información suministrada por 105 de los 667 canales de televisión comunitaria, se proyectan mayores inversiones para el próximo cuatrienio, en este sector de la industria, estarán enfocadas a la programación y a la adquisición de equipos.

Información de 105 Canales	Inversiones Televisión Comunitaria en el período del Plan de Desarrollo			
	2010	2011	2012	2013
Cifras en pesos corrientes				
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura	2.411.000.689	2.084.257.092	1.998.886.210
	Inversión en equipos	1.104.199.514	1.168.879.318	1.168.130.910
Inversión en investigación y desarrollo		309.434.685	372.850.019	447.767.775
Inversión en programación y desarrollo de productos		1.047.627.437	990.964.005	1.041.238.980

El anterior consolidado se realizó a partir de la información suministrada por:

Acanpamo, Aceste, Acopa TV, Acopajaga, Acoprosur TV, ACS Televisión, ACTV Simijaca, Antena Bonanza, Antena el Peñol, Antena Parabólica de Cota, Antena Parabólica de Garagoa, Antena Parabólica de San Rafael, Apabaro, Arcoma, Asapagopla, Asoantena la Estrella, Asocoapast, Asocompete, Rocío de Oro, Asomarichuela, Asoparabólica Tunal, Asoprocalant, Asosantana TV, Asotecofra, Asotepu, Asotevetado, Asovía Satélite de Tesalia, ASTV, ASTVCOM, Auspaza, Bundenet, CTV, Cable Cúcuta TV, Cable Digital, Cable Jen, Cable Social, Celcom, Coadsecomso, Coocairo, Corpa Corpobellavista, Corporación Cable Becerril, Corporación Cable Social, Corporación OTV, Corporación Corsoarc, Cotelba, Cuapac, El Colono, Estación Taurina, Galaxia, Granada LGT, Honda TV, JAC Vargas, JAC Barrio Venecia, JAC Barrio los Rosales, Jagua TV, La Enea, La Semilla, Litemar, Lit Megacable, Paipacom TV, Parabólica Asomarichuela, Parabólica del Socorro, Parabólica Garagoa, Pasto TV, Pinares, Satelcam, Servicoops, Suesca APS, Tele San Francisco, Tele San Marcos, Tele Telearanzazu, Tele Bolívar, Teledonmatías, Teleguasca, Telemanzanares, Telengativá, Teleprensa, Telesocial, Telesocial Malambo, Tele Unión, Tele Villa, TV 8 el Agrado, TV Alamos, TV Candela Chipagué, TV Hermosa, TV Libre, TV Nobsa, TV Pinares, TV Satélite Miraflores, TV Tibaná y U

### 6.3. Inversiones Televisión Privada Nacional en el período del Plan de Desarrollo

La proyección que tienen los canales RCN TV y Caracol para los años 2010-2013, tienen en progra desarrollo de productos la mayor inversión.

Cifras en pesos corrientes	Caracol y RCN		Inversiones Televisión Privada Nacional en el período del Plan de Desarrollo			
	2010	2011	2012	2013		
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura		48.602.000.000	46.952.000.000	34.486.000.000	41.554.000.000
	Inversión en equipos		30.311.000.000	20.495.000.000	12.029.000.000	20.125.000.000
	Inversión en investigación y desarrollo		3.413.000.000	3.023.000.000	3.574.000.000	4.886.000.000
	Inversión en programación y desarrollo de productos		473.720.000.000	453.661.000.000	435.224.000.000	451.790.000.000

### 6.4. Inversiones Televisión Mixta – Canal Uno en el período del Plan de Desarrollo

El Canal UNO es en la actualidad el único canal público Colombiano de cubrimiento nacional que comercial. Está conformado por cuatro consorcios integrados por empresas que han demostrado ser durante muchos años en la televisión nacional. Estos tienen asignada una licencia, otorgada por la C Nacional de Televisión, para operar como programadores desde el primero de enero de 2004 por un años y cada uno maneja el 25 % de la programación semanal que equivale a 32 horas por consorcio

Cifras en pesos corrientes	Canal UNO	Inversiones Canal Uno en el período del Plan de Desarrollo				
		2010	2011	2012	2013	
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura		11.185.181.708	2.161.811.564	1.186.083.299	1.013.000.000
	Inversión en equipos		6.089.002.000	3.300.000.000	2.300.000.000	2.300.000.000
	Inversión en investigación y desarrollo		1.321.218.499	2.557.037.894	1.458.783.060	13.940.000.000
	Inversión en programación y desarrollo de productos		29.961.315.453	31.870.557.535	33.508.906.562	35.440.000.000

El anterior consolidado, es producto de la información suministrada por RTI, Coltevisión, CM& y tendencia de estos consorcios es realizar su mayor inversión en programación y desarrollo de productos por infraestructura y equipos.

