

**Autor:** Omar Rincón\*  
**Título:** TEVE PÚBLICA - CANAL CAPITAL - ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ  
**Ciudad:** Bogotá, 2004  
**Producción:** Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net  
**Nota:** Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

## TEVE PÚBLICA - CANAL CAPITAL - ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ

### Texto de formación

#### CANAL CAPITAL

#### BOGOTÁ

*Canal Capital* es televisión pública que se imagina, diseña y produce en relación con Plan de Desarrollo de la Televisión CNTV 2004-2007, el Plan de Desarrollo Bogotá Sin Indiferencia 2004-2008 y la tradición audiovisual de Bogotá.

#### CONCEPTO

##### *Canal Capital*

*Canal Capital* es el canal de la ciudad, en él Bogotá se expresa en sus estéticas, necesidades y expectativas. *Canal Capital* es la televisión que cada bogotano quiere.

#### CRITERIOS DE ESTILO

##### *Canal Capital*

1. **Televisión Urbana:** *Canal Capital* buscará expresar a Bogotá en sus contenidos, estéticas, historias, experiencias, tradiciones culturales y actuaciones ciudadanas [*Bogotá es relato urbano*].
2. **Televisión Ciudadana:** *Canal Capital* ofrece información útil para vivir la ciudad; es una pantalla para que los bogotanos se vean y reconozcan en sus propias voces y estéticas; realiza campañas de promoción de bien público, brinda información de la legislatura y del gobierno de la ciudad [*Bogotá en múltiples voces*].
3. **Televisión Social:** *Canal Capital* documenta la ciudad desconocida para que todos nos encontremos y tomemos conciencia de que somos más que barrio que habitamos. *Canal Capital* conecta a los bogotanos con su ciudad. [*Bogotá sin indiferencia*]

---

\* Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert.

**Televisión en experimento:** *Canal Capital* promueve un movimiento de realizadores audiovisuales y trabajadores de la imagen y expresa lo urbano-bogotano como marca del canal; produce buena televisión con la participación de los ciudadanos en la pantalla para que la ciudad se vea [*Bogotá se imagina a diario*].

4. **Televisión de la otra Información:** *Canal Capital* reconoce en cada bogotano un sujeto de opinión e informa y crea agenda pública desde la vida de la gente que habita Bogotá [*Bogotá es noticia en cada historia*].
5. **Televisión Cultural:** *Canal Capital* es la pantalla para la reflexión y expresión cultural de Bogotá. Por lo tanto, busca configurar la memoria audiovisual, producir series documento, difundir y registrar la creación artística de la ciudad y reconocer las estéticas y tradiciones en Bogotá [*Bogotá marca cultural*].
6. **Televisión infantil:** *Canal Capital* apuesta prioritariamente por los niños y diseña espacios para pensar y estar con los ellos [*Bogotá al alcance de los niños*].
7. **Televisión femenina:** *Canal Capital* prioriza el punto de vista femenino, desde ellas construye imágenes, opinión e imaginación [*Bogotá es femenina*].
8. **Televisión de Entretenimiento:** *Canal Capital* en todos su programas debe interpelar desde la lógica del afecto, el goce y el entretenimiento [*Bogotá es entretenida*].
9. **Televisión de bajo costo:** *Canal Capital* produce televisión de bajo costo pero alto impacto, programas de alta calidad por encima de cantidad [*Bogotá se conversa*].

## CANAL CAPITAL

### PLAN ESTRATÉGICO 2004-2007

#### OBJETIVOS

Crear un modelo de gestión empresarial de televisión pública en Colombia [Estabilizar situación financiera, organización del personal hacia la producción de tevé, nueva estrategia de comercialización].

Diseñar y producir una alternativa de televisión de calidad, en estilo y para la identidad bogotana.

#### CRITERIOS

- Garantizar un modelo efectivo de gestión empresarial.
- Crear un modelo de diseño, producción y realización de televisión

- Aumentar la generación de ingresos propios a través de la comercialización de productos y servicios.
- Asegurar cobertura total y calidad del servicio.
- Ofrecer una programación que reconozca e interprete la pluralidad de Bogotá.
- al estilo “*Canal Capital*”.
- Hacer de la pantalla de “*Canal Capital*” un lugar público para la participación de todos los bogotanos.
- Reconocer y formar el talento audiovisual de la ciudad.
- Trabajar con los diversos centros de imaginación audiovisual de Bogotá: Universidades, grupos juveniles, colectivos de comunicación.

## CALIDAD

1. **Administración:** Procesos estables y autoevaluación permanente
2. **Financiero:** Nuevas formas de comercialización en busca de la autonomía financiera.
3. **Transparencia:** Rendición de cuentas permanentes.
4. **Responsabilidad:** La programación y la gestión responde a las necesidades y expectativas del ciudadano bogotano.
5. **Efectividad:** Estrategias de programación de alto impacto.
1. **Pública:** Televisión que genera diálogo público, conversación cotidiana y controversia ciudadana.
2. **Audiencia:** Generar reconocimiento en las temáticas, las estéticas y las voces. Hacer televisión desde y con la gente.
3. **Creativa:** Todo programa de *Canal Capital* desarrolla perspectivas innovadoras en el tratamiento y la narración.
4. **Narrativa:** Imaginar los modos de interpelación más cercanos a los bogotanos y de una televisión en experimento narrativo.
5. **Estética:** Construir la estética audiovisual bogotana.
6. **Contenidos:** El tratamiento temático busca formar en los valores de una Bogotá sin indiferencia.
7. **Canal:** Estrategia de programación de interlocución por franjas con énfasis en debate ciudadano y la participación de la comunidad.
8. **Consumo:** Se busca el rating y el reconocimiento.
9. **Técnica:** Incorporación de la televisión de bajo formato en digital.

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
Opinión Pública	Adulto - Familiar	Promover la comprensión de la realidad para	Visualidad limpia. Poca escenografía. Énfasis en la	- Bogotá en su hora - Periodístico: Las

		generar una cultura del diálogo público en la ciudad.	opinión, en la palabra, en el argumento. Ojalá o si no que parezca “en directo”.	<p>siete magníficas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periodístico: Palabras de hombre.</li> <li>- Institucional: Concejo Capital.</li> <li>- Servicio Público: Información útil para los ciudadanos y la gente tiene la palabra. (Talk show diario).</li> <li>- El alcalde frente a la prensa.</li> <li>- El gobierno responde (director diario).</li> </ul>
--	--	---	--	---

**Bogotá en su hora:** Boletín de noticias desde las 7 a.m. hasta las 9 p.m. A las 10 p.m. Compacto del día.  
**Servicio Público:** Lunes a viernes 6 a 9 a.m. [Bogotá vive]  
**En la jugada:** Deportes 12 m.  
**Prisma:** 12:30 p.m.  
**Las cinco magníficas:** Programa de entrevistas hechas por mujeres. 7:30 p.m.  
**Palabra de hombre:** Programa de entrevistas hecho por hombres. 8:00 p.m.  
**Institucional:** Concejo Capital. 10:30 p.m.  
**Noticiero del Senado:** Lunes 8:30 p.m.  
**Noticiero de la Cámara:** Martes 8:30 p.m.  
**El gobierno responde:** Sábados 7:30 a 8:30 p.m.  
**El alcalde frente a la prensa:** Domingo 7:30 p.m.

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
Cultural	Adulto - Familiar	Construir una reflexión sobre las artes, los modos de expresión y las maneras de convivir simbólicamente en Bogotá.	Experimentación en los modos de presentación: cámaras, tiempos, estilos de entrevista, voces en busca de la Bogotá Cultural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El espejo</li> <li>- Musicapital</li> <li>- Documental</li> <li>- Discovery</li> </ul>

**El espejo:** Jueves y viernes 7:30 p.m.  
**Musicapital:** 9 a 11 a.m. / 1 a 3 p.m.  
**Detrás de cámaras:** 11 a 11:30 a.m.

Documental Discovery: 9 a 10 p.m.

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
Infantil	Niños	Atender a la población infantil con una televisión útil en formación de valores y vida ciudadana.	Espontánea, en directo, participativa. Inclusión de la mejor tele infantil del mundo.	- Expedición al mundo animal y Cuadriga - Franja Metro.

**Expedición al mundo animal:** Lunes a viernes 11:30 a 12 a.m  
**Franja Metro:** 3 a 6 p.m. La ventana Allegra. Franklin. La Banda de Mozart. Cyberchase. Mortadelo y Filemón.

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
<b>ACCESO PÚBLICO</b>	Familia	Convertir la pantalla televisiva de <i>Canal Capital</i> en un lugar de expresión de los sentimientos y saberes de la ciudad.	Participación en cámara, por video, teléfono, correo electrónico	

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
<b>UNIVERSIDAD</b>	Jóvenes	Promover ciudadanos de la imagen. Formar talento joven.	Cada Universidad expone su estilo y su forma de comunicarse.	Una universidad cada día.

Criterio	Audiencia	Objetivo	Estilo	Programas
<b>IDENTIDAD</b>	Familia	Crear la marca de <i>Canal Capital</i> como reflejo de la identidad bogotana.	Expresar las estéticas bogotanas.	Fragmentos: espacios de 30 segundos a 1 minuto sobre la ciudad. Stand up.