

Al contestar, por favor, cite estos datos:

Gerencia General



OFICIOS  
Número de Radicado: 856  
Registró: SIERRA ZAPATA SANDRA  
sandra.sierra@canalcapital.gov.co  
Número de Folios: 6  
10/08/2021 21:39:49

Doctora

**SUSANA MUHAMAD**

Concejala

**CONCEJO DE BOGOTÁ**

Calle 36 28A 41

Código postal 111311

[msmuhamad@concejobogota.gov.co](mailto:msmuhamad@concejobogota.gov.co)

[correspondencia@concejobogota.gov.co](mailto:correspondencia@concejobogota.gov.co)

Bogotá D. C.

**Asunto: respuesta a la petición verbal del debate del 2 de agosto de 2021**

Honorable concejala Susana:

En consideración a la pregunta formulada en el debate realizado el pasado 2 de agosto, en la que indaga *por qué el modelo de operación no muestra mejores resultados*, me permito informar que cada modelo de producción o de operación tiene objetivos distintos y características que los distinguen.

Si bien es cierto que el modelo de producción en estudio, característica principal de anteriores administraciones, resulta ser bastante favorable para el factor de estreno diario y alto porcentaje en horas de producción con recursos tecnológicos instalados y recurso humano de base transversal, **no** es necesariamente proporcional a la calidad estética y narrativa de los proyectos, a la atención de audiencias vulnerables y desatendidas, a las tendencias de consumo y realización de contenidos audiovisuales, a la construcción de un archivo audiovisual que refleje a Bogotá en su diversidad y mucho menos a la calidad de vinculación laboral de los colaboradores.

Por ejemplo, aunque hace 8 años era recurrente producir en estudio contenidos dirigidos a niños, en los años más recientes los programas para esos públicos han salido del estudio y se han trasladado a los escenarios naturales de las vidas de los niños (casas, colegios y parques) y han posicionado a la animación como un formato exitoso con alto grado de innovación.

Para comprobarlo basta con revisar los contenidos que compiten oficialmente en las ferias, mercados y eventos más importantes y referentes en el mundo de producción y circulación de contenidos infantiles de calidad, por su impacto cultural y educativo, como el Prix Jeunesse (Alemania), Japan Prize (Japón), ComKids Iberoamérica (Brasil) e incluso premios generales de TV en la región como los Premios TAL (Uruguay) e India Catalina (Colombia).

Asimismo, aunque la producción recurrente de proyectos periodísticos ligados a la actualidad resulta eficiente en términos de horas de producción directa (hecho en casa), es un modelo que desatiende poblaciones vulnerables e intereses distintos; por ejemplo, condena a los niños y jóvenes a una oferta con poca presencia en la parrilla.

No deja de ser pertinente analizar por qué, *según Ibope en términos de rating, el primer semestre de 2021, periodo durante el cual ha habido oferta amplia para niños y variada para jóvenes adultos, resulta ser el más exitoso de Capital durante los últimos 6 años, en comparación con 2019, la audiencia joven (18 a 39 años) aumentó el 47 % y niños y niñas el 53 %. Asimismo, tuvo un aumento histórico de consumo en plataformas afines a la producción audiovisual como YouTube (aumento del 150 %)*; o, por ejemplo, preguntarse por qué 5 de los 8 canales públicos regionales en Colombia licitan la producción de al menos 1 de sus noticieros. Es decir, no invierten recursos en esta producción sino, por el contrario, reciben pago por permitir su emisión o reciben parte de la pauta recaudada.

De los 3 canales restantes que no licitan sus noticieros, Capital es el único que lleva más de 15 años siendo productor directo de sus noticieros o sistemas informativos e invirtiendo buena parte de su presupuesto a este tipo de programas. El otro de los 3 canales restantes apenas este año inició la realización propia de su informativo, Teveandina, y el canal restante, Teleislas, lo financia con recursos de la Nación, siendo su inversión entre 15 y 20 veces menor que la de Capital.

De igual manera, la producción enfocada en el uso de la tecnología robusta y producción desde estudio deja por fuera otras narraciones y puntos de vista de la ciudadanía, como el caso de los realizadores emergentes que a través del cine documental y ficción cuentan a nuestra sociedad, dejando por fuera los resultados de aprovechar la potencialidad del trabajo creativo y operativo con la industria audiovisual local. ¿Resulta acaso recomendable trabajar y construir un medio público a espaldas de las industrias creativas y culturales de la ciudad?