### 6.5. Inversiones Televisión Local sin Animo de Lucro en el período del Plan de Desarrollo

La televisión local sin ánimo de lucro para el cuatrienio 2010-2011, tiene su énfasis de inversión en programación y desarrollo de productos, seguido por la inversión de infraestructura.

Cifras en pesos corrientes	Inversiones de la Televisión Local sin Animo de Lucro en el período de Desarrollo				
	2010	2011	2012	2013	
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura	1.977.323.200	1.663.530.032	1.718.131.954	1.560.000.000
	Inversión en equipos	948.211.000	1.169.537.000	491.514.000	600.000.000
	Inversión en investigación y desarrollo	180.001.300	186.925.298	193.916.099	199.000.000
	Inversión en programación y desarrollo de productos	2.316.847.680	2.529.822.138	2.769.686.547	3.010.000.000

La anterior información es producto de las cifras suministradas por: Telemiga, Enlace Colombia, Fátima TV, Nova Televisión, ACOTEL, CMB Televisión y Buenas Noticias.

## 6.6. Inversiones Televisión por suscripción en el período del Plan de Desarrollo

La tendencia de la televisión por suscripción para el cuatrienio 2010-2011, está enfocado en la inversión en infraestructura y equipos. Ocupan lugares poco protagonistas en el presupuesto la investigación y p

### Inversiones TV por Suscripción en el período del Plan de Desarrollo

Cifras en pesos corrientes	2010	2011	2012	2013	
TIPO DE INVERSION	Inversión en infraestructura	9.715.907.033	4.138.834.809	749.082.060	646
Inversión en equipos		8.375.000.000	8.484.000.000	9.779.000.000	6.86
Inversión en investigación y desarrollo		290.200.000	307.372.000	325.574.320	344
Inversión en programación y desarrollo de productos		145.780.000	244.444.000	6.000.000	6.00

El anterior consolidado es el resultado de la información suministrada por las empresas: EPM Televisión, UNE, Promovisión Ltda., Alfasurt TV Cable Ltda., Parabólicas Hulgig Ltda., y PSI Telecomunicaciones.

Para concluir este capítulo es pertinente aclarar que no se presenta información consolidada de: Señal Cultural, Canal Institucional, y Canal Local con Animo de Lucro-City TV; porque no respondieron al artículo 007 del 6 de julio de 2009.

## INDICADORES GENERALES DE GESTION

### 7. INDICADORES DE GESTION

Los indicadores de gestión tienen como finalidad hacer un seguimiento a los cuatro objetivos y a los factores que los componen, con el ánimo de conocer año a año, qué ejecución tienen las iniciativas planteadas.

#### 7.1. Objetivo 1. Promover el acceso universal al servicio de televisión

##### 7.1.1. Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías.

Para la implementación del sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) de la red pública, el cronograma se establecerá de acuerdo con la disponibilidad de recursos con los que pueda contar la Comisión, para el desarrollo del

Proyecto: Implementar el nuevo sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) en Colombia para los canales de televisión privados RCN y Caracol.

Indicador: 2010. Implementar en un 25% el sistema TDT.

2011. Implementar en un 12.69% el sistema TDT.

2012. Implementar en un 12.19% el sistema TDT.

2013. Implementar en un 13.72% el sistema TDT.

En el cuatrienio se espera implementar el 63,60%.

Objetivo 1	Proyecto	Año	Indicador
Acceso universal 1 al servicio de televisión	Implementar el nuevo sistema de TDT	2010	% de cobertura poblacional implementada/cobertura programada
		2011	37,69%
		2012	49,88%
		2013	63,60%

El anterior porcentaje de cobertura poblacional se tomará con respecto a la cobertura de municipios igual o superior a 20.000 habitantes, capitales de departamento y, como mínimo, los municipios de 20.000 habitantes que se relacionan a continuación: Condoto (Chocó), Salgar (Antioquia), Villa de Sutamarchán (Boyacá), Ráquira (Boyacá), Samacá (Boyacá), Somondoco (Boyacá), Guayatá (Boyacá), Garagoa (Boyacá) y Guateque (Boyacá). El CENSO de referencia será el de 1993 por el de 1997.

