

## LINEAMIENTOS DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN 2010-2013

### Contenido

I.	Introducción .....	3
II.	Antecedentes.....	4
2.1.	Revisión Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 .....	4
2.1.1.	Construir democracia y contribuir a la equidad social .....	5
2.1.2.	Fortalecer la televisión pública .....	10
2.1.3.	Impulsar la industria de la televisión .....	12
2.2.	El servicio de televisión y el entorno internacional .....	18
2.3.	El servicio de televisión en Colombia .....	20
2.3.1.	La Televisión Pública .....	22
2.3.2.	La Televisión Privada en Colombia .....	24
III.	Ejes que determinan la televisión contemporánea .....	26
3.1	Contenidos, derecho a la información y responsabilidad social de la televisión .....	26
3.2	Convergencia y globalización de los servicios de telecomunicaciones.....	27
3.3	Integración vertical y horizontal de la industria de televisión .....	27
3.4	La televisión como Unidad económica, social, cultural y tecnológica. ....	28
3.5	La colaboración armónica entre las entidades públicas y la coordinación de la planeación pública .....	28
IV.	Objetivos del Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013.....	30
4.1	Promover el acceso universal al servicio de televisión .....	30
4.1.1.	Aprovechar la convergencia de redes y servicios e implementar nuevas tecnologías.....	30
4.1.2.	Promover el uso eficiente y eficaz del espectro electromagnético asignado al servicio de televisión .....	31
4.1.3.	Asegurar el acceso de la población a los canales nacionales .....	32
4.1.4.	Fomentar la equidad y el acceso a minorías y poblaciones especiales a la televisión.....	33
4.2	Garantizar la calidad en los servicios de televisión .....	33
4.2.1.	Control y vigilancia de los contenidos de televisión.....	34
4.2.2.	Proteger a los usuarios del servicio de televisión y a los televidentes .....	35
4.2.3.	Cualificar a los agentes para el mejoramiento de la producción y programación de la televisión .....	35
4.3	Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión.....	36
4.3.1.	Formular políticas para la incorporación de nuevas tecnologías en el servicio de televisión .....	36
4.3.2.	Impulsar el desarrollo de los agentes que componen la cadena de valor de la industria.....	37
4.3.3.	Fomentar la libre y leal competencia en el servicio de televisión .....	37
4.3.4.	Mantener información actualizada de la industria de la televisión .....	38
4.4	Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector. ....	39

4.4.1	Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo .....	39
4.4.2	Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales.....	39
4.4.3	Fortalecer el Fondo para el Desarrollo de la Televisión .....	40
4.4.4	Apoyar la televisión comunitaria y televisión local sin ánimo de lucro .....	40
V.	Plan de Inversiones Públicas .....	41

## LINEAMIENTOS DEL PLAN DE DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN 2010-2013

### I. Introducción

El primer Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007, adoptado por la Comisión Nacional de Televisión mediante la Resolución 1013 de diciembre de 2003, se orientó al cumplimiento de cuatro objetivos coherentes con los propósitos de desarrollo nacional:

- i) Construir democracia y contribuir a la equidad social;
- ii) Fortalecer la televisión pública;
- iii) Impulsar la industria de la televisión; y
- iv) Rediseñar el sector de la televisión pública.

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

Los lineamientos de política para el sector de la Televisión para el período 2010-2013 parten de la revisión del Plan anterior y se basan en las perspectivas del desarrollo de la industria de la televisión y las nuevas tendencias en términos del acceso universal al servicio, contenidos digitales, interactividad y los nuevos servicios y aplicaciones que se desarrollan en las industrias de tecnologías de información y comunicaciones, entretenimiento y medios.

## II. Antecedentes

### 2.1. Revisión Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007

La Comisión Nacional de Televisión formuló el primer Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007, adoptado mediante la Resolución 1013 de 2003, con la participación de diferentes agentes del sector. Se socializó el documento “La televisión que Colombia necesita” y con el apoyo de la academia y de los canales regionales se convocaron y desarrollaron ocho foros participativos en varias ciudades del país, en los que se realizaron amplias discusiones y se hicieron propuestas sobre los temas de la dinámica de la televisión en el país. Este primer Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007, se orientó al cumplimiento de cuatro objetivos coherentes con los propósitos de desarrollo nacional: i) Construir democracia y contribuir a la equidad social; ii) Fortalecer la televisión pública; iii) Impulsar a la industria de la televisión; y iv) Rediseñar el sector de la televisión pública.

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

En el proceso de revisión del Plan de Desarrollo de la Televisión 2004-2007 se identificarán los avances en los programas y proyectos propuestos y se definirá qué tipo de proyectos deben seguir siendo apoyados por la Comisión, por su relevancia en el cumplimiento de objetivos sectoriales de mediano y largo plazo. También se establecerán los cambios que deben ser introducidos en términos institucionales y de orientaciones de política pública, debido a la evolución de las industrias de medios, audiovisual y telecomunicaciones. Por tanto, 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 2010-2013.