El modelo de rueda de noticias, aunque tiene un alto indicador de estrenos diarios y producción en casa, deja un archivo audiovisual escaso en variedad estética y narrativa, por ende, escaso en la narración de una ciudad plural y una sociedad diversa en formas de pensar, actuar y vivir. De igual manera, deja un archivo audiovisual con bajo potencial de repetición; repetir un noticiero o magazín enfocado en actualidad no tiene sentido para la audiencia, incluso 24 horas después.

Es decir, en términos de optimización de recursos a mediano o largo plazo, es muy poco eficiente sin mencionar que deja a nuevas administraciones una base diminuta para crear parrillas alternativas y diferentes. Es un modelo eficiente en términos inmediatistas pero poco eficaz para un modelo sostenible y perdurable en el tiempo.

La tasa de estrenos, producción en casa y repetición que actualmente arroja nuestra parrilla es coherente dentro del mercado de canales similares a nuestra oferta editorial, no enfocados en noticias o actualidad, y nuestros presupuestos e incluso coherente con las estrategias implementadas por canales generalistas en estos tiempos de escasez económica.

### **Nuestro modelo**

Desde la última semana de enero de 2020, Capital, Sistema de Comunicación Pública, ha diseñado y desarrollado una oferta de contenidos que reflejan a las audiencias de Bogotá, donde los ciudadanos de todas las edades son el centro de todas nuestras acciones y el sector audiovisual es parte de un modelo de cocreación permanente, inclusivo y democrático.

Entre otras acciones, hemos decidido ampliar la oferta de proyectos para nuestros niños, niñas, y adolescentes, casi inexistente hasta ahora. Una franja que inició siendo de 6 horas y el próximo 16 de agosto se convierte en "Eureka Tu Canal" una segunda señal dedicada 24 horas y exclusivamente a este público.

Asimismo, se ha incrementado la participación del sector audiovisual local a través de convocatorias públicas para el diseño y realización de contenidos educativos y culturales. Es decir, la cocreación con una de las industrias audiovisuales más importantes de América Latina, la de Bogotá. Buscamos ser motor para la innovación, así como protagonistas de la activación y fortalecimiento del sector audiovisual en la ciudad, especialmente en momentos críticos para la industria como los que se han enfrentado recientemente, consecuencia de la pandemia. Como medio público de Bogotá, tenemos un compromiso de inclusión con los actores de la industria, sin excepción o preferencia.

Capital se plantea la transformación de la sociedad hacia un modelo participativo, de cuidado, incluyente, sostenible y consciente a través del desarrollo y producción de contenidos, estrategias y experiencias relevantes para los ciudadanos, a la vez que fomenta el desarrollo del sector audiovisual de la ciudad y se integra a las narrativas globales que aportan a nuestros públicos.

Para cumplir estos propósitos hemos determinado 3 líneas de diseño y producción de proyectos:

1. Contenidos ciudadanos, educación y cultura
2. Contenidos periodísticos – informativos
3. Contenidos digitales (nativos y complementarios)

La línea de Ciudadanía, Cultura y Educación de Capital tiene como propósito la construcción de una ciudadanía participante, cuidadora, incluyente, creativa, sostenible y consciente que permita desplegar su inteligencia colectiva para la solución de problemas contemporáneos sociales, ambientales, culturales, políticos y económicos.

Por medio de estos contenidos, Capital se propone producir contenidos y experiencias: \*con la participación de los ciudadanos en distintos roles, como fuente, como protagonista, como participante y como cocreador; \*que promuevan la empatía, el cuidado, el respeto y la responsabilidad con el yo, con el otro, con la ciudad, con el país y con el planeta, \*que contribuyan a la formación ciudadana para promover el ejercicio de los derechos políticos, sociales y culturales, \*que planteen soluciones creativas, innovadoras, abiertas y sostenibles sobre problemas contemporáneos locales y globales: \*que sean procesos y resultados de inteligencia colectiva entre ciudadanos con formaciones y experiencias diversas, que sirvan de referente a otros ciudadanos; \*que contribuyan al descubrimiento y apropiación de distintas versiones y posibilidades de Bogotá, que promuevan el disfrute de la ciudad y que ayuden a ampliar y transformar el imaginario centrado en aspectos negativos; \*que fomenten la industria audiovisual y creativa en un momento de alta vulnerabilidad; \*que promuevan retos creativos de formatos y procesos de producción innovadores con infraestructuras livianas, acciones colaborativas que saquen provecho de las condiciones y recursos de los que se dispone en esta coyuntura mundial: que impulsen e inspiren una comunidad ciudadana interesada en nuestros contenidos con sentido de identificación y pertenencia con alto grado de participación.

Decidimos apostar a la generación de contenidos periodísticos que no sean parte del ruido informativo del día a día. Por el contrario, buscamos que aporten al análisis y la generación de conocimiento. No pretendemos juzgar las estrategias de producción y programación del pasado, pero estamos convencidos de que los medios públicos deben atender especialmente a las audiencias más vulnerables y ser garantes del libre acceso a la información y el conocimiento. Más allá de un modelo esencialmente noticioso, apostamos por un proyecto alternativo, autónomo, independiente y constructor de audiencias críticas.

A través de los proyectos digitales nos ocupamos de conocer nuestras audiencias y de ofrecerles contenidos en múltiples narrativas que sean pertinentes, innovadores y participativos en los entornos digitales. Capital pone sus plataformas digitales al servicio de la ciudadanía creando, produciendo y distribuyendo contenidos que aporten a la construcción social y la resolución de necesidades locales y actuando bajo pilares de ética, innovación, comprensión amplia de lo digital como escenario de interacción y generación de valor público.

Lo anterior implica presencia de los contenidos informativos más acotada en nuestras parrillas, pero diferencial y alternativa. En efecto, en 2020 Capital apareció en la lista del estudio "Cifras y Conceptos" como 1 de los medios más consultados por los líderes de opinión, en 2019 no estaba incluso el Canal).

Esto significa el crecimiento en la producción y circulación de contenidos ciudadanos, educativos y culturales, incluidos formatos creados por los propios ciudadanos y modelos de realización innovadores en su propuesta narrativa y estética, sin dejar de lado el poder de las transmisiones culturales y deportivas de eventos realizados en la ciudad.

En consecuencia, Capital desde 2020 implementa modelos de medios públicos exitosos en el mundo e incluso en Colombia, en los que aprovecha la tecnología en favor de la optimización de los recursos y cercanía con las audiencias; implementa modelos que amplían su red de colaboradores y potencializan exponencialmente su capacidad creativa y operativa a través de la integración con el sector audiovisual local-global para la construcción democrática y plural de la oferta de contenidos competitivos, pertinentes y coherentes con la misión de un medio público; modelos que construyen y fidelizan audiencias que privilegian el conocimiento sobre la información.

Los contenidos se han transformado, se crearon proyectos como Desde mi Casa, Conversaciones en Casa, Aprende en Casa, Cultura en Casa y Puntos Capitales, adicionalmente Noticias Capital y Capital en línea implementaron la red de corresponsales en diferentes localidades de la ciudad que a través de tecnología móvil reportan los acontecimientos relevantes para sus habitantes.

El proyecto fue nominado a la categoría “gran destaque” de los premios de televisión de calidad más importantes de la región: Premios TAL que se entregan en Uruguay y que resaltan las estrategias destacadas implementadas por las televisoras públicas de América Latina en la pandemia.

El trabajo de cocreación con la industria audiovisual es incluso alentado por uno de nuestros principales financiadores: el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC) del Ministerio TIC).

Anualmente, el MinTic aplica la fórmula de gestión que otorga puntaje para la asignación de recursos en vigencias siguientes. Entre los criterios evaluables se encuentran:

1. Contratación de personas jurídicas del sector audiovisual (27,5 % del total del puntaje),
2. Producción de contenido atemporal y ficción, los demás formatos no otorgan puntos (27,5 % del total del puntaje)
3. Audiencia (15 % del total del puntaje)
4. ingresos por comercialización (10 % del total del puntaje)

En 2020 Capital fue el medio público regional con menor asignación de recursos, entre 8 medios públicos regionales del país, por el resultado de la aplicación de la fórmula sobre los recursos ejecutados en 2018: En 2021 subió 3 lugares, entre otros, gracias a 2019 en el que la cocreación con la industria audiovisual fue superior a años anteriores (150 % superior a 2018 y 170 % superior a 2017) .

Esperamos haber respondido su solicitud. Reiteramos nuestro compromiso de trabajo por Bogotá, y como Canal de puertas abiertas, seguimos dispuestos a responder las inquietudes que surjan en relación con la labor que desarrollamos y a colaborar con las autoridades para el ejercicio de sus funciones.

Cordialmente,

**ANA MARÍA RUIZ PEREA**  
**Gerente General**

Proyectó: Jerson Jussef Parra Ramírez – Director Operativo  
Revisó: Catalina Moncada Cano – Secretaria General  
100

