

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ  
Secretaría General

PROYECTO "SISTEMA ÚNICO DE ADMINISTRACIÓN DE ARCHIVOS  
DISTRITALES" SUADA

HISTORIA DE CANAL CAPITAL LTDA. 1995-2003

Informe final  
Elaborado por:  
Adriana María Castañeda Rodríguez

Bogotá  
Marzo de 2003

## Contenido

INTRODUCCIÓN.....	3
1. ANTECEDENTES: LOS CANALES REGIONALES.....	7
2. CANAL CAPITAL.....	17
CONCLUSIONES.....	32
ANEXOS.....	33
BIBLIOGRAFÍA.....	36

## INTRODUCCIÓN

El inicio de la televisión nacional se dio bajo el mandato del General Gustavo Rojas Pinilla en 1954, teniendo como objetivo ser ante todo un instrumento difusor de los programas del gobierno que iban encaminados a la educación y promoción de los valores culturales nacionales.

Con la puesta en funcionamiento de la televisión en 1954, se dio un paso importante en materia de las comunicaciones, pues generó un ambiente de innovación y de creación ya que se tuvo que montar toda una infraestructura, improvisando personal y espacios con el fin de dar a conocer este adelanto técnico que en el país se desconocía.

Los cambios promovidos por los diferentes gobiernos durante estos cuarenta y nueve años han servido para consolidar la televisión nacional, que a partir de leyes como la 42 de 1985 y la 182 de 1995 han hecho posible que surjan espacios nuevos como los canales privados, la televisión por suscripción y los canales regionales, los cuales son fruto de los acuerdos 3100 y 3101 de 1984 expedidos por el entonces Presidente de la República Belisario Betancur<sup>1</sup>.

Los canales regionales han tenido desde su inicio la misión de ser multiplicadores de los valores y tradiciones de cada región, dando así un respiro ante la televisión centralista que los relegaba.

El columnista Germán Rey, del diario El Tiempo, afirmaba en 1990 que los canales regionales " han significado una voz genuina para expresar la riqueza de la provincia y los intereses de sus habitantes, a la vez han dado paso a experimentaciones interesantes, mayor flexibilidad, participación del talento que se encontraría en dificultades para entrar a las cadenas nacionales y una

<sup>1</sup> El decreto 3100 autorizaba la creación de cadenas o canales regionales de televisión para los diferentes departamentos, y el 3101 autorizaba a INRAVISIÓN para participar como socio de las Empresas Departamentales de Antioquia -EDA- para conformar la sociedad de televisión de Antioquia Ltda. Teleantioquia.

participación de sectores que no habían tenido protagonismo como las universidades o los organismos no gubernamentales."<sup>2</sup>

En tanto que para otros como Darío Valencia, miembro del entonces Consejo Nacional de Televisión, manifiesta en el foro "Retos y Propuestas"<sup>3</sup> que se celebró en 1990, que debía "fijarse un mínimo de disposiciones legales que contribuyan a la armonización de la televisión nacional con la regional", y agregaba que dichos canales desconocían las normas de la ley 42 de 1985 en ese entonces vigente <sup>4</sup>.

En medio de estas discusiones los canales regionales de televisión fueron luchando y generando mejores condiciones para consolidarse en una alternativa para la teleaudiencia y los pequeños y medianos comerciantes, que poco a poco han entendido que pautar en los canales regionales no solo es menos costoso sino que la cobertura se esta ampliando, por lo que los rating son mayores.

Para acercarse a lo que es la historia inicial del canal regional para Bogotá -Canal Capital- hay que sondear estos temas pues aunque inicia sus emisiones a partir de 1995, es el fruto de esos procesos como la constitución de 1991 y el Estatuto de Televisión, que jalonaron los precursores como teleantioquia en 1985, telecaribe en 1986 y telepacifico en 1988.

La investigación se desarrolló en cuatro capítulos centrales: primero la introducción en donde se esboza los inicios de la televisión nacional y regional, el segundo dedicado a las fuentes de investigación utilizadas para la elaboración del texto; como los decretos, leyes resoluciones expedidos por los diferentes

---

<sup>2</sup> Revista P&M. N° 116 de 1990. Pg 41.

<sup>3</sup> Este foro fue convocado por ASOMEDIOS, ANDA, La Asociación Colombiana de facultades de Comunicación social -AFACOM- y el Centro de Investigaciones para el Desarrollo -CID- de la Universidad Nacional, giró en torno a la creación de un proyecto de reforma a la Ley 42 de 1985 que permitiera crear un Concejo Superior de Televisión, el cual se encargue de la política general y la voluntad política para hacerlas cumplir; el reconocimiento de la televisión como un sector de la industria nacional, el cual debe contar con un plan de desarrollo indicativo, y el estímulo a la producción como elemento esencial del desarrollo de la televisión colombiana". Revista P&M N° 116 de 1990. Pg. 28

<sup>4</sup> Revista P&M N° 116 de 1990. Pg 40

estamentos, incluida la secretaría general de la institución, igualmente los diferentes artículos y libros publicados sobre los canales regionales de televisión como los que se hallaron en la Revista Publicidad & Mercadeo. Un tercer capítulo sobre los tres primeros canales regionales teleantioquia, telecaribe y telepacífico, como antesala al cuarto capítulo en el que se desarrolla los procesos por los que ha pasado Canal Capital en estos ocho años.

Esta investigación tiene como objetivo fundamental generar la información sobre la evolución de la estructura orgánica administrativa en cargos y dependencias para el proyecto Sistema Único Distrital de Archivos. Quedan temas por analizar y consultar en profundidad como el desarrollo de las pautas, los cambios en la programación, contrataciones, licitaciones y desarrollo tecnológico.

## FUENTES

Para esta investigación se revisó la información hallada en la Biblioteca Luis Ángel Arango en la que se encontraron balances para los años 1997 y 1999 donde se plasma la visión de la Contraloría Distrital, al igual que los libros de acuerdos expedidos por el Concejo de Bogotá y la Leyes del Congreso concretamente la ley 182 o ley de televisión de 1995 y la Constitución nacional de 1991, también se consultaron los artículos publicados por la Comisión Nacional de Televisión que como ente rector de la Televisión presenta, específicamente los textos sobre los canales regionales de 1998.

También se encontraron textos claves como el estudio presentado por la Universidad Minuto de Dios y la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín en el que se hace un análisis de lo que ha sido el proceso de la regionalización de la televisión<sup>5</sup>. El libro escrito por el actor de televisión Luis Fernando Múnera donde se cuenta de una manera anecdótica la historia de la radio y la televisión

---

<sup>5</sup> Universidad Pontificia Bolivariana - Universidad Minuto de Dios, *Participación social en los medios masivos, canales regionales y sociedades urbanas*, Medellín, Universidad Pontificia Bolivariana, 1993, sp

en Colombia, las fuentes que utiliza son entrevistas a personajes de la vida pública, actores y directivos de los canales y programadoras, aunque no utiliza fuentes bien especificadas, en la confrontación con otros textos la información que contiene es verídica, para la presente investigación se utilizó para conocer los inicios de la televisión.

La Revista Publicidad & Mercadeo de Bogotá, especializada en publicidad, se convirtió en una fuente fundamental para acercarse a los problemas de comercialización que sufrieron los canales regionales pues se encontraron conceptos, estadísticas y análisis que permitieron ver cual fue la forma como se allanaron estos problemas y la consolidación de los servicios regionales de televisión.

En último término el archivo de Canal Capital. Este archivo se encuentra organizado en AZ desde 1997 hasta el 2003, pero sin identificación y clasificación por documentos. Está en un buen estado de conservación, con acceso fácil y posibilidades de reprografía. La organización y administración están a cargo de la secretaria de la Secretaría General, la cual lo conoce perfectamente. Los informes encontrados en las actas de la Secretaría General sirvieron para reconstruir la estructura orgánica de la entidad, lo mismo que los informes presentados por instituciones como la empresa de telecomunicaciones de Bogotá frente a la postura de ser socio de la empresa, también se tuvo la oportunidad de revisar los conceptos emitidos por la facultad de comunicación social y periodismo de la Universidad Central, propuestas que buscaban concretar la idea del canal para la Bogotá. Este archivo

## 1. ANTECEDENTES: LOS CANALES REGIONALES

La constitución de los tres primeros canales regionales, Teleantioquia (1985), Telecaribe(1986) y Telepacífico(1988), partieron la historia de la televisión nacional, por que hasta ese momento era una televisión centralizada en la capital cultural y empresarialmente, limitando las posibilidades al conocimiento de las regiones, sus problemas y su cultura. Uno de los primeros obstáculos es la falta de una infraestructura jurídica acorde con lo que se presupuestaba de que debían funcionar como una entidad cultural.

De acuerdo con el estudio presentado por las Universidad Minuto de Dios en coedición con la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, los tres primeros canales regionales: “entraron como respuesta a una Televisión nacional centralizada y centralista que en buena medida agotaba su razón de ser en el mantenimiento y reproducción de un sistema de explotación económica y perfilamiento cultural que no iba, o no quería ir más allá de los intereses inmediatos de los grupos y presiones vinculados al medio”<sup>6</sup>.

El mismo estudio resalta que la descentralización de la Televisión tuvo un profundo impacto ante las reformas administrativas que el gobierno estaba promulgando como la elección popular de alcaldes que se inició en 1988, con lo que estrecharon los lazos entre la descentralización de la televisión y la administrativa, que luego con la Constitución de 1991 profundiza la descentralización otorgándole a las regiones una autonomía política y

---

<sup>6</sup> Universidad Minuto de Dios y Universidad Pontificia Bolivariana, 1993, sp

administrativa que les posibilitaría afianzar los proyectos regionales de televisión.

Con la Constitución de 1991, concretamente con lo ordenado en los artículos 75,76,77, en donde se plantea jurídicamente la distribución del espectro electromagnético y con esto la creación de un ente regulador de los medios televisivos y del espectro. El espectro es el medio por el cual se canalizan las señales sonoras y visuales, según el artículo 75, es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto ala gestión y control del Estado, con éste se garantizan las oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Los especialistas como los programadores y facultades de periodismo vieron la necesidad de reformar la ley 42 de 1985, por lo que el gobierno acogió las propuestas y se desarrolló el actual estatuto de televisión, que dio vida a la Comisión Nacional de televisión C.N.T.V. como organismo encargado de vigilar, coordinar y estimular los canales existentes y crear los mecanismos necesarios para implementar el servio de televisión por suscripción, y la televisión privada.

Es así como la ley 182 de 1995 con relación a los canales regionales de televisión logra establecer en el artículo 37, numeral 3, los compromisos y nuevas libertades que pueden comenzar a disfrutar; como la comercialización, la asociación y la elaboración de licitaciones públicas, teniendo como misión la “programación con temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad”<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Greiff de M. Ramos S. Régimen Jurídico de Radio y Televisión en Colombia. Legis editores. pg 194.

Pues desde su inicio la televisión regional había sufrido como principal inconveniente el no poder comercializar sus espacios como en la televisión nacional por ser canales netamente culturales, además los canales nacionales los consideran como su competencia.

Carlos Gabriel Alvarez gerente de Teleantioquia en 1990, afirmaba que la televisión regional se había conformado "como un medio de comunicación masivo de carácter informativo y recreativo al servicio de la comunidad , que busca aludir el entorno más próximo, es decir, los canales regionales deben constituir un apoyo relevante al desarrollo de la actividad televisiva local y a la vez destacar valores y aspectos de toda la región"<sup>8</sup>, y agregaba que también se constituían en una alternativa publicitaria por la posibilidad que se le daba a los pequeños y medianos comerciantes para pautar sus productos, además de que se daba a conocer la información propia de la región, mostrando la cultura y las tradiciones.

## **TELEANTIOQUIA.**

El primer canal regional fue Teleantioquia, constituyéndose una sociedad entre las Empresas Departamentales de Antioquia y el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, "con el aporte económico de los socios y los patrocinios a los programas"<sup>9</sup>. Empieza a emitir su programación el 11 de agosto de 1985

La visión de Teleantioquia estaba definida así: "será líder de valores, formadora de hombres y de mujeres para que participen y para que actúen en la sociedad

---

<sup>8</sup> Revista P&M. N° 106. Pg 61

<sup>9</sup> Revista. Publicidad & Mecadeo N° 131 de 1991. pg. 18-23

CNTV, Embajada de Chile, Convenio Andres Bello y Fundación Restrepo Barco. Los canales regionales de televisión: una propuesta estatal. Bogotá 1997. pg 77-85

que queremos". En tanto que la misión es "satisfacer las necesidades de formación, entretenimiento e información del televidente, con programación de buena calidad, dirigida a la audiencia familiar, con fundamento en los valores y en la identidad regional"<sup>10</sup>

Teleantioquia por haber sido el primer canal regional tuvo que enfrentar problemas como la comercialización de los espacios, asumiendo así la totalidad de la producción, adquisición, programación y emisión, problema que se debió al proyecto del Gobierno Nacional de que fuera un canal cultural, lo que impedía la participación de la empresa privada, hasta que se expidió por medio del Ministerio de Comunicaciones la resolución N° 2683 de 1986 por medio de la cual se daba vía a la comercialización de espacios en los canales regionales. Igualmente se permitió la participación de la televisión nacional creando la figura de la "coproducción" que consistía en que un particular se responsabilizaba de la producción o de la adquisición de programas en tanto el canal regional lo emitía, compartiendo los ingresos de la comercialización<sup>11</sup>

Hubo que esperar hasta 1987 para que se expidiera la resolución 3888, con la que se reglamentó el sistema de "cesión de derechos de emisión", que permitió que a los particulares se adjudicara mediante un concurso de méritos, espacios para que los produjeran y administraran por un tiempo determinado, cancelando al canal regional una tarifa por minuto de emisión de acuerdo con el tipo de programa, en tanto que el canal programaba una parte de la emisión, y

---

<sup>10</sup> CNTV, Embajada de Chile, Convenio Andres Bello y Fundación Restrepo Barco, Los canales regionales de televisión: una propuesta estatal, Bogotá 1997. pg 77-85

<sup>11</sup> Revista. Publicidad & Mercadeo N° 131 de 1991. Pág. 19

se encargaba de la administración y gerencia general, dando así el paso para convertirse en medios de comunicación publicitarios <sup>12</sup>

Después de estos inicios, el canal regional de Antioquia comenzó a posicionarse por lo que tuvo que emprender campañas de promoción tendientes a demostrar que pautar en el canal era buen negocio y no un favor, y los medianos y pequeños empresarios comenzaron a participar, llegando a codificar durante 1992, 332 comerciales regionales contra 719 nacionales <sup>13</sup>

La cobertura del canal para 1998 era del 92% de la población lo que equivalía a 115 de los 25 municipios del Departamento, y con capacidad para ampliar su cobertura a los departamentos vecinos como Boyacá, los santanderes, Córdoba y el Viejo Caldas.

Siendo la tarea a seguir el hacer un mayor énfasis en lo regional con el propósito de establecer unos parámetros de diferencias claras con la televisión nacional que siempre se ha sentido amenazada por la comercialización de los espacios.

## **TELECARIBE.**

Teniendo ya la experiencia de teleantioquia, en 1986 comienza su emisión el Canal Regional de Televisión del Caribe, Telecaribe Ltda. Siendo sociedad de responsabilidad entre entidades públicas, asimilada a Empresa comercial e industrial del Estado con una cobertura que alcanza los departamentos de

---

<sup>12</sup> Op. Cit. Pág. 19

<sup>13</sup> Revista. P&M. N° 151 de 1993. Pág. 58-59

Guajira, Magdalena, Cesar, Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre; aproximadamente cinco millones novecientos mil habitantes, en 1997 y para 1999 abarcó más de siete millones.

La misión ha sido el prestar el servicio con calidad por medio de programación variada, dirigida a la familia, “con énfasis en la producción y en los temas de origen regional, y seleccionada según los valores y criterios que contribuyan al desarrollo social y cultural de la comunidad caribe colombiana” <sup>14</sup>.

La principal fortaleza de Telcaribe ha sido la aceptación por parte del público ya que “capta, en promedio, el 45 % del presupuesto invertido en los canales regionales. De toda la inversión de los anunciantes nacionales en televisión regional, Telecaribe asume casi el 50%. con respecto al canal, el 44% de los anunciantes son nacionales”<sup>15</sup>. Fue un canal que se desarrolló bajo una base comercial , por lo que se propuso una mayor cobertura que a la vez significaba una mayor pauta y un mayor rating.

El éxito estuvo en saber combinar lo comercial y lo cultural, específicamente lo regional, teniendo como elemento decisivo el concepto del público, más que los intereses del canal, por lo que se diseñaron esquemas de programación que gustara a la gente a la vez que era competitiva.

Con la puesta en marcha de la programación para 1999, tuvo que reestructurar sus políticas frente al fortalecimiento del canal y la producción regional, por lo que debió comenzar por las programadoras, pasando de 20 a 14 con horarios

---

<sup>14</sup> op.cit. los canales regionales de televisión. pg 87-93

<sup>15</sup> Revista Publicidad & Mercadeo N° 220 de mayo de 1999.pg. 31-35

proporcionales en las diferentes franjas. Además, “se redujo ...el número de horas pasando de 80 horas a 64 horas y media. Se adjudicó la televisión por bloques, lo que permitió que a lo largo de la semana, teniendo en cuenta la programación nacional, exista una franja especializada, ya sea en recreación, telenovelas, dramatizados o cultura, que sea competitiva de acuerdo con los enfrentados nacionales, y a la cual los televidentes puedan habituarse. Uno de los principales retos de las directivas del canal es competir fuertemente con las cadenas nacionales y convertir a Telecaribe en la principal opción en televisión en la zona”<sup>16</sup>

El segundo frente a reestructurar era la programación y la producción regional pues en palabras de su gerente en Andrés Abello en 1999: “en la medida en que se produzcan más programas regionales, y que estos se adapten a los gustos de los televidentes tendremos ganado mucho terreno. Pero no es solamente hacer programas culturales, como muchos lo han malentendido. Es hacer programación cultural, pero además que tenga gran sintonía y que venda. Muchos programadores están en esta onda y así saldremos adelante rápidamente”<sup>17</sup>

Telecaribe a pesar de su éxito no ha recibido el apoyo suficiente de los anunciantes regionales, pues aún no se ha desarrollado del todo una cultura publicitaria, dando así espacio a los nacionales que han visto en el canal una buena oportunidad para pautar por los altos rating reportados, la segmentación de los mensajes y la amplia cobertura. La debilidad que presenta Telecaribe al

---

<sup>16</sup> op. cit. pg 31-35

<sup>17</sup> op.cit. pg 35

igual que los demás canales regionales es su falta de experiencia a nivel comercial, frente a los canales nacionales. por lo que deben comenzar a ser valer sus diferencias como principal valor para una mejor comercialización que los conducirá a un futuro sólido.

## **TELEPACIFICO**

El tercer canal regional en emitir, fue la sociedad Televisión del Pacífico Ltda. TELEFACIFICO a partir de 1988, siendo una sociedad entre entidades públicas, organizada como empresa industrial y comercial del estado del orden departamental, constituida como sociedad limitada. Con una área de cobertura que llega a los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Chocó y Nariño.

Teniendo como misión: “satisfacer la demanda de servicios de telecomunicaciones, mediante la emisión de programas, y pauta comercial; la realización de programas y la comunicación audiovisual a los televidentes de su área de influencia. Igualmente sirve a las productoras del occidente colombiano, a los anunciantes de todo el país y a cualquier entidad con necesidades de servicios de comunicación audiovisual. Para lo anterior, el canal cuenta con una amplia experiencia en la transmisión y realización de televisión y con equipos de transmisión, producción y postproducción de televisión, análogas y digitales que cumplen con los estándares internacionales del sistema NTSC-M”<sup>18</sup>

En 1997, la fortalezas que presenta el canal son el disponer de una tecnología de punta, personal con experiencia en producción y generar recursos propios y

---

<sup>18</sup> Los canales regionales. pg 112

buen flujo de caja. Para 1999, contaba ya con 14 programadoras que se dividen las 62 horas de programación semanales, siendo muchas de ellas pequeñas que no logran con acierto equilibrar pérdidas y ganancias.<sup>19</sup>

Además la inversión es la más baja de los tres canales, pues se sigue prefiriendo los canales nacionales para comercializar. Desde su inicio las programadoras tuvieron que emprender la doble función de ser agencias publicitarias y productoras con el fin de captar la atención de las empresas locales.

Las principales características que muestra el canal es su afán por mostrar una programación netamente local, propia.

Por el lado de la producción se han comenzado a hablar de costos pues en un principio se realizaron programas costosos que eran imposibles de recuperar ante la baja comercialización.

Como se ve el problema de la comercialización es la constante para los canales regionales, en el caso de Telepacífico, acudió a formulas como la de adjudicar desde 1990, bloques de horarios a un mismo contratista, responsabilizando así al productor de sostener la sintonía. Esta política ha dado buenos resultados como lo demuestra la adjudicación de las franja del medio día a la Procívica, programadora sin ánimo de lucro formada por la compañía Carvajal, FES, Fundación Restrepo Barco, Sarmiento Palaú y la Cámara de Comercio de Cali.

---

<sup>19</sup> Revista P&M N° 220 de 1999. pg 38-42

Siendo la única programadora en el país que dispone de una franja de programación sin restricciones <sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Revista M & M. N° 121. pg 42-43

## 2. CANAL CAPITAL

### SURGIMIENTO

Después de iniciar transmisiones los tres primeros canales regionales de televisión en los años ochenta, los expertos en medios de comunicación reunidos en el foro “Retos y Propuestas”, que se celebró, en 1990, en torno al proyecto de reforma a la ley 42 de 1985 de televisión, con el propósito de crear un Concejo Superior de Televisión, el cual se encargue de la política general y la voluntad política para hacerlas cumplir; el reconocimiento de la televisión como un sector de la industria nacional, el cual debe contar con un plan de desarrollo indicativo, y el estímulo a la producción como elemento esencial del desarrollo de la televisión colombiana <sup>21</sup>.

Las propuestas presentadas sobre la reforma a la entonces ley 42 de 1985, tuvieron desarrollo en 1995 con la aprobación de la ley 182 o estatuto de televisión, que entre otros aspectos relegaba a Inravisión y desaparecía el hasta entonces Concejo Nacional de Televisión. Además en el artículo 37, inciso 3 crea la condición jurídica para establecer un canal de televisión en Bogotá: "tendrá canal regional y podrá asociarse con Cundinamarca y los nuevos departamentos"<sup>22</sup>. Con esta disposición la administración distrital empezaron a desarrollar programas para establecer la viabilidad del proyecto por lo que se realizaron estudios como el presentado por la Universidad Central y la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá y la Empresa Asesoría Financiera en el que exponen tanto las fortalezas como desventajas de la televisión regional para Bogotá<sup>23</sup>.

<sup>21</sup> Revista Publicidad y Mercadeo N° 116 de 1990 . pg. 28

<sup>22</sup> Artículo 37 inciso literal 3º. de la ley 182 de 1995. En Régimen Jurídico de Radio y Televisión en Colombia. M. De Greiff y G. Ramos. Legis editores. S.A. 2000. Pg 194

<sup>23</sup> Archivo Canal Capita, Informe de la Empresa de Comunicaciones de Bogotá, Canal Regional para Bogotá, 1996

En el momento de iniciar a emitir la señal el canal contaba con desventajas como el no tener una programación ni nómina definida, ni tener alianzas con otros canales regionales, y poco tiempo para el montaje, entre otros factores, que eran compensados con las fortalezas como poseer un capital suficiente para el montaje de iniciación, una estructura pequeña y conocimiento del mercado publicitario además de contar con la oportunidad de ser el único canal regional para Bogotá y el deseo por parte del distrito de invertir ante la necesidad de un medio de comunicación difusor de los proyectos administrativos.

Dentro de esta política de implementar nuevos canales regionales de televisión surge Canal Capital Ltda. en 1995, como una sociedad entre entidades públicas, organizada como empresa industrial y comercial del estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta, perteneciente al orden distrital, con sujeción al régimen de las sociedades de responsabilidad limitada, vinculada a la Comisión Nacional de Televisión, creada por el acuerdo 19 de 1995, legalmente constituida mediante escritura pública N° 4854 del 14 de noviembre de 1995.

Con el Acuerdo 19 de 1995 se autoriza al Distrito Capital para crear la sociedad Canal Capital Ltda.; entre la Empresa de telecomunicaciones de Bogotá, el Instituto Distrital de Cultura y Turismo y el Distrito, cuyo objeto es la prestación del servicio público de televisión regional para el área del Distrito Capital como lo estipula la ley 182 artículo 37 de 1995.

Por medio de la resolución de la Comisión Nacional de Televisión N° 228 de 1997 se autoriza a la Sociedad Canal Capital para comenzar a operar y se le adjudica la frecuencia.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> M.de Geiff y C. Ramos. Régimen Jurídico de Radio y Televisión en Colombia. Legis editores. S.A. Bogotá. 2000. Pg. 164-165. Resolución. 288 de 1997. CNTV. Art. 1°. Autoriza a la sociedad Canal Capital Ltda, para operar el servicio público regional de televisión en el área geográfica del Distrito Capital de Santafé de Bogotá. Art. 2° Adjudicar a Canal Capital Ltda, las siguientes frecuencias: Norte: frecuencia treinta y dos, Sur: frecuencia treinta y dos y Centro: frecuencia dos.

El objetivo primordial con que se creó fue la prestación del servicio público de televisión regional sobre el territorio del Distrito Capital o como lo define el gerente del Canal, Gabriel Vallejo: “es el servicio público enfocado a una teleaudiencia ávida de programación cultural, familiar y regional, resaltando la importancia de nuestra gente, de nuestra tecnología y de la rentabilidad social. Prestar el servicio público de televisión a través de una programación regional, familiar, urbana e interactiva que satisfaga las necesidades de información, formación y entretenimiento con el objetivo de construir ciudad y fortalecer los valores que generen sentido de pertenencia e identidad en las personas que viven en Santa Fe de Bogotá, convirtiéndose así en patrimonio para sus habitantes”<sup>25</sup>.

Entre sus objetivos iniciales estaban: orientar la programación hacia temas regionales tendientes al desarrollo social y cultural de la comunidad, celebrar contratos de producción, coproducción, programación, comercialización y sesión de derechos de emisión con personas naturales o jurídicas, celebrar licitaciones públicas para la adjudicación de programas informativos, noticieros y de opinión, celebrar contratos de asociación a riesgo compartido, suscribir convenios de cooperación técnica en telecomunicaciones.

Teniendo como características: el ser señal abierta, o sea que puede ser sintonizado por quien lo deseé, presentar una programación de carácter comercial y de interés público, con el fin de crear espacios rentables que produzcan utilidad a la vez que de debían crear mecanismos para ser competitivos ante las nuevas propuestas televisivas como los canales privados.

Por lo que se optó, como objeto social, que el Canal fuera operador, lo que indica que es dueño de su propia red de transmisión y del centro de emisión desde donde se emite la señal. La otra característica es la de ser programador, es decir, que es propietario y programador de todos los espacios, con excepción de los informativos, programas de opinión y noticieros que deben ser

---

<sup>25</sup> Comisión Nacional de Televisión, OP.cit. pg. 127

adjudicados mediante licitación pública, debiendo adquirirse la programación bien sea por concesión, compra de programas o cesión de derechos de emisión o contratos de asociación y por ultimo el ser comercializador lo que implica ser el exclusivo responsable de la pauta publicitaria.

Estas medidas tendientes a ubicar el Canal como productor o realizador de los programas, nunca se han puesto en práctica, por tanto la posibilidad que esto brinda; entrar en competencia con las compañías productoras que tienen una infraestructura sólida en esta área y la oportunidad de poder participar en la programación reducen sus posibilidades como empresa.

Canal Capital comenzó a emitir su señal durante 6 horas diarias (de 6 de la tarde a 12 de la noche) durante los dos primeros años, luego se aumento a 12 horas diarias y a partir de 1998, 18 horas diarias <sup>26</sup> y para 1999, se emitían 98 horas semanales.

En cuanto a la comercialización de los espacios, el Canal se acogió a las disposiciones que el artículo 8, del acuerdo 002 de 1995 reglamentaba en materia de transmisión los anuncios publicitarios que debían efectuarse "hasta por un máximo de siete minutos por cada treinta minutos de emisión pero sin embargo, debido a la dificultad que algunas veces implica la venta de comerciales se ha estimado que durante los primeros dos años se venderán 4 comerciales por cada media hora de emisión, durante el tercer año, tres comerciales por espacio y del cuarto año en adelante un promedio de dos comerciales por cada media hora de emisión"<sup>27</sup>.

En el balance presentado por la Contraloría Distrital para 1999, la inversión sumaba \$ 2.022,2 millones que tenían como objetivo la compra de una unidad móvil, un sistema de comerciales y equipos de computo, y desarrollar un estudio sobre medición publicitaria. En tanto que para la producción de programas y

---

<sup>26</sup> Archivo de Canal Capital, Secretaría General, Firma Asesoría Financiera, Informe final sobre las horas de emisión y comercialización del Canal Capital para 1998, Bogotá, 1999, Sp

<sup>27</sup> Op.cit., Sp

adquisición de derechos de emisión del área educativa, culturales y deportivos se invirtieron \$ 2.698,5 millones.<sup>28</sup>

Para 1999 el la Junta Administradora Regional del Canal Capital organiza la programación por franjas temáticas de audiencia<sup>29</sup>, así:

- Franja metro: programación infantil, segunda en importancia con 20%
- Franja Acceso Capital: para la participación de universidades, comunidades, fundaciones, embajadas y asociaciones de televisión educativa internacional por medio de convenios., siendo esta la más importante pues ocupa el 29 % de la programación.
- Franja Vida Capital: en donde se tratan los temas de la ciudad a través de crónicas, reportajes y magacines en que se muestra la vida de la gente y sus costumbres.
- Franja Distrito Capital: programas en que la ciudadanía interactúa con las entidades y funcionarios del distrito, que alcanza el 10%.
- Franjas de noticias y avances que se emiten todos los días y las franjas de entretenimiento de los fines de semana.

De acuerdo con el cuadro de indicadores de calidad para los años 1998 y 1999 se deduce que Canal Capital tenía un cubrimiento del 99% del territorio adjudicado; con un 95% de eficiencia en la emisión, que pasó de 66 horas semanales de programación a 98, de las cuales se aumento de 30 a 54,5 de programación nacional contra 36 y 43,5 de la extranjera, el rating subió de 2% a 3% y los comerciales con código cívico, con los que se pretende infundir en la población mejores condiciones de vida, se pasan gratuitamente y se redujeron de 53% a 35 % de la pauta<sup>30</sup>.

La participación ciudadana se hizo presente con las propuestas presentadas por asociaciones de jóvenes, mujeres, grupos de ecologistas, deportivos y por

---

<sup>28</sup> Contraloría de Bogotá, D.C. Balance Social de las finanzas públicas de Bogotá D.C. 1999, Bogotá, 2000, p.150

<sup>29</sup> Op.Cit, p. 151

<sup>30</sup> Op cit. Pg 151

universidades que pretendían realizar programas de televisión para promover la convivencia y la cultura bogotana.

En cuanto al capital del Canal se pudo establecer por medio de los acuerdos N° 005 y 006 de 1998, y 003 y 010 del 2002 expedidos por la Junta Administradora Regional, que aprueba el aumento de dicho capital, que este pasó de \$ 2.718.000.000 millones en 1998 a \$ 12.427.556.955 millones. Este capital, se empleó en compra de equipos de computo y una unidad móvil además de la producción de programas de carácter participativo.

socios	Acuerdo N° 005 / 98		Acuerdo N° 006 /98		Acuerdo N° 003 /02		Acuerdo N° 010 /02	
	N° cuotas millones	\$	N° cuotas millones	\$	N° cuotas millones	\$	N° cuotas	\$ millones
Empresa de telecomunicaciones de Bogotá	21.580	2.158.000000	21.580	2.158.000.000				
Distrito Capital	2.600	260.000.000	19.660	1.966.000.000	71.240	7.124.000.000	112.643.3762	11.264.182.424
I.D.C.T	3.000	300.000	9.940	994.000.000	9.940	994.000.000	11.632.19331	12.427.556.955

Canal Capital durante estos primeros ocho años de estar al aire, se ha ido transformando y fortaleciendo con el desarrollo de alianzas como la ejecutada con ACOPI y FENALCO para generar la posibilidad de que los pequeños y medianos empresarios puedan pautar en el Canal a unos costos favorables y al establecer vínculos con la comunidad al poner el canal como medio difusor del sentir de la comunidad.

## **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y ORGÁNICA**

Canal Capital desde 1997 dependía administrativamente de una Junta Administradora Regional, JAR, que hace la veces de Junta de Socios, reglamentada mediante el acuerdo de la Comisión Nacional de Televisión N° 12 de 1997<sup>31</sup>, siendo conformada por 7 representantes así: 1 del distrito capital, 4

<sup>31</sup> M.de Greiff. Y C.Ramos, op.cit. pg 162

por la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá, 1 del Instituto Distrital de Cultura y Turismo, IDCT, y 1 miembro de la Comisión Nacional de Televisión, CNTV, que inicialmente era quien precedía las reuniones hasta que fue reemplazado por el Alcalde Mayor o su delegado en 1999.

Correspondiéndole entonces a la Junta Administradora Regional la dirección técnica, financiera, presupuestal y administrativa de la sociedad, por lo que mediante acuerdos debe crear y modificar los estatutos, nombrar o remover el gerente o designar su suplente, aprobar los gastos de representación en casos de comisión del gerente, delegar a este sus funciones y autorizarle el voto consultivo en caso de ser solicitado, autorizar el ingreso de socios, aprobar los aumentos patrimoniales, estudiar las medidas sobre tarifas, aprobar el presupuesto, adjudicar los contratos de cesión y emisión, la función de dotar la empresa de una planta de personal tanto de empleados públicos como trabajadores oficiales y organizar la estructura orgánica.

La estructura administrativa y de la sociedad de Canal Capital tuvo como principal cambio durante estos ocho años de labores; el retiro de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá como socio mayoritario, decretándose y estableciéndose un acta de sesión de los derechos al Distrito Capital que, como se muestra en el cuadro anterior para el año 2002, hace un aumento en el capital como socio mayoritario, según el acuerdo 003 de 2002<sup>32</sup>. Quedando así conformada la sociedad por el Distrito con 5 representantes y el Instituto de Cultura y Turismo con dos y el representante de la Comisión Nacional de Televisión con voz y sin voto.

#### Cuadro de evolución de la estructura administrativa de Canal Capital 1997-1999

	ACUERDO N° 02 DE 1997	ACUERDO N° 04 DE 1998	ACUERDO N° 06 DE 1999
COMPOSICIÓN	Junta Administradora Regional. J.A.R. 1 representante del Distrito. 4 representaran E.T.B.		Presidirá la J.A.R. el Alcalde o su delegado

<sup>32</sup> Archivo de la Secretaría General. Acuerdo N° 003 de 21 de marzo de 2002, sobre el aumento del capital social del Distrito a favor de Canal Capital.

	2 I.D.C.T 1.C.N.T.V. presidirá la Junta.		
QUORUM	a) Deliberativo: por lo menos el 25% de las cuotas en que se divide el capital social. B) Decisorio: para aprobar acuerdos y resoluciones el 80%.		A) Deliberativo: por lo menos el 40% de las cuotas. B) Decisorio: el 50% de las cuotas. Las reformas estatutarias se aprobarán con el voto favorable de un número plural de socios que represente, cuando menos, el 70% de las cuotas.
FUNCIONES	1. Dar su propio reglamento y fijar los reglamentos internos de la sociedad. 2. Adjudicar los contratos de cesión de derechos de emisión, producción y coproducción de programas y adjudicar los contratos sobre programas informativos-noticieros y de opinión, estos últimos mediante el procedimiento de licitación pública. 3. Controlar el funcionamiento general de la sociedad y verificar su conformidad con la política adoptada. 4. Establecer la Estructura interna orgánica de la sociedad, para lo cual podrá crear, suprimir o fusionar las dependencias que estime convenientes para su normal funcionamiento. 5. Formular la política general de la sociedad y los planes y programas a desarrollar. 6. Autorizar al Gerente para intervenir en la decisión relativa a la designación del representante de los Canales Regionales en la Junta directiva de la C.N.T.V. 7. Examinar cuando lo tenga a bien directamente o por medio de una comisión, los libros, cuentas, documentos y caja de la sociedad. 8. Aprobar la adquisición de las cuotas de las sociedades de las cuales sea socia, venderlas o proponer su incorporación o fusión a otra sociedad. 9. Designar y remover libremente al gerente de la sociedad y designar su reemplazo en caso de ausencia del Gerente. 10. Adoptar la planta de	1. Darse y modificar los estatutos de la Sociedad	2. Adjudicar los contratos de cesión de derechos de emisión, producción y coproducción de programas informativos-noticieros y de opinión, mediante el procedimiento de licitación pública y para el acto de adjudicación siempre se llevará a cabo una audiencia pública, de conformidad con lo establecido en el artículo 37 de la ley 182 de 1995. 9. Designar y remover libremente al Gerente de la sociedad y designar su reemplazo en caso de vacancia. Designar un primer Suplente del gerente y un Segundo Suplente del Gerente, quien ejercerá, en caso de ausencia temporal o definitiva del Gerente, la representación legal de la entidad y cumplirá con las funciones previstas en los estatutos y en la ley. 10. Adoptar la planta de personal de la sociedad, la escala salarial para los empleados públicos y trabajadores oficiales de Canal capital y fijar el régimen de beneficios extralegales de los trabajadores oficiales de la entidad.

	<p>personal de la sociedad y la escala salarial para los trabajadores oficiales y empleados públicos de acuerdo con las disposiciones legales .</p> <p>11. Examinar, aprobar o incorporar los balances de fin de ejercicio y los informes que debe rendir el Gerente sobre el Estado de los negocios sociales.</p> <p>12. Disponer de las utilidades sociales conforme a la ley y a los estatutos.</p> <p>13. Adoptar todas las medidas que reclamen el cumplimiento de los estatutos y el interés común de los asociados.</p> <p>14. Resolver lo relativo a la cesión de cuotas, así como a la admisión de nuevos socios.</p> <p>15. Constituir e incrementar las reservas ocasionales.</p> <p>16. Nombrar liquidador o liquidadores de la sociedad.</p> <p>17. Determinar el monto de utilidades de acuerdo con el porcentaje de participación de cada socio, así como la forma y plazos en que se pagará.</p> <p>18. Delegar en el gerente las funciones que por ley no le sean privativas, cuando lo estime conveniente.</p> <p>19. Dar el voto consultivo al gerente cuando éste lo necesite.</p> <p>20. Autorizar al Gerente para tomar las medidas conducentes a impedir la declaratoria de quiebra o a obtener la revocatoria de la misma.</p> <p>21. Decretar la enajenación total de los haberes de la sociedad.</p> <p>22. Establecer o suprimir sucursales o agencias dentro o fuera del país, reglamentar su funcionamiento y fijar en cada oportunidad las facultades y atribuciones de los administradores.</p> <p>23. Interpretar las disposiciones de los estatutos que dieren lugar a dudas y fijar su sentido.</p> <p>24. Cuidar el estricto cumplimiento de todas las disposiciones consignadas en estos estatutos y de los que se dicten para el funcionamiento de la sociedad.</p> <p>25. Las demás que le señalen las leyes, los estatutos y que</p>		
--	---	--	--

	no correspondan a otro órgano.			
	<b>GERENTE</b>			
PERIODO	De libre nombramiento y remoción.			
FUNCIONES	<p>1. Representar a la sociedad Judicial y extrajudicialmente ante los asociados, terceros y toda clase de autoridades judiciales y administrativas pudiendo nombrar mandatarios para que la representen si fuere el caso.</p> <p>2. Ejecutar los acuerdos de la J.A.R.</p> <p>3. Presentar a la J.A.R., los estados financieros, el balance de operaciones de fin de ejercicio, acompañado de un informe sobre la marcha de los negocios y situación de la sociedad de la sociedad y un proyecto sobre distribución de las utilidades.</p> <p>4. Disponer todo lo relativo a la Administración y negocios sociales.</p> <p>5. Ordenar los procedimientos de selección, adjudicación y celebración de los contratos, de acuerdo con la ley.</p> <p>6. Velar por el cumplimiento de los porcentajes mínimos de programación de producción Nacional que establece el artículo 33 de la ley 182 de 1995, y los que con posterioridad disponga la Junta Directiva de la C.N.T.V.</p> <p>7. Velar por la creación de espacios institucionales en horarios de alta audiencia para la transmisión de temas de interés público, en la forma establecida en el artículo 55 de la ley 182 de 1995.</p> <p>8. Presentar un informe a la J.A.R. sobre el ejercicio de sus competencias en materia de procedimiento de selección, adjudicación y celebración de contratos.</p> <p>9. Fijar la cuantía de las fianzas que deban presentar los empleados de confianza y manejo, así fuere el caso.</p> <p>10. Celebrar los contratos de trabajo a que haya lugar con los trabajadores oficiales de la</p>	<p>19. Dar el reglamento propio y fijar los reglamentos internos de la Sociedad.</p> <p>20. Las demás que asignen las leyes, los reglamentos y los presentes estatutos</p>		

	<p>sociedad.</p> <p>11. Cumplir y hacer cumplir a todos los empleados y trabajadores de la sociedad los reglamentos, acuerdos y decisiones de la J.A.R.</p> <p>12. Presentar mensualmente el balance general a la J.A.R. y los informes que ésta exija.</p> <p>13. Convocar la J.A.R. a reuniones extraordinarias cuando lo juzgue conveniente o necesario y hacer las convocatorias del caso cuando lo ordenen los estatutos.</p> <p>14. Celebrar toda clase de operaciones bancarias.</p> <p>15. Realizar toda clase de operaciones con títulos valores.</p> <p>16 Recibir dinero en mutuo.</p> <p>17. Transigir, conciliar y comprometer los negocios de la sociedad de cualquier clase que sean cuando las disposiciones legales la permitan y resulte conveniente para los intereses de la sociedad.</p> <p>18. Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos de la sociedad.</p> <p>19. Las demás que le asignen las leyes, los reglamentos y los presentes estatutos.</p>		
--	---	--	--

Cuadro de transformación de dependencias y cargos de Canal Capital 2000-2003

	ACUERDO N° 01 DE 2000	ACUERDO N° 002 DE 2001	ACUERDO N° 003 DE 2001
--	-----------------------	------------------------	------------------------

COMPOSICIÓN	<p>(1)Gerente General  (4) Subgerente  (1) Secretario General (1)Jefe Oficina asesora  (8)Directores de área  (2) Coordinador de programación  (1) Ingeniero de producción  (1) Asistentes de ventas  (4)Profesional universitario  (2)Realizadores  (8)Asistente Administrativo III  (1) Asistente Control de programación  (1) Asistente de producción  (5)Asistente administrativo II  (6) Asistente administrativo I  (2)Editor  (1)Graficador  (1)Técnico electrónico  (1)Asistente de tráfico  (3)Operador Master  (1) Conductor  (2)Auxiliar Administrativo I.</p>	<p>Gerencia General  Oficina Asesora de Control Interno.  Secretaría General  Subdivisión Financiera  Subdirección Administrativa  Dirección Operativa</p>	<p>Gerencia General  Secretaría General  Director operativo  Jefe Oficina Asesora  Subdirector administrativo  (4)Coordinador de área  (4)Profesional universitario  Profesional dirección operativa  (6) Técnicos  (6) Auxiliares  (2)auxiliares servicios generales</p>
	RESOLUCIÓN N° 037 DE 2000		
COMPOSICIÓN	<p>Gerente General  Jefe oficina asesora  Secretaría General  Subgerencia General  Subgerencia operativa y técnica  Asistente de Gerencia  Asistente jurídico  Director de Mercadeo  (4)Asistentes administrativos  Técnico administrativo  Director Técnico  Graficador  Técnico electrónico  (3) Operador master  (2) Editores  (3) Coordinador de programación  Asistente de control de programación  Asistente tráfico  Editor de programación  Director administrativo  (2) Asistentes administrativos II.  (2)Técnicos administrativos  (7)Asistente administrativo I  Conductor  (2)Auxiliar administrativo  Director de presupuesto  (3)asistente administrativo II</p>		

---

De acuerdo con el informe de la Contraloría Distrital sobre el estado de las finanzas públicas para el año de 1999, el Canal había aumentado su planta de personal en un 18% entre 1997 y 1999, pasó de 38 a 53 empleados respectivamente<sup>33</sup>.

Con medio del Acuerdo 002 de 7 de diciembre del año 2001, la Junta Administradora Regional establece la estructura organizacional, quedando conformada por: Gerencia General, Oficina Asesora de Control, Secretaría General, Subdirección Financiera, Subdirección Administrativa, Dirección Operativa<sup>34</sup>.

La Gerencia General tiene como funciones: representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente, ejecutar los acuerdos de la JAR, presentar a la JAR, los estados financieros, dirigir y ordenar los procedimientos de selección adjudicación y celebración de contratos, velar por el cumplimiento de los porcentajes de programación, cuidar de la creación de espacios institucionales en horarios de alta audiencia, presentar informes sobre su gestión, firmar contratos de trabajo con los trabajadores oficiales, cumplir y hacer cumplir a los Empleados y trabajadores las disposiciones de la Junta, presentar balances mensuales, convocar la JAR a reuniones extraordinarias, celebrar operaciones bancarias y con títulos valores y cuidar de la recaudación e inversión de los fondos.

Oficina Asesora: Asesorar a la Gerencia en el desarrollo y perfeccionamiento de sistemas de control interno, planear y coordinar políticas de control y autocontrol, verificar que el control interno esté establecido, verificar que los controles definidos para los procesos se cumplan, evaluar el sistema de control interno, fomentar los niveles de participación, analizar que la estructura organizacional se encuentre formalmente establecida, desarrollar proyectos de

---

<sup>33</sup> Contraloría de Bogotá, D.C., Estado de las Finanzas Públicas de Bogotá, D.C., 1999, p.488

<sup>34</sup> Archivo de la Secretaría General, Acuerdo N° 002 de 2001, sobre el establecimiento de la estructura orgánica, p.18-29

estandarización y normalización, comprobar la existencia de manuales de funciones y responsabilidades, verificar y analizar las medidas implantadas, dirigir la adopción de procesos de indicadores de gestión y responder por la actualización, modernización y documentación de los diferentes procesos.

Secretaría General, se encarga de : velar por el cumplimiento de las normas legales y por el eficiente desempeño de las funciones técnicas y administrativas, asesorar a la gerencia en la formulación de políticas con relación a la administración del talento humano y de los recursos físicos y financieros e igualmente planearlos y orientarlos, responder por la elaboración y presentación oportuna a consideración a la Gerencia los proyectos de acuerdos y resoluciones, ejercer las funciones de control interno disciplinario, dirigir la prestación de los servicios de archivo y correspondencia, expedir y autenticar copias de los documentos del archivo, notificar los actos administrativos, asesorar al gerente, subdirectores y directores en los asuntos jurídicos, asesorar y revisar los proyectos de los actos administrativos, revisar y aprobar los pliegos de peticiones en la parte jurídica e igualmente para las ofertas que se presenten a licitación, cuidar y mantener actualizado el archivo de contratos, responder oportunamente las acciones de tutela, preparar y ejecutar planes operativos y de desarrollo.

Subdirección Financiera, dependencia que responde a la Secretaría General, encargada de : vigilar el cumplimiento de las normas, políticas y directrices que señala la Administración Distrital y el Gobierno Nacional, adoptar políticas que garanticen la correcta ejecución de los recursos económicos, establecer el presupuesto de inversión de los proyectos, establecer fuentes de financiamiento, aplicar los sistemas de control de gestión para los procesos que generen y elaborar, controlar y evaluar la ejecución del Plan de Desarrollo de su área.

Subdirección Administrativa, responde igualmente ante la Secretaría General por la coordinación y distribución de los asuntos administrativos de las diferentes

dependencias, además, debe proponer los planes, programas y políticas relacionados con los asuntos logísticos de la administración del talento humano y del funcionamiento del canal, dirigir, coordinar y orientar la elaboración de liquidación de nomina y prestaciones salariales, responder por la actualización del manual específico de funciones, preparar programas anuales sobre bienestar social, coordinar el manejo del almacén, responder por los procesos de radicación, archivo y correspondencia tramitar las quejas y reclamos de la comunidad, responder por la correcta prestación del servicio de aseo, vigilancia, cafetería y mantenimiento preventivo de las instalaciones, establecer y aplicar los sistemas de control de gestión para los procesos que generen en la dependencia y rendir informes de gestión y demás que requieran las autoridades distritales.

Dirección Operativa: Asesorar a la Secretaría General en la formulación de políticas institucionales en materia de programación indirecta, indirecta o con el encadenamiento con otros canales de televisión, cumplir con las disposiciones de la CNTV y demás normas sobre programación, implantar un sistema de control para garantizar la calidad en la prestación del servicio, aprobar la ejecución de la producción y emisión diaria de la programación de acuerdo con las políticas establecidas, prever la consecución de recursos necesarios tendientes a mejorar los aspectos técnicos, promover estudios e investigaciones con el fin de mejorar los aspectos técnicos de emisión, transmisión, recepción de señal y programas, verificar y controlar el mantenimiento de los equipos, presentar el programa de compras para ampliación o reposición de equipos, verificar el cumplimiento de los contratos de ventas y mercadeo con el fin de controlar los costos de los recursos para la producción de los programas de televisión, realizar la selección, adquisición y cambios de la programación y presentar a la Gerencia General del canal los proyectos de inversión que son presentados a la Comisión de Televisión.

## CONCLUSIONES

Canal Capital hace parte de ese proceso de regionalización de la televisión que inició en 1985 y que aún continúa, en la actualidad se cuenta con ocho canales regionales que intentan posicionarse como una alternativa de televisión frente a un público que ve más las costumbres y tradiciones de otros países que las del propio, es por eso que los canales regionales y concretamente Canal Capital pretende ser espejo, multiplicador y difusor de esos valores y formas de vida que van por las calles capitalinas convirtiéndose así en "EL CANAL DE BOGOTÁ".

Además canal ha servido como mecanismo útil a la administración distrital; como el contacto directo con la comunidad es posible. También ha ayudado a concretar espacios de participación ciudadana con las universidades, grupos de mujeres y jóvenes, grupos ecologistas y deportivos, logrando así una integración de la comunidad por su intermedio.

Durante estos primeros ocho años de labores ha iniciado una campaña para ubicarse como alternativa televisiva y no como competencia comercial para los canales nacionales.

## ANEXOS

### **Anexo 1. Ley 182 de 1995 artículo 37 numeral 3.**

Tomado de Mónica de Greiff y Clara Stella Ramos, *Régimen jurídico de Radios y Televisión en Colombia*, Legis editores S.A. 2000

“el servicio público de televisión también será reserva del Estado y será prestado por las organizaciones o canales regionales de televisión existentes al entrar en vigencia la presente ley y por los nuevos operadores que se constituyan con la previa autorización de la Comisión Nacional de Televisión, mediante la asociación de al menos dos departamentos contiguos, o en nombre de entidades descentralizadas del orden departamental, o empresas estatales de telecomunicaciones de cualquier orden, o bien del Distrito Capital, o entidades descentralizadas del orden distrital, salvo aquellos que estén funcionando a la fecha de la vigencia de la presente ley. Los municipios y sus entidades descentralizadas también podrán participar como socios de estos canales.

Los canales regionales de televisión serán sociedades entre entidades públicas organizadas como empresas industriales y comerciales del Estado, vinculadas a la Comisión Nacional de Televisión, y podrán pertenecer al orden nacional o departamental, según lo determinen las juntas administradoras regionales en sus estatutos.

Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se registrarán por las normas del derecho privado. Los canales regionales estarán obligados a celebrar licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión y el acto de adjudicación siempre se llevará a cabo en audiencia pública. Estos canales podrán celebrar contratos de asociación bajo la modalidad de riesgo compartido. Los contratos estatales de producción, coproducción y cesión de derechos de emisión que se encuentren en ejecución o estén debidamente adjudicados a la fecha de promulgación de esta ley, se ejecutarán hasta su terminación de acuerdo con las normas bajo las cuales fueron celebrados.

En la reasignación de frecuencias, se respetará las mismas que han sido asignadas a los canales regionales. En caso de requerirse el cambio de las mismas, la Comisión Nacional de Televisión asumirá el costo para tal efecto.

En el acto de autorización la comisión adjudicará la frecuencia correspondiente.

Los canales regionales de televisión harán énfasis en una programación con temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la respectiva comunidad.

Los canales regionales de televisión podrán encadenarse para la transmisión de eventos de interés regional”

## **Anexo 2. Acuerdo N° 19 DE 1995**

Tomado de *Libro de acuerdos del Concejo de Santa Fe de Bogotá. D.C. de 1995*, Pág. 36-37

“Por el cual se confiere unas autorizaciones al Distrito Capital de Santafe de Bogotá, al Instituto distrital de Cultura y Turismo y a la Empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá”

EL CONCEJO DE SANTA FE DE BOGOTA D.C. en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales en especial las que le confiere el numeral 6° del artículo 313 de la constitución política y el numeral 9° del artículo 12° del decreto ley 1421 de 1993 y

### **CONSIDERANDO**

Que la ley 182 de 1995 estableció el territorio del distrito capital como una región específica para los efectos de la operación y prestación de servicio regional de televisión (artículos 22, numeral 2c y 37 numeral 3° inciso 1°) y dispuso que las entidades públicas distritales tenían legitimidad para construir dicho canal (artículo 37 numeral 3°)

Que el artículo 64 de la ley 182 de 1995 dejó vigente la mayoría de las disposiciones sobre canales regionales de la ley 14 de 1991 entre ellos los artículos 22 y 23 relacionados con la administración, programación, comercialización y contratación de la programación.

Que el Señor Alcalde Mayor de Santa Fe de Bogotá, en ejercicio de las atribuciones contenidas en el artículo 13° del decreto 1421 de 1993 presentó a consideración del consejo Distrital el proyecto de acuerdo sobre las autorizaciones referidas.

#### ACUERDA

ARTICULO PRIMERO- Autorizase al distrito capital de Santa Fe de Bogotá, al Instituto Distrital de Cultura y Turismo y a la Empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá para que, mínimo 2 de ellos participen en calidad de socios entre si en la constitución de una sociedad entre entidades públicas, organizada como Empresa Industrial y Comercial del Estado encargada de operar y prestar el servicio público de televisión regional a través de un canal regional de televisión que propagará su señal de conformidad con lo establecido en la ley 14 de 1991 y 182 de 1995.

PARAGRAFO PRIMERO. El distrito capital y la entidades distritales autorizadas mediante este acuerdo, o la sociedad entre entidades públicas que las mismas constituyan para efectos de la prestación del servicio público de televisión regional, podrá asociarse por razones de conveniencia, mercado o económicas con otros entes territoriales, empresas de telecomunicaciones o entidades descentralizadas de cualquier orden, en todo caso sujetándose a lo dispuesto en las leyes 14 de 1991 y 182 de 1995 en caso de que así ocurra la participación del distrito y las entidades, no podrá ser inferior al 70% (setenta por ciento) del capital accionario.

PARAGRAFO SEGUNDO. Para los efectos legales, la sociedad aquí autorizada tendrá, por razón social, la denominación de CANAL CAPITAL.

ARTICULO SEGUNDO; la operación, programación y comercialización del citado canal regional, se efectuara en los términos y condiciones establecidas en la ley 14 de 1991 y la ley 182 de 1995 en especial lo establecido en los artículos 21 y 33 de la misma, haciendo énfasis en temas y contenidos de origen regional, orientados al desarrollo cultural, humano, creativo y social.

PARAGRAFO. El canal regional de conformidad con lo dispuesto en la ley 182 de 1995 y con la Comisión Nacional de Televisión incluirá programas comunitarios y de organizaciones sociales.

ARTICULO TERCERO. Autorizase a la empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá para prestar directamente, o en asocio con entes públicos y privados, nacionales o internacionales, de conformidad con las disposiciones legales y en especial con lo establecido en la ley 182 de 1995, el servicio y comercialización de televisión por suscripción u otras modalidades tecnologías de televisión. La empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá podrá participar en la prestación de servicios satelitales.

PARAGRAFO. Las autorizaciones para asociarse dadas a la Empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá en el presente artículo siempre deberán tener en cuenta la infraestructura tecnológica y experiencia de la mencionada empresa.

ARTICULO CUARTO: El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias, en especial el acuerdo 29 de 1992.

Dado en Santa Fe de Bogotá D.C. a los 3 días del mes de octubre de mil novecientos noventa y cinco.

RAFAEL AMADOR, Presidente

RAFAEL ANTONIO TORRES MARTIN, Secretario General

AURELIJUS RUTENIS ANTANAS MOKUS SIVICKAS

Sancionado el 18 de octubre de 1995.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Comisión Nacional de Televisión. Una televisión libre y respetuosa. Bogotá. 1998.

Concejo de Santa Fe de Bogotá. Acuerdo N° 002, artículo 8 de 1995.

Concejo de Santa Fe de Bogotá. Acuerdo N° 19 de 1995 en Libro de acuerdos de 1995. Bogotá 1996.

Concejo de Santa Fe de Bogotá. N° 50 de 2001

Contraloría de Bogotá. D.C., Balance Social de la administración de Bogotá. D.C., 1999. Bogotá. 2000.

Contraloría de Bogotá. D.C. Estado de las Finanzas Públicas de Bogotá. D.C. vigencia 1999. Bogotá. 2000.

CB/ Puma S.A. Revista Publicidad & Mercadeo N° 106. Bogotá 1989.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 114. Bogotá. 1990.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 116. Bogotá. 1990.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 121. Bogotá. 1990.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 131. Bogotá 1991.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 146. Bogotá, marzo de 1993.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 151. Bogotá agosto de 1993.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 159. Bogotá, abril de 1994.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 179. Bogotá, diciembre 1995.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 191. Bogotá diciembre 1996.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 219 abril de 1999.

Ediciones y eventos Ltda. Revista. Publicidad & Mercadeo N° 220. Bogotá Mayo 99.

Ediciones y eventos Ltda. Revista Publicidad & Mercadeo N° 224. Bogotá septiembre de 1999.

Téllez B, Hernando. Veinticinco años de televisión Colombiana. RTI. S.A. Bogotá. 1979.

Sandoval Carranza, Jairo Antonio. Manual de Normas esenciales sobre medios de comunicación. Imprenta Nacional. Bogotá 2001

ACUERDOS, DECRETOS, RESOLUCIONES.

Decreto N° 3100 y 3101 de 20 de diciembre 1984. Conformar la sociedad para Teleantioquia

Resolución N° 2683 de 1986. Permite a los canales regionales comercializar su programación.

Decreto N° 388 de 1986. Permite que los Canales regionales elaboren contratos de “cesión de derechos de emisión a las productoras.

Resolución del Consejo Nacional de Televisión. N° 012 de 15 de julio de 1986. Se aprueba el proyecto para Telecafé

Acuerdo N° 002 de 1995. Artículo 8. Se reglamenta la comercialización en los canales regionales de televisión

Ley 42 de 1985. Reafirma la responsabilidad social de los medios y asegurar la participación de la comunidad en su administración y vigilancia.

Ley 182 de 1995 artículo 37. Ley de televisión.

Constitución Política de Colombia. Artículos 75,76 y 77. Sobre el espectro electromagnético, Comisión Nacional de Televisión

Concejo de Bogotá- Acuerdo N° 19 de 1995. Por el cual se autoriza al distrito, al Instituto Distrital de Cultura y Turismo y a la Empresa de Telecomunicaciones de Santa Fe de Bogotá a participar en la constitución de la sociedad para formar el canal regional.

Concejo de Bogotá. Acuerdo N° 50 de 2001. Para garantizar los el acceso a la información producida por Canal Capital para la población con limitación auditiva e hipoacusia de Bogotá.