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

En relación con la ejecución presupuestal por objetivos, se destaca el alto cumplimiento del Objetivo 2 “Fortalecer la televisión pública”, con un indicador 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 71,23% 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” presentó 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>1</sup>**

Objetivos	2004	2005	2006	2007	Promedio 2004-2007
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 varias limitaciones. En primer lugar, debe señalarse que si bien la elaboración de este Plan contó con un ejercicio de participación y socialización con los agentes del sector, no se asoció la formulación de objetivos, programas y proyectos a indicadores sectoriales, por lo que no se cuenta con información acerca del estado de la industria audiovisual en el momento de expedición del Plan y su posterior evolución a partir de la implementación del 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 propuestos, dificultando las labores de evaluación y apreciación sobre el cumplimiento de los objetivos propuestos. Finalmente, la información histórica que existe acerca de las actividades que se desarrollaron en el marco del Plan es deficiente 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, en cumplimiento de cada uno de los objetivos del Plan:

### **2.1.1. Construir democracia y contribuir a la equidad social**

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

#### **2.1.1.1. 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 suscripción y televisión comunitaria. Igualmente ha regulado de manera

<sup>1</sup> Porcentaje de ejecución presupuestal = (Compromisos / Apropiación Final).

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 de televisión 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 decomisar los equipos con los que se presta clandestinamente el servicio público de televisión.
- Acuerdo 001 de 2005 - Garantiza el acceso de los grupos étnicos el servicio público de televisión.
- Acuerdo 002 de 2005 - Modifica las condiciones de los proponentes que participen en los procesos de otorgamiento 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 contenido alcohólico 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 del servicio 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 financiarse proyectos e investigaciones que contribuyan a preservar los recursos de dicho Fondo para el fomento de la televisión pública.
- Acuerdo 003 de 2006 - Reglamenta las condiciones jurídicas, técnicas y financieras para la expansión y prórrogas de las concesiones del servicio de televisión por suscripción.
- Acuerdo 004 de 2006 - Modificación de la reglamentación del Registro Único de Operadores-RUO para el servicio de televisión por suscripción.
- Acuerdo 005 de 2006 - Creación del Canal Universitario Nacional y establecimiento de procedimientos para apoyar la Política Nacional de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación en el servicio público de televisión.
- Acuerdo 006 de 2006 - Reglamenta el destino de equipos decomisados por haber sido utilizados en un servicio de televisión no autorizado por la CNTV, o por operar frecuencias electromagnéticas sin su previa asignación.
- Acuerdo 007 de 2006 - Reglamenta el porcentaje mínimo de emisión de obras cinematográficas nacionales por 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 investigaciones que se adelanten en contra de las comunidades

- organizadas autorizadas para distribuir señales incidentales cuando 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 sin ánimo de 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 dicta otras disposiciones para la protección de los derechos de los televidentes en los canales de televisión abierta y de 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 parrilla de 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.

#### 2.1.1.2. 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 promedio de 81.65% de los compromisos ejecutados en el cuatrienio 2004-2007. Los proyectos previstos en el marco de este 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, Investigaciones Académicas y Estudios sobre Televisión e Impulso a las Empresas Productoras y Comercializadoras de Televisión y 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 del Tratado 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 Fondo para el 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 los canales 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-CPB y la 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 TV.
- 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 "Investigaciones académicas 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 realizar investigaciones para la definición de estrategias pedagógicas para la realización de proyectos y programas televisivos.

### 2.1.1.3. Servicio y acceso universal

El programa de Servicio y acceso universal también presenta una ejecución presupuestal alta con un cumplimiento del 76.6% en relación con los compromisos establecidos. Para el cumplimiento de este objetivo se tenía previsto avanzar en la ampliación del cubrimiento del servicio a todo el territorio nacional, fomentar el acceso de minorías y 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 del Cauca, 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 que no 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 lo que sería 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 y deberes 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 - Diálogo Sabores".
- Suscripción del convenio 067-06 con Telecaribe y el Resguardo Kuankuamo Proyecto de televisión étnica para la Comunidad Kankuama.

- Financiación de producciones dirigidas a minorías étnicas por parte de RTVC con los recursos del FDTV.
- 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 asociados a los 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 pilotaje de un diplomado en televidencia crítica y participación ciudadana, dirigido a docentes y padres de familia, que consolide 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 fomenten la 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 la formación 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 Secretaria de Gobierno de Bogotá con el fin de adelantar un proceso de capacitación en medios audiovisuales, dirigido a excombatientes con presencia en la ciudad de Bogotá.
- Convenio 119 de 2007 suscrito con el Ministerio de Cultura y Telecaribe para implementar una estrategia interinstitucional para fortalecer los procesos de formación, producción y emisión de programas de televisión realizados por grupos étnicos, en diversas regiones del país, garantizando su participación y presencia en el servicio público de televisión con proyectos audiovisuales de calidad.

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

La ejecución presupuestal de programa de Control y vigilancia de la televisión fue del 66% para el período 2004-2007. Se previó la ejecución de los siguientes proyectos: Apoyo a la creación y consolidación de un Sistema de Vigilancia Social de la Televisión, Estímulo a la Conformación y Cualificación de Ligas de Televidentes y Observatorio Nacional de Televisión. Las actividades más importantes de este programa fueron 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 de 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" emitidos por la CNTV.
- Realización foros temas regulatorios en Televisión.
- Recopilación de cifras históricas del sector de Televisión de diferentes fuentes como base para la creación de un 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 mejora de la efectividad regulatoria, con mecanismos de autorregulación en el uso de la televisión por parte de los televidentes y 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".

### 2.1.2. Fortalecer la televisión pública

La ejecución presupuestal de los programas y proyectos del objetivo de fortalecimiento de la televisión pública para 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 presenta una ejecución de 77.1%, mientras que el programa de Fortalecimiento de los Operadores de Televisión Pública muestra una ejecución presupuestal de 79.2%.