7.1.2. Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de la te

Proyecto: Implementar el Plan Unico de Frecuencias. PUF

Indicador:

2010. El Plan Unico de Frecuencias estará listo en un 80%.

2011. El Plan Unico de Frecuencias estará listo en un 100% y se realizan actualizaciones de acuerdo a las intervenciones en las estaciones.

2012. Actualizaciones del PUF de acuerdo con las intervenciones en las estaciones.

2013. El Plan Unico de Frecuencias está listo con sus actualizaciones en un 100%

Objetivo 1	Proyecto	Año	Indicador	Me
Acceso universal 2 al servicio de televisión	Implementar el Plan Único de Frecuencias	2010	% alcanzado en el diseño del PUF/% programado	80%
		2011	100% del PUF con actualizaciones	
		2012	# de actualizaciones PUF en estaciones/# actualizaciones programadas	Se realizan actualizaciones de estaciones que lo requiere PUF implementación de la TDT
		2013	# de actualizaciones PUF en estaciones/# actualizaciones programadas	Se realizan actualizaciones de estaciones que lo requiere PUF implementación de la TDT

7.1.3. Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales

Proyecto: Mejorar la cobertura de la televisión abierta colombiana por medio de la TV satelital dire

señal de los canales públicos se subirá al satélite y desde cualquier lugar de Colombia con una pequeña inversión, de un decodificador y una antena parabólica de 80 cm de diámetro, se podrán sintonizar los canales públicos del país.

#### Indicador

2010. Se diseñan los términos para la licitación de TV satelital para Colombia y se adjudica al ganador.

2011. Se inicia el servicio de TV satelital directa al hogar para el país.

2012. Mantenimiento para garantizar el servicio de cobertura de TV satelital.

2013. Mantenimiento para garantizar el servicio de cobertura de TV satelital.

Objetivo 1	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Acceso universal al servicio de televisión	3. Mejorar la cobertura de la televisión abierta colombiana por medio de señal satelital u otras alternativas como Internet	2010	Licitación adjudicada	Se inicia el servicio de televisión directa al hogar
2011		Inicio de prestación del servicio para Colombia	Se inicia el servicio de televisión directa al hogar	
2012		Mantenimiento realizado/ Mantenimiento programado	100%	
2013		Mantenimiento realizado/ Mantenimiento programado	100%	

#### 7.1.4. Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión.

Proyecto: Fomentar la producción de contenidos propios a los diferentes grupos étnicos, personas con discapacidad y grupos vulnerables de población.

#### Indicador

2010. Realizar a través de la red pública nacional 2 series de 13 capítulos con temas específicos de personas con discapacidad y/o grupos vulnerables de población.

2011. Realizar a través de la red pública nacional 2 series de 13 capítulos cada una en la que el talento de producción como mínimo sea de un 20% de grupos étnicos y/o personas con discapacidad y/o grupos vulnerables de población.

2012. Realizar 3 series de televisión de 13 capítulos cada una en la que el talento de producción sea de un 50% de grupos étnicos y/o personas con discapacidad y/o grupos vulnerables de población.

2013. Realizar 1 serie de televisión en la que el talento de producción sea en su totalidad de grupos étnicos y/o personas con discapacidad y/o grupos vulnerables de población.

Objetivo 1	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Acceso universal servicio televisión	4. Fomentar la producción de contenidos propios a los diferentes grupos étnicos y/o personas con discapacidad y/o grupos vulnerables	2010	# de series producidas /# de series programadas	2 series de 13 capítulos específicos étnicos y/o discapacidad vulnerables
		2011	# de series producidas /# de series programadas	2 series de 13 capítulos c/u 1 participación 20% de grupos étnicos y/o grupos vulnerables
		2012	# de series producidas /# de series programadas	3 series de 13 capítulos c/u 1 participación 50% grupos étnicos y/o grupos vulnerables
		2013	# de series producidas /# de series programadas	1 serie de 13 capítulos producida /# de grupos étnicos y/o personas con discapacidad y/o grupos vulnerables

## 7.2. Objetivo 2. Garantizar la calidad en los servicios de televisión

### 7.2.1. Controlar y vigilar los contenidos de televisión.

Proyecto: Fortalecer y acompañar la creación de Asociación de Ciudadanos Televidentes que realice como grupos sociales con opinión frente a los contenidos de la televisión colombiana.

#### Indicador

2010. Capacitación en diez ciudades a 100 personas interesadas en aportar con su opinión a la televisión colombiana.

2011. Liderar la organización de por lo menos una asociación de televidentes en cada capital de Colombia.

2012. Recopilar en un documento las opiniones de todas las asociaciones de televidentes de Colombia.

2013. Realizar un gran foro con una amplia participación de las asociaciones de televidentes en Colombia.

Objetivo 2	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Calidad en los servicios televisión	5. Fortalecer y acompañar la creación de asociaciones de ciudadanos televidentes	2010	# de capacitaciones programadas/# de capacitaciones realizadas	Capacitación de 100 personas en 10 ciudades de Colombia
		2011	# de asociaciones lideradas/#de asociaciones programadas	Creación de 32 asociaciones en el país
		2012	# de documento realizado con la participación de las asociaciones de televidentes ligas/# de documento programado	Un documento con las opiniones de las asociaciones de televidentes
		2013	# de foros realizados/ # de foros programados	Un Foro Nacional de Asociados Televidentes

### 7.2.2. Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes.

**Proyecto:** Continuar con la realización de la serie “La TV TeVe” y realizar unas maletas con el arc

totalidad de los capítulos para distribución en instituciones educativas públicas, asociación de ciudad televidentes y asociaciones de padres de familia, como un material de capacitación y de protección

Indicador

**2010.** Producir la serie “La TV TeVe” y realizar un inventario de las entidades que serán beneficiarias de las colecciones en DVD.

**2011.** Continuar con la serie “La TV TeVe” y distribuir la primera parte de la colección.

**2012.** Continuar con la serie “La TV TeVe” y realizar una actualización de la base de datos de las entidades beneficiadas.

**2013.** Continuar con la serie “La TV TeVe” y distribuir la segunda temporada de la colección.

Objetivo 2	Proyecto	Año	Indicador	Metrica
Calidad de los servicios de televisión	en 6. Continuar con la realización de la serie “La TV TeVe” y realizar maletas para distribución en instituciones educativas, asociaciones de ciudadanos televidentes y asociaciones de padres de familia.	2010	# de capítulos emitidos de la serie “La TV TeVe”/# de capítulos programados.	50 de los nac
		2011	# de capítulos emitidos de la serie “La TV TeVe”/# de capítulos programados.	50 capítulos de la serie emitidos en los canales de Distribuir mínimo 50 capítulos serie.
		2012	# de capítulos emitidos de la serie “La TV TeVe”/# de capítulos programados.	50 capítulos de la serie emitidos en los canales nacionales
		2013	# de capítulos emitidos de la serie “La TV TeVe”/# de capítulos programados.	50 capítulos de la serie emitidos en los canales de Distribuir mínimo 50 capítulos segunda parte de la serie programados.

### 7.2.3. Cualificar a los agentes que componen la cadena de valor de la industria

Proyecto: Capacitar al personal técnico de los canales regionales, locales sin ánimo de lucro y comunitarios en el tema de la televisión digital.

Indicador

**2010.** Diseñar un módulo de capacitación en televisión digital, con herramientas impresas y audiovisuales.

**2011.** Beneficiar a los 8 canales regionales y a los 48 canales locales sin ánimo de lucro con las respectivas capacitaciones.

**2012.** Beneficiar a los 548 canales comunitarios legales que funcionen en el país.

**2013.** Realizar una actualización presencial, en el tema de televisión digital en las 8 ciudades en las que operan los canales regionales, y beneficiar como mínimo a 50 personas en cada una de ellas.

Objetivo 2	Proyecto	Año	Indicador
Calidad en los servicios de televisión	7. Capacitar con un video personal técnico de los canales regionales, locales sin ánimo de lucro y comunitarios, en el tema de TDT	2010	# de videos de capacitación en TDT realizado/# de videos de capacitación de TDT programado
2011		# de canales beneficiados con el video de capacitación/# de canales programados para capacitar	Distribuir en los 8 canales de los 48 canales locales el video de capacitación para
2012		# de canales beneficiados con el video de capacitación/# de canales programados para capacitar	Distribuir en los comunitarios el video en TDT para
2013		# Capacitaciones en las ciudades con canales regionales/# capacitaciones programadas	Capacitar de forma p tema de TDT a mínimo de 8 ciudades

7.3. Objetivo 3. Crear condiciones especiales para la competitividad de la industria de la televisión

7.3.1. Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión.

Proyecto: Apoyar a los canales locales sin ánimo de lucro para que inicien su transición de tv análo

Indicador

2010. Realizar un inventario en los canales regionales y nacionales públicos de los equipos que no la llegada de la nueva tecnología digital

2011. Determinar qué canales locales sin ánimo de lucro se beneficiarán con los equipos de la red p

2012. Donar los equipos tecnológicos a los canales favorecidos.

2013. Hacer un seguimiento de la instalación en los canales favorecidos.

Objetivo 3	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Competitividad en la industria de la televisión	8. Apoyar a los canales locales sin ánimo de lucro y a los canales comunitarios	2010	% de inventario realizado / % de inventario programado	Realizar un inventario de equipos que salga la implementación en los 3 canales tv pública y los
2011		# de canales beneficiados/# de canales programados	Seleccionar entre los 47 canales de ánimo de lucro los equipos que r	
2012		# de canales que reciben tecnología/# de canales seleccionados	Donar los equipos a los canales f	
2013		# de canales a los que se hace seguimiento/# de canales que recibieron tecnología	Hacer seguimiento en el número de canales que recibieron tecnología.	

7.3.2. Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria.

Proyecto: Crear incentivos en la industria para aquellas empresas y canales que con el cambio de tecnología a digital, realicen una conservación de archivos que tengan un valor para la memoria del país.

Indicador:

2010. Realizar una campaña nacional motivando la conservación de archivos en video.

2011. Invitar a las empresas para que quienes consideran que tienen archivo valioso lo presenten a la CNTV.

2012. Realizar un incentivo económico a las empresas que realizarán su cambio de archivo análogo a digital.

2013. Verificar el cumplimiento de los nuevos archivos digitales.

Objetivo 3	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Competitividad en la industria de la televisión	9. Crear incentivos para las empresas que con el cambio de tecnología conserven archivos que tengan un valor para la memoria del país	2010	# de campañas nacionales sobre conservación de archivo/# de campañas programadas	Una televisión de referencias sobre conservación de audiovisuales
2011		# de canales y empresas de tv invitadas/# de canales y empresas de tv programadas	Los 3 canales nacionales públicos, 8 canales locales y 647 comunitarios re	
2012		# de canales que reciben apoyo financiero/# de canales seleccionados	Seleccionar como mínimo 10 que la CNTV apoyará financie de conservación por su valor histó	
2013		# de canales que realizan archivo/# de canales favorecidos	Verificar como mínimo el número de 10 archivos conservados con CNTV.	

7.3.3. Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de la televisión.

Proyecto: Apoyar la creación de un nuevo sistema de medición de índices de sintonía y monitoreo (publicitaria de la televisión pública nacional y regional, que tome en cuenta las necesidades de la te y los avances tecnológicos como: televisión digital terrestre, IPTV, televisión móvil, DVR (por sus grabador de video digital).

Indicador 2010. Investigar sobre nuevas metodologías de medición para televisión pública nacional

2011. Presentar y evaluar con la industria las metodologías de medición, de tal forma que se promueva la posibilidad de estandarizar su aplicación por parte de todos los agentes de la industria.

Seleccionar la metodología más acorde a las necesidades del medio y realizar una prueba piloto en canales regionales.

2012 y 2013. Evaluar los resultados de la prueba piloto y aplicar la versión mejorada en 4 canales regionales.

Instaurar la nueva metodología de medición de audiencias en los canales de tv pública nacional y regional. Fomentar y liderar su uso generalizado por parte de la industria.

Objetivo 3	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Competitividad en la industria de la televisión	10. Apoyar la creación de un nuevo sistema de medición de audiencias de la televisión pública nacional y regional	2010	# de investigaciones metodológicas realizadas/# investigaciones programadas	Una inversión en nuevas metodologías de medición para tv pública regional.
		2011	# de pruebas piloto realizadas/# de pruebas piloto programadas	Realizar una prueba piloto de canales regionales.
		2012	# de pruebas piloto realizadas/# de pruebas piloto programadas	Realizar prueba piloto en 4 canales regionales.
		2013	# de canales con la nueva medición/# de canales programados	Se aplica la nueva metodología de medición en 3 canales regionales y 3 nacionales.

7.3.4. Mantener información actualizada de la industria de la televisión.

Proyecto 11. Realizar un inventario de las empresas y profesionales que trabajan en las diferentes empresas de la industria de la televisión colombiana y permitir el acceso a dicha información. Actualizarlo periódicamente.

Indicador

2010. Recopilar la información de empresas y profesionales en el país.

2011. Realizar un documento con la información de la industria.

2012. Actualizar la versión 2011 y realizar un nuevo documento.

2013. Actualizar la versión 2013 y realizar un nuevo documento.

Objetivo 3	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Competitividad en la industria de la televisión	11. Realizar un inventario de las empresas y profesionales que trabajan en la industria de la televisión, permitir acceso a esta base de datos y actualizarlo anualmente	2010	# de bases de datos actualizadas/# bases de datos programadas	Una t de actualiz canales profesic Colomb en telev
2011		# de documentos realizados /# documentos programados	Editar un documento con la de la industria.	
2012		# de actualizaciones realizadas/# actualizaciones programadas	Realizar una actualización de datos de la industria de la tv	
2013		# de actualizaciones realizadas/# actualizaciones programadas	Realizar una actualización de datos de la industria de la tv	

7.4. Objetivo 4. Promover el desarrollo de la televisión educativa, cultura y la televisión de interés producida por otros agentes del sector

7.4.1. Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Proyecto: Crear una veeduría para hacer seguimiento exhaustivo al cumplimiento y calidad de los contenidos producidos con recursos del FDTV.

Indicador:

2010. Diseñar la conformación de una veeduría que revise los contenidos de los programas realizados del FDTV.

2011. La veeduría cumple su revisión en los 8 canales regionales y dos nacionales de tv pública.

2012. La veeduría cumple su revisión en los 8 canales regionales y dos nacionales de tv pública.

2013. La veeduría cumple su revisión en los 8 canales regionales y dos nacionales de tv pública.

Objetivo 4	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Promover desarrollo de televisión educativa y cultural y de interés público producida por agentes del sector	el 12. Crear una veeduría para hacer seguimiento exhaustivo al cumplimiento y calidad de los contenidos producidos por otros con recursos del FDTV	2010	# de documentos de veeduría realizados de veeduría programados	Docum determin de funcion veedurí inversio
2011		# de canales con veeduría/ # de canales programados para veeduría	Veeduría a los 8 canales nacionales: Señal Institucional	
2012		# de canales con veeduría/ # de canales programados para veeduría	Veeduría a los 8 canales nacionales: Señal Institucional	
2013	# de canales con veeduría/ # de canales programados para veeduría	Veeduría a los 8 canales regionales y a 2 canales Señal Colombia e Institucional		

7.4.2. Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales.

Proyecto: Realizar transmisiones conjuntas para temas culturales de interés público.

Indicador:

2010. Realizar 2 producciones especiales en las que el talento regional y nacional se unen para emitir un programa de interés público.

2011. Realizar 3 producciones especiales.

2012. Realizar 3 producciones especiales.

2013. Realizar 4 producciones especiales.

<Aparte corregido por el artículo [único](#) de la Resolución 380-00163-4 de 2010. El nuevo texto es el siguiente:

<Consultar artículo [único](#) de la Resolución 380-00163-4 de 2010>

Notas de Vigencia

- Aparte corregido por el artículo [1](#) de la Resolución 380-00163-4 de 2010, publicada en el Diario Oficial No. 47.627 de 18 de febrero de 2010.

<Texto original de la Resolución 1508 de 2009:>

Objetivo 4	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector	13. Realizar transmisiones conjuntas para temas culturales de interés público	2010	# de producciones producidas entre canales de red pública/ # de producciones programadas	Dos (2) producciones especiales en los canales regionales y nacionales
		2011	# de producciones producidas entre canales de red pública/ # de producciones programadas	Tres (3) producciones especiales en los canales regionales y nacionales
		2012	# de producciones producidas entre canales de red pública/ # de producciones programadas	Tres (3) producciones especiales en los canales regionales y nacionales
		2013	# de producciones producidas entre canales de red pública/ # de producciones programadas	Cuatro (4) producciones especiales en las que regionales y nacionales se unan

#### 7.4.3. Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión.

Proyecto: Apoyar la producción de contenidos e implementación de tecnología de la red de televisión nacional y regional con los recursos del FDTV. Se realizará de acuerdo con el Presupuesto asignado considerando que la inversión no se verá reducida en este objetivo.

Indicador:

2010. 45% de los recursos del FDTV serán transferidos a la red de canales de la tv pública.

2011. 45% de los recursos del FDTV serán transferidos a la red de canales de la tv pública.

2012. 45% de los recursos del FDTV serán transferidos a la red de canales de la tv pública.

2013. 45% de los recursos del FDTV serán transferidos a la red de canales de la tv pública.

Objetivo 4	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector	14. Apoyar la producción de contenidos e implementación de tecnología de la red de tv pública nacional y regional con los recursos del FDTV	2010	% de recursos desembolsados/ % recursos programados	42% del trans de públ regio
		2011	% de recursos desembolsados/ % recursos programados	46% de los recursos transferidos a la red de pública nacional y region
		2012	% de recursos desembolsados/ % recursos programados	44% de los recursos del FDTV son transfer canales de tv pública nacional y regional
		2013	% de recursos desembolsados/ % recursos programados	36% de los recursos del FDTV son transfer canales de tv pública nacional y regional

#### 7.4.4. Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro.

Proyecto: Crear estímulos para apoyar la producción de series de 13 capítulos cada una, con contenido cultural a los 47 canales locales sin ánimo de lucro.

Indicador: 2010. Convocar de forma exclusiva a los canales locales sin ánimo de lucro para que participen en un concurso que se premiará con la adjudicación de recursos para realización de la serie al canal ganador.

2011. Realizar la serie de 13 capítulos del canal local sin ánimo de lucro ganador.

2012. Convocar a los canales locales sin ánimo de lucro a participar nuevamente de un concurso para la producción de 3 series de 13 capítulos cada una.

2013. Realización de las 3 series ganadoras.

Objetivo 4	Proyecto	Año	Indicador	Meta
Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector	15. Crear estímulos para apoyar la producción de series de 13 capítulos cada una, con contenido cultural y educativo entre los canales locales sin ánimo de lucro	2010	Convocatoria a los canales locales sin ánimo de lucro	1 canal sin recibirá recursos para la producción de serie educativa cultural capítulos
		2011	# de series realizadas/ # de series programadas	Una serie de 13 capítulos realizada por el canal ganador
		2012	# de convocatorias realizadas / # de convocatorias programadas	3 convocatorias de 3 canales locales sin ánimo de lucro reciben recursos para la producción de una serie educativa y cultural capítulos cada una
		2013	# de series realizadas/ # de series programadas	Tres series de 13 capítulos realizadas por los 3 canales ganadores

## 8. RESOLUCION

Resolución número [1508](#) del 31 de diciembre del año 2009 por medio de la cual se adopta el Plan de la Televisión 2010-2013.

1 Biblioteca Luis Angel Arango del Banco de la República. Publicación digital en la página web de Luis Angel Arango del Banco de la República.

[http://www.lablaa.org/blaavirtual/exhibiciones/historia\\_tv/television\\_colombia.htm](http://www.lablaa.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.htm).

Búsqueda realizada el 3 de diciembre de 2009.

2 Ibid.

3 Ibid.

4 Lineamientos del Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013, pág. 20.

[http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/p\\_estrategico/plan\\_desarrollo\\_2010\\_2013.pdf](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/p_estrategico/plan_desarrollo_2010_2013.pdf). Búsqueda realizada el 3 de diciembre de 2009.

5 Estudio realizado por la Asociación Colombiana para la Investigación de Medios–ACIM, en 17 ciudades principales de Colombia en el 2009, incluyendo sus áreas metropolitanas, con una muestra de 17.500 hogares. Se hizo una entrevista personal en los hogares con la aplicación de un cuestionario estructurado a hombres entre 12 y 69 años de los estratos 1 al 6.

6 Módulo de Televisión de la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE enero- marzo 2009. Se encuestó a los hogares, con estimaciones al sector urbano, rural, 24 capitales y total nacional del país.

7 Estas cifras corresponden a la pregunta: ¿Por qué medio recibe la señal de televisión?

8 DANE. Encuesta de Consumo Cultural 2008.

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC\\_0309.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/eccultural/InfoResultECC_0309.pdf)

Búsqueda realizada el 12 de diciembre de 2009.

9 “La Gran Encuesta de la Televisión en Colombia”. CNTV- Ipsos y Napoleón Franco. Marzo de 2009. (3.755 entrevistas reales, en 75 municipios).

10 Ley 182 de 1995, Capítulo I, artículo 4o.

11 Escuela de Periodismo, Universidad de Chile.

<http://www.periodismo.uchile.cl/noticias/2003/schneider.html>. Búsqueda realizada el 12 de diciembre de 2009.

12 Ibid.

13 PENAGOS Hincapié, José Ignacio. La televisión que Colombia necesita: Por una televisión competitiva y al servicio del desarrollo de Colombia. CNTV. Bogotá, 2002.

14 PENAGOS Hincapié, José Ignacio. Ibid.

15 Porcentaje de ejecución presupuestal = (Compromisos / Apropiación Final).

16 Acuerdo 001 de 2002, 001 de 2003 y 002 de 2006.

17 Comisión Nacional de Televisión. “Directora de la CNTV hizo anuncio en Andinalink”. Publica la página web de la Comisión Nacional de Televisión.

[http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/noticias/2009/febrero/17\\_02\\_09.html](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2009/febrero/17_02_09.html)

Búsqueda realizada el 18 de diciembre de 2009.

P

**18 Comisión Fílmica Colombiana. “Cine, TV, publicidad y animación en Colombia”.**

Publicación digital en la página web de la Comisión Fílmica Colombiana.

[http://www.locationcolombia.com/secciones/colombia/colombia\\_audiovisual.html](http://www.locationcolombia.com/secciones/colombia/colombia_audiovisual.html)

Búsqueda realizada el 4 de diciembre de 2009.

**19 Revista Cambio. “Canales privados convirtieron la televisión colombiana en una verdadera**

Publicación digital Revista Cambio.

[http://www.cambio.com.co/entretenimientocambio/785/ARTICULO-WEB-NOTA\\_INTERIOR\\_C\\_4379884.html](http://www.cambio.com.co/entretenimientocambio/785/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_C_4379884.html) Búsqueda realizada en 4 de diciembre de 2009.

20 FUENZALIDA, Valerio. Televisión Abierta y Audiencia en América Latina. Ed. Norma, Bogotá

21 Corte Constitucional. Sentencia T-032 de 1995.

22 Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

23 Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

24 Conocido en inglés como triple-play. Informe “Global Entertainment and Media Outlook”. protocolo internet–IPTV. En América Latina, los servicios de IPTV son muy incipientes, lo cual se atribuye a combinación entre baja disponibilidad del servicio y entendimiento y uso por parte de los consumidores.

25 KATZ, J (2006). “Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana”. CEPAL-EUROPEAID.

26 Por ejemplo, Internet AOL & Time Warner, Disney & Infoseek, Disney & Minds Eye Productio & CBS, UTStarcom & Cisco Systems Inc., Liberty Media Internacional & UnitedGlobalCom.

27 Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

28 MARTIN-BARBERO, Jesús. ¿Qué sabemos y qué ignoramos de nuestra televisión? En: Toma Observatorio Nacional de Televisión. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 2008. Pág. 132

29 Colombia ocupó la posición 23 en el mundo y la 4ª en América Latina, en 2004, en la evaluación de internet principalmente por el volumen y la calidad de la información que publica el Estado.

**30 Comisión Nacional de Televisión. “Comenzó desarrollo del proyecto de TV Satelital Directa la CNTV”**

Publicación digital en la página web de la CNTV.

[http://www.cntv.org.co/cntv\\_bop/noticias/2009/diciembre/17\\_12\\_09.html](http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2009/diciembre/17_12_09.html)

Búsqueda realizada el 19 de diciembre de 2009.

31 Este Acuerdo fue el resultado de un proceso participativo con representantes de las diferentes cc indígenas y afrocolombianas.

32 “La Gran Encuesta de la Televisión en Colombia”. CNTV- Ipsos y Napoleón Franco. Marzo de

33 Modelo de Televisión “Encuesta General de Medios 2008-II”. CNTV – ACIM 2008.

34 FUENZALIDA, Valerio. “Televisión abierta y audiencia en América Latina”. Enciclopedia Lati Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma, segunda edición Colombia 2006. Pág. 15.

35 Revista Consejo Nacional de Televisión – Septiembre 2006 Chile, tomado de [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

36 Circular número 007 del 6 de julio de 2009. Comisión Nacional de Televisión.



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Compilación Jurídica MINTIC

n.d.

Última actualización: 31 de enero de 2024 - (Diario Oficial No. 52.643 - 19 de enero de 2024)



MIN'