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

#### 2.1.2.1. 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 de Televisión 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 Colombiano, que tiene por objeto la prestación de los servicios de almacenamiento, conservación y custodia del material audiovisual de la Entidad, así como adelantar el análisis de contenido de las producciones que se entregan en préstamo a los canales regionales de televisión, se ha adelantado la custodia de

- todas las cintas recibidas en dación en pago, debidamente inventariadas y almacenadas bajo la supervisión técnica y con las condiciones adecuadas de temperatura y humedad
- El 29 de diciembre de 2005 se efectuó el proceso de contratación con la Universidad de los Andes a través del cual 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 para la televisión pública. En el 2008 se encuentra vigente el convenio con la televisión de Brasil TV Brasil y BYU con la Universidad de UTTA en los Estados Unidos.

#### 2.1.2.2. 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-FDTV. Los recursos del FDTV deben invertirse prioritariamente en el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado. El FDTV es una cuenta especial, 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 siguiente clasificación: infraestructura técnica, producción de programas, capacitación de personal técnico, de producción y artístico, adquisición de derechos de emisión e investigación en temas directamente relacionados con televisión pública<sup>2</sup>. La CNTV también es beneficiaria del FDTV, cuando ejecute proyectos investigaciones que contribuyan a 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 cumplir y desarrollar su objeto. A continuación se muestran los montos históricos de transferencias a la televisión pública entre 2004 y 2007:

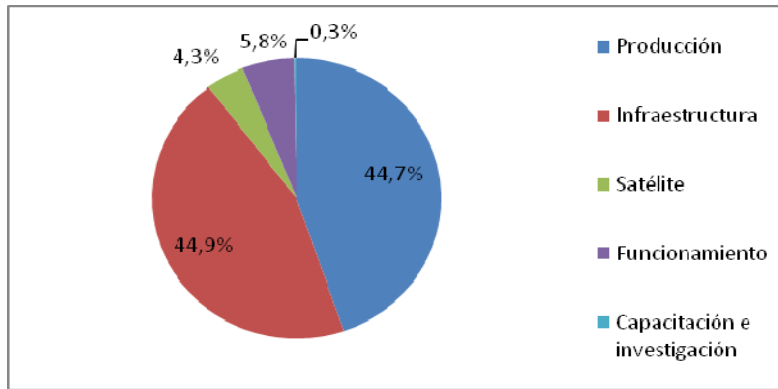
#### Distribución de recursos del FDTV

Cifras en millones de pesos de 2008

Año	Inravisión	RTVC	Audiovisuales y Mincultura	CNTV	Regionales	Total
2004	\$ 21.704,7	\$ 3.681,4	\$ 4.622,9	\$ 0,0	\$ 14.169,9	\$ 44.178,9
2005	\$ 0,0	\$ 53.367,1	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 12.059,3	\$ 65.426,4
2006	\$ 0,0	\$ 54.067,0	\$ 0,0	\$ 1.500,7	\$ 15.760,3	\$ 71.328,0
2007	\$ 0,0	\$ 57.356,9	\$ 0,0	\$ 2.729,0	\$ 23.315,5	\$ 83.401,4
<b>Total</b>	<b>\$ 21.704,7</b>	<b>\$ 168.472,4</b>	<b>\$ 4.622,9</b>	<b>\$ 4.229,7</b>	<b>\$ 65.304,9</b>	<b>\$ 264.334,7</b>
<b>Partic.</b>	8,2%	63,7%	1,7%	1,6%	24,7%	100,0%

<sup>2</sup> Acuerdo 001 de 2002, 001 de 2003 y 002 de 2006.

En la siguiente gráfica se presenta la distribución porcentual de los recursos transferidos a los operadores públicos 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, basada en la metodología de Planeación Estratégica Situacional (PES).
- Durante el 2006 se efectuó el seguimiento de los resultados de la aplicación del PES a los canales regionales Telecaribe y TRO.
- Se realizó el primer informe sobre el desempeño de los Canales Regionales, del período 2000-2004, y se construyó una base de datos con la información financiera enviada por las entidades. Esta información analizada y procesada se constituye en un importante insumo para la construcción de parámetros económicos y financieros que pueden incidir en la distribución de los recursos propios del FDTV.

### 2.1.3. Impulsar la industria de la televisión

La base de la estrategia institucional para implementar la política de impulso a la Industria de la Televisión, fue incrementar el conocimiento permanente y sistemático sobre la cadena productiva de la industria de la televisión y sus submercados, sobre las tendencias nacionales y globales, así como sobre el análisis y seguimiento de los procesos económicos, sociales y tecnológicos que intervienen en la prestación comercial del servicio de televisión, que el Estado adopta como una de las columnas estructurales para el direccionamiento estratégico de la televisión nacional.

En cuanto a la ejecución presupuestal del objetivo de Impulsar la industria de la televisión se observa en 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 tecnologías 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 presenta en promedio el 40.3% de la ejecución para el cuatrienio 2004-2007.

#### **2.1.3.1. 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 central, el estudio y 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 del servicio, el diseño de políticas y la toma de decisiones. Los proyectos especificados para el desarrollo de este programa son: Seguimiento, Prospectiva y Política sobre la Industria de la Televisión, Sistema Nacional de Información e Indicadores sobre Televisión y Construcción del Modelo de Análisis de las Finanzas de la Televisión, proyectos 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 la adquisición 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 es utilizada 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 digitalización de los canales y monitoreo.

#### **2.1.3.2. 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 y leal competencia, para fortalecer la credibilidad de los agentes y usuarios del sector mediante normas claras de calidad, competencia y adecuada prestación del servicio, dentro de los nuevos esquemas de mercado y tecnologías, que permitan dar respuestas rápidas y oportunas de acuerdo con las condiciones cambiantes del entorno social y económico. El diseño e implementación del modelo integral de regulación de la televisión, el control de la piratería y la operación ilegal y una política de estímulos e incentivos para el sector, conforman los proyectos a través 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 público de TV al adelantar trámites ante la CNTV,

- relacionados con el régimen de protección de la competencia y el régimen 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 cuyo objeto es 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 privada nacional y la viabilidad de ingreso de operadores adicionales al mercado.
  - Durante el 2008 se desarrollo el estudio para determinar las condiciones de la prórroga de las concesiones de RCN 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 en el cual se 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 concertación con RCN y Caracol; y (v) la firma de las prórrogas bajo un esquema de precio que garantiza la sostenibilidad de los concesionarios y los 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 la clandestinidad del servicio.
  - Mediante determinación de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, del 23 de agosto de 2006, 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 clandestinidad, la piratería y el sub-reporte.
  - Adicionalmente, La Comisión Nacional de Televisión suscribió alrededor de 8 convenios de cooperación con los canales internacionales de televisión con más presencia en el país, entre los que se encuentran HBO Latín América, FOX Latín American Channels, Fox Sports, TAP (televisión Association of Programmers), Hallmark Channel, Radio Televisión Española, Claxon entre otros, consistente en el intercambio de información relevante sobre los prestatarios ilegales del servicio, así como la información relativa a los prestatarios legales que estén bajando señales de televisión sin la previa y expresa autorización de los titulares de los derechos de autor y conexos.
  - Se realizó la contratación del licenciamiento de un software que suministra información que permite identificar y detectar prestatarios clandestinos del servicio público de televisión e información sobre operadores autorizados, en materia de tarifas, usuarios, parrilla, cobertura.

A efectos de fortalecer el control y vigilancia en materia de libre y leal competencia, la CNTV inició un proceso de 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.

### 2.1.3.3. 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 implicaciones que la fuerza creciente de la convergencia empresarial y tecnológica traerá sobre la industria nacional y deberá diseñar e implementar las acciones para optimizar el uso del recurso representado en el espectro electromagnético y la apropiación planificada de herramientas y tecnologías que potencien la cualificación de la televisión nacional.

Dentro de este programa se establecieron diferentes proyectos como el mantenimiento, modernización y expansión de la red, la ampliación y modernización del acceso satelital, la determinación de la tecnología para incursionar en la digitalización de la televisión, el desarrollo y modernización de la infraestructura técnica de los estudios y 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 de cumplimiento 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 (FDTV)
- 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 señal en zonas afectadas por atentados terroristas (FDTV)
- Desarrollo de la base de datos del Plan de Utilización de Frecuencias -PUF- y de TV por suscripción y comunitaria
- Realización de pruebas de desempeño de los operadores
- Auditoria 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 cual sería el estándar de televisión digital terrestre (TDT) que se usaría en nuestro país. Dentro de los sucesos más representativos en este punto tenemos:

- Año 2006, contrato con RTVC, para realizar las pruebas de transmisión de televisión digital terrestre empleando equipos ATSC y DVB-T. En el año 2007, se realizaron pruebas de televisión digital terrestre en las ciudades de Bogotá y Pereira.
- Participación en el Foro Internacional de Televisión Digital Terrestre para América Latina y el Caribe y en 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 y Electrónicos 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, Barranquilla y Bogotá. Se implementó una segunda fase en Villavicencio, Valledupar, Pasto, Ibagué y Arauca.
- 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 estándar europeo, utilizando sistema de compresión MPEG 4. El periodo de Transición definido fue de 10 años. El estándar DVB-T fue escogido teniendo en cuenta las pruebas técnicas, el estudio de impacto socioeconómico, el estudio de usos, 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 económico
  - 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 \$3.514 millones hecha por la Comisión a RTVC.
- Con relación al desarrollo de la infraestructura técnica para estudios y centros de producción, la Comisión Nacional 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 producción, postproducción 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 Teveandina - Fortalecimiento del área técnica y operaciones.
- En año 2006 se suscribió con Teleislas el convenio 134 - Proyectos picknini Talk 2007 - Hello Beach Magazine-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 Técnica de Producción y Emisión de Telecafé".
- Resoluciones 1432 y 1727 de 2007 firmada con Teleantioquia - Financiación del proyecto "Renovación Tecnológica para Teleantioquia"
- Año 2007, resolución 1435 con Telecaribe - "Ampliación y complemento de la automatización del centro 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 el mejoramiento de los procesos de producción y post-producción del canal.
- Año 2007, resolución 1556 con TRO - Financiación del proyecto adquisición y montaje de la Unidad Móvil (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 determinan las frecuencias que se encuentran disponibles y que se pueden asignar a operadores de televisión, adicionales a las que 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, Montería y Pamplona.
- En enero de 2008 se realizaron las simulaciones de las estaciones de televisión abierta autorizadas en Colombia con el objetivo de alimentar la base de datos del registro de frecuencias, estaciones y operadores, verificar la calidad de la señal, parámetros técnicos y coberturas y actualizar el plan de utilización de frecuencias.

#### **2.1.3.4. Rediseñar el sector de la televisión pública**

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

#### **2.1.3.5. Reordenamiento de las entidades públicas del sector**

Teniendo como propósito la acción integral y eficaz del Estado en el servicio de televisión, a través del presente programa se pretendía estudiar las funciones, procesos y procedimiento de cada una de las entidades públicas que operan en el sector y diseñar estrategias más convenientes para su reorganización. En cumplimiento del proyecto

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 construcción de base de datos con esa información
- Análisis del impacto financiero de la reestructuración del sector de televisión adelantada en 2004 por el Gobierno 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 en Colombia, un nuevo marco regulatorio y el sentido de la televisión
- Y en desarrollo de las orientaciones descritas dentro del proyecto mencionado, la CNTV ha brindado apoyo a los 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 el Dr. 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 2007 se suscribió el convenio 112 con Telecaribe, a través del cual se brinda el soporte técnico y administrativo necesario para poner en marcha el Canal Universitario Nacional.

#### **2.1.3.6. Una gestión eficaz, eficiente y transparente**

Este programa pretendía incorporar en la gestión pública del sector de la televisión, nuevas prácticas gerenciales 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 regulan el servicio.

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

#### **2.2. El servicio de televisión y el entorno internacional**

El nacimiento de la televisión es considerado como uno de los grandes hitos del siglo XX fruto de la aplicación del conocimiento a la solución de necesidades sociales de información. Sus principales propósitos son el fomento de la educación y la cultura, la participación ciudadana y el fortalecimiento de la identidad nacional.

Desde los años 50's, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación más importante sobrepasando incluso a la radio. La revolución que ha supuesto no se

compara con la de ningún otro medio y su influencia en la sociedad es considerable, pues ella se relaciona con la formación de ciudadanos, la difusión de la identidad cultural, la posibilidad de aprendizaje y de entretenimiento, y la garantía de los derechos a la libre expresión y a la información.

Las proyecciones de *PriceWaterhouseCoopers*, en su informe "*Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012*" señalan que de las industrias de medios y entretenimiento, los segmentos de mayor crecimiento en el futuro serán internet, televisión por suscripción, videojuegos y casinos. Así mismo, las tendencias de crecimiento de la industria de la televisión a nivel mundial se pueden observar con las siguientes cifras:

- PriceWaterhouseCoopers proyecta que la industria de entretenimiento y medios en el mercado global aumentará desde US\$1,6 trillones en 2007 a US\$2,2 trillones en 2012. Establece una tasa de crecimiento anual compuesto para el sector (CAGR) en 6,6%, pronosticando que este llegará a 2,2 billones de dólares estadounidenses en 2012. Para este mismo año los ingresos de las tecnologías digital y móvil representarán únicamente un 11% del crecimiento de la inversión total en entretenimiento y medios, es decir 234 mil millones de los 2,2 billones del mercado global, los segmentos tradicionales ya establecidos seguirán dominando los ingresos, con excepción de la música grabada en la que la distribución digital superará a la física en 2011.
- La vitalidad de los medios de comunicación depende de la Net Generation y la mantienen los consumidores de más de 50 años de edad, es imperativo que las empresas tengan mayor acceso a los jóvenes en todo el mundo porque ellos ayudarán a incrementar el gasto en acceso a internet, medios y entretenimiento. Mientras los consumidores de más de 50 años generan un equilibrio al invertir en medios tradicionales.
- En el caso de América Latina, su mercado creció un 11,5% en 2007, siendo la región más dinámica en el mundo y prevé que el mercado será de US\$85 mil millones en 2012, creciendo a una tasa del 10,6% anual, al pasar de US \$ 5,1 billones en 2007 a US \$ 8,5 billones en 2012. Colombia será el mercado que crecerá con mayor rapidez en el sector de entretenimiento y medios en los próximos cinco años.
- Respecto a los hogares con conexión a través de banda ancha, se espera que para 2012 Chile y Colombia, sean los países de la región con menos conexiones a través de línea telefónica.
- El mercado de distribución global de televisión se incrementará de US\$162.3 billones en 2007 a US\$215.8 billones en el 2012.
- Estados Unidos continúa siendo el mercado más grande, pasando de US\$ 60.1 billones en el año 2007a US\$ 75,9 billones en 2012.
- Se espera un crecimiento mundial de la televisión por suscripción a una tasa anual compuesta de 14.9 entre 2008-2012.

La competencia en los precios de los paquetes básicos y premium de los mayores operadores y el empaquetamiento de servicios de telecomunicaciones incrementará tanto el número de usuarios y el ingreso promedio por usuario para estas compañías. Una de las características más relevantes de la industria de la televisión en la actualidad es

que toda la cadena de valor de esta industria, desde la producción hasta la difusión, está pasando por un proceso de digitalización, que conlleva una serie de transformaciones que tendrán repercusiones en aspectos culturales, económicos, sociales y tecnológicos.

La digitalización permite un proceso de producción y edición más fácil y una difusión a través de medios diferentes a los tradicionales, como internet y servicios móviles. Los nuevos desarrollos asociados a esta tecnología como la interactividad, programación y nuevas formas de publicidad, las guías electrónicas de programación y la televisión de alta definición se constituyen en una fuente de oportunidades de negocio y de retos para los operadores tanto en la televisión abierta como en la televisión cerrada<sup>3</sup>.

### 2.3. El servicio de televisión en Colombia

De acuerdo con la legislación nacional, la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, y está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país (Leyes 182 de 1995 y 335 de 1996).

En Colombia, el servicio de televisión inicia en el año 1954, en esa época existía un único canal, con sólo dos horas de programación y de cobertura limitada a Bogotá. En el año 1979, apareció la televisión a color en el país lo que promovió la venta de espacios por parte de los canales públicos a programadores privados, haciéndose cada vez más evidente que una parte creciente de la programación dependía menos del Estado. Por esta misma época aparecieron los primeros informativos, la televisión educativa (canal 11) y los programas de entretenimiento<sup>4</sup>.

Antes de la década de los noventa la televisión colombiana funcionaba bajo un esquema mixto en el cual el Estado era el dueño de, las redes de transmisión y regulaba la programación. A su vez, la programación dependía de los espacios otorgados a las empresas privadas. En 1995, antes de la entrada en funcionamiento de la CNTV, la oferta del servicio estaba compuesta por 3 canales nacionales, 4 canales regionales y 9 operadores de cable.

Para el mes de mayo de 2009, se registran 764 operadores de televisión en Colombia. En materia de Televisión abierta o radiodifundida tenemos un total de sesenta y un (61) prestatarios, así: i). Tres (3) canales nacionales de operación pública (Dos (2) institucionales y un (1) mixto); ii). Ocho (8) Canales Regionales de Operación Pública; iii). Dos (2) Canales Nacionales de Operación Privada; iv). Cuarenta y Ocho (48) Canales Locales de los cuales uno (1) es con ánimo de lucro. En materia de televisión cerrada, tenemos un total de setecientos tres (703) prestatarios del servicio, distribuidos así: i). Cincuenta y cuatro (54) operadores de televisión por suscripción cableada; ii). Dos (2)

<sup>3</sup> Spectrum Strategy Consultants: <http://www.spectrumstrategy.com/Pages/GB/sectors/b.html>.

<sup>4</sup> Katz, J (2006). "Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana". CEPAL-EUROPEAID.

operadores de televisión por suscripción satelital; iii). Seiscientos cuarenta y siete (647) operadores de televisión comunitaria.

En relación con la cobertura del servicio de televisión se estima que:

- a. En la televisión abierta, la red pública nacional cubre el 92% de la población, los canales privados nacionales cubren el 86%, y la televisión pública regional el 79%.
- b. En la televisión cerrada (incluye televisión cableada, satelital y comunitaria) el 45,1% de los hogares tienen Televisión por Suscripción Satelital o Cable y Televisión Comunitaria el 10,3%, según la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE Ene.- Mar. de 2009. Según los usuarios reportados por los operadores de televisión por suscripción (televisión cableada y satelital) a la CNTV a diciembre de 2008, la Penetración en televisión por suscripción es de 31,4%

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

De acuerdo con los resultados del Estudio General de Medios-EGM<sup>5</sup> I OIa 2009, la televisión es el medio de comunicación con mayor audiencia, seguido por la radio, las revistas independientes y la prensa. Este 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 ene.- mar. 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 bien o 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. Otras importantes características de la televisión en el mercado nacional se enumeran a continuación:

---

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 17.561 encuestas. Se hizo una entrevista personal en los hogares con la aplicación de un cuestionario estructurado a hombres y mujeres entre 12 y 69 años de los estratos 1 al 6.

6 Módulo de Televisión de la Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE ene- mar 2009. Se estudiaron 55 mil hogares, con estimaciones al sector urbano, rural, 24 capitales y total nacional del país.

- De los hogares que tienen televisor a color, el 98,4% de los hogares tienen televisor tradicional. El 5,3% de los hogares en el área urbana y el 2,0% de los hogares en el área rural, tienen televisor de pantalla plasma o líquida.
- El medio más importante de recepción de la señal de televisión es la televisión por suscripción (45,1% de los hogares que tienen televisión a color recibe la señal por este medio), seguido de la señal por antena aérea (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 84,2% de los niños de 12 a 17 años son los que más consumen televisión; en promedio dedican entre 3,5 y 3,9 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 juegos de video y el 0.20% internet o como pantalla de TV.
- Un examen de la relación de ingreso del hogar a gasto en servicios de televisión indica que mientras una familia de estrato 1 gasta en promedio, \$ 18.486 pesos/mes en servicio de televisión, una familia de estrato 6 dedica \$ 50.445 pesos/mes.
- Todos los estratos socioeconómicos gastan más proporcionalmente en Internet que en Televisión. En efecto, en hogares de estrato 2, el gasto en Internet (\$54.543) es superior al gasto aplicado a servicio de televisión (\$21.242).
- En cuanto a la audiencia por franjas horarias en la televisión colombiana, se observa que de lunes a viernes, Los niños entre 5 y 11 años ven TV, de lunes a viernes, en mayor porcentaje, en la jornada de la tarde 71,3%. La noche es 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, después se encuentran la tarde y la mañana.

### 2.3.1. La Televisión Pública

Una de las modalidades de mayor importancia del servicio público de televisión es precisamente la televisión pública. Ésta se concibe como un escenario para el fortalecimiento de la identidad nacional, la formación de televidentes activos, críticos y participativos, la expresión de la diversidad cultural y la pluralidad de pensamiento, la difusión del conocimiento, las expresiones artísticas y la información para el desarrollo, la tolerancia y la convivencia pacífica, y la satisfacción de las necesidades educativas y culturales de la población.

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 y el canal Región Colombia Internacional.

---

<sup>7</sup> Estas cifras corresponden a la pregunta: ¿Por qué medio recibe la señal de televisión?

El canal Señal Colombia Institucional es un espacio creado para que las entidades del Estado puedan tener comunicación con los ciudadanos e informen los resultados de los planes, programas y proyectos en ejecución. A este canal tienen acceso los organismos de las tres ramas del poder público, los entes de control y vigilancia, los autónomos y los territoriales, las organizaciones no gubernamentales que representen los intereses de la sociedad civil y organismos internacionales de carácter multilateral.

El canal Señal Colombia Educativo y Cultural tiene como propósitos principales, resaltar y divulgar la cultura nacional y el deporte, así como servir de apoyo a los programas educativos que ejecutan las entidades públicas. En el año 2005, este canal renovó su imagen y su programación con el fin de adecuar ésta última a los objetivos propuestos en la política de Revolución Educativa planteada por el Gobierno Nacional. En la nueva programación, que es producto de un trabajo conjunto entre los Ministerios de Educación, Comunicaciones y Cultura, se destacan los documentales y los formatos cortos.

Por otra parte, los canales públicos regionales son empresas industriales y comerciales del Estado, que prestan el servicio de televisión en áreas geográficas determinadas y en por lo menos dos departamentos contiguos<sup>8</sup>. En el capital social de estos canales pueden participar los departamentos, municipios y entidades descentralizadas, empresas estatales de telecomunicaciones y el Distrito Capital y entidades del orden distrital.

Los canales regionales son programadores, administradores y operadores, aunque pueden celebrar contratos de producción, coproducción y cesión de derechos de emisión, rigiéndose en estos aspectos por el derecho privado<sup>9</sup>. El contenido de su programación debe hacer énfasis en asuntos de interés regional y es definido por cada canal. Actualmente están en funcionamiento ocho canales regionales de televisión: Teleantioquia, Telecaribe, Telecafé, Telepacífico, Teveandina, Televisión Regional de Oriente-TRO, Canal Capital y Teleislas.

#### **2.3.1.1. Televisión de Interés Cultural y Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación**

Los canales locales sin ánimo de lucro producen y prestan el servicio de televisión local y requieren también de políticas de fomento al representar los intereses de las comunidades y de los sectores sociales del nivel local<sup>10</sup>.

Por otra parte, mediante el Acuerdo 005 de septiembre de 2006, la CNTV creó el canal universitario nacional (Zoom) como un proyecto de televisión de interés público,

---

8 Salvo en Bogotá DC., y en San Andrés Islas.

9 Así mismo, pueden emitir 7 minutos de comerciales por cada media hora de programación dividida en 3 cortes, que deben cumplir con todas las condiciones exigidas para la publicidad en los canales nacionales públicos y privados.

10 Dentro de los canales locales sin ánimo de lucro, los siguientes son públicos: tienen participación del Estado en su patrimonio: Asociación Canal Local de Televisión-Telemedellín, Corporación Canal Universitario de Antioquia, Canal de la Universidad de Cartagena, Canal de la Universidad de Nariño, Canal de la Universidad del Valle y Canal de la Universidad del Pacífico.

educativo, científico, social y cultural para la formación ciudadana, encaminado a la construcción de nación, mediante la apertura de un espacio público audiovisual que le permita al sistema universitario público y al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, acceder al servicio público de televisión<sup>11</sup>.

Finalmente, está el canal Región Colombia Internacional que es un proyecto que tiene como objetivo transmitir a los colombianos que se encuentran en el exterior (Estados Unidos y en Europa principalmente), una programación que reúna los mejores contenidos de los canales regionales, por medio de la cual éstos puedan estar enterados, de primera mano, de los hechos y acontecimientos que suceden en sus regiones de origen y con la cual, además, puedan volver a sus raíces y sentirse identificados con su propia cultura.

El financiamiento de la televisión pública se garantiza con los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión (FDTV), los cuales deben invertirse prioritariamente en el fortalecimiento de los operadores públicos del servicio de televisión y en la programación cultural a cargo del Estado. El FDTV es una cuenta especial, adscrita y administrada por la CNTV, y sus beneficiarios, son RTVC y los canales regionales, quienes presentan proyectos al FDTV para su evaluación y financiación<sup>12</sup>. Adicionalmente, y con el fin de promover la televisión pública, la CNTV ha transferido además de recursos del FDTV, recursos de la Unidad de Dirección General -UDG- a los operadores públicos.

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, es necesario continuar con el fortalecimiento de los operadores públicos, en particular en aspectos de gestión administrativa y financiera, para que puedan producir televisión con propósitos sociales y culturales que sea de calidad. La televisión pública de calidad contribuye al desarrollo de la industria audiovisual en el país y le permite, ser reconocida como propia por todos los colombianos.

### 2.3.2. La Televisión Privada en Colombia

En la televisión considerada con ánimo de lucro o con fines comerciales se encuentran los canales privados nacionales, los concesionarios de espacios, los canales locales con ánimo de lucro y los operadores de televisión por suscripción (televisión cableada y satelital).

Con la apertura de los canales nacionales privados dejó de primar el sistema mixto, en el que el operador de la red era público (INRAVISIÓN, en ese momento) y los contenidos eran producidos por los programadores privados, un canal educativo y cultural, y varios canales regionales. Asimismo, la industria se transformó. Los operadores privados adelantaron procesos de integración vertical en producción de contenidos y en transmisión del servicio y la pauta publicitaria tuvo que distribuirse entre más agentes.

---

<sup>11</sup> Las señales de prueba se emitieron en octubre 11 de 2006, en el marco del X Encuentro Nacional de Televisión y en la actualidad está en proceso de definición la identidad visual del canal.

<sup>12</sup> Acuerdo 001 de 2002 y 001 de 2003.

Los canales privados nacionales han ganado una porción significativa de la audiencia nacional, incrementando las horas de emisión y conquistando las franjas de la mañana y de la tarde. Según los resultados históricos de IBOPE, los 20 programas más vistos en las franjas de la tarde y de la noche fueron transmitidos por Caracol y RCN. Asimismo, han incursionado con éxito en los mercados externos con la venta de telenovelas, guiones y adaptaciones de obras de la literatura colombiana, la oferta de señales internacionales propias y la firma de acuerdos con grandes empresas de televisión que se focalizan en el mercado de América Latina y en la comunidad latina de Estados Unidos. En los últimos años, canales y productoras colombianas han hecho parte de coproducciones con empresas y actores extranjeros, posicionado a Colombia como país productor de telenovelas de exportación. Finalmente, algunas series de televisión internacional se están produciendo en Colombia, gracias a las ventajas comparativas en costos (Facilidad de acceso a diversas locaciones y cualificación del personal técnico), y al desarrollo que ha tenido la industria de producción de contenidos en el país.

Los concesionarios de espacios del canal UNO explotan comercialmente este canal, aunque la red de radiodifusión es operada por RTVC. De acuerdo con la ley, los cuatro concesionarios deben tener cada uno la misma cantidad de horas de programación del canal.

Por otra parte, encontramos la modalidad de televisión local con ánimo de lucro, que en la actualidad, sólo cuenta con un canal de esta naturaleza en Bogotá.

Se determinó que no es viable adjudicar concesiones para la prestación del servicio de televisión local en otras ciudades del país, dado que el mercado de pauta publicitaria local no es suficiente para generar los ingresos necesarios para la financiación de la operación de un canal.

### III. 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:

#### 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 orientarse a la utilidad social, lo cual incluye la capacidad de los ciudadanos de participar en los procesos democráticos. Los medios de comunicación a través del ejercicio de libertad de expresión y libertad de información, posibilitan la participación del ciudadano en la toma de decisiones pública, que es un requisito de la democracia y la razón de ser del derecho a la información.

La Constitución Política colombiana declara que los medios de comunicación son libres pero tienen una responsabilidad social. Para algunos expertos, la responsabilidad social de los medios se basa en su capacidad de construir una imagen de la sociedad y de los individuos que contribuya a la formación cultural. Por ello, la necesidad de 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 a la garantía del derecho a la comunicación, pero éste sale a flote, como propio e inalienable de toda persona, cuando se integran sistemáticamente varios principios y preceptos constitucionales (...) garantías todas éstas que carecerían de efectividad si no se asegurara que la persona goza de un derecho fundamental a comunicarse*<sup>13</sup>

La Constitución Política de 1991, en virtud del artículo 20 de la Carta, reconoce los derechos a la información y a fundar medios de comunicación, los cuales operan teniendo límite en la garantía institucional de la no censura y en la responsabilidad social de los medios. *La realización del derecho fundamental a la información, a través de un medio masivo de comunicación como la televisión, incide de manera definitiva en el proceso de conformación de la opinión pública, que es la que tiene la responsabilidad, en un Estado democrático y participativo, de legitimar o deslegitimar el ejercicio del poder, capacidad de la cual dependerá el fortalecimiento y consolidación de la democracia*<sup>14</sup>

En este contexto la jurisprudencia colombiana ha valorado que *la televisión es el medio masivo de comunicación al que más poder de penetración se le atribuye en la sociedad moderna; a ella se le hace responsable de la consolidación de un nuevo paradigma de vida, un paradigma cuyo epicentro es un individuo que, determinado por la complejidad y densidad del contexto en el que se desenvuelve, necesita, para relacionarse con otros,*

<sup>13</sup> Corte Constitucional. Sentencia T-032 de 1995.

<sup>14</sup> Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

*para poder realizar actos de comunicación que afectan y determinan su vida diaria, de intermediarios, necesidad que en gran medida suplió la tecnología con la televisión; de hecho, a través de ella se han cimentado las bases de una nueva cultura*<sup>15</sup>

De allí la necesidad de que en la relación que establecen el Estado, los medios, los ciudadanos y sus organizaciones, 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 muy importantes en la industria audiovisual. Los sistemas de televisión por cable, que antiguamente sólo se utilizaban para transmitir contenido de radiodifusión, hoy se están transformando en redes interactivas que ofrecen vídeo por demanda, acceso Internet de banda ancha y telefonía. La nueva oferta típica de los operadores consiste en un paquete de servicios TIC, es decir, voz, acceso a Internet de banda ancha y televisión<sup>16</sup>, cobrados en una misma factura. 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, telefonía fija y televisión por suscripción.

Por otra parte, el rápido crecimiento de la banda ancha posibilita la prestación de servicios con contenidos y aplicaciones adicionales, dentro de los que se encuentra la televisión sobre protocolo de internet-IPTV. En América Latina, los servicios de IPTV son muy incipientes, lo cual se atribuye a una combinación entre baja disponibilidad del servicio y entendimiento y uso por parte de los consumidores.

### 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 núcleo empresarial<sup>17</sup>.

La convergencia de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información está alterando la estructura del 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

<sup>15</sup> Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

<sup>16</sup> Conocido en inglés como triple-play. Informe “Global Entertainment and Media Outlook”)

<sup>17</sup> Katz, J (2006). “Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana”. CEPAL-EUROPEAID.

confluyen la industria del entretenimiento, la información y la conectividad<sup>18</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 por entrar a nuevos mercados, además de consolidar los actuales, aprovechando las economías de escala que produce la integración de medios y la interacción entre ellos. A su vez, las economías de escala se traducen en ganancias en eficiencia, en la medida en la que el contenido que anteriormente se producía y diseñaba para un medio específico puede ser distribuido por varios medios de transmisión. Lo mismo ocurre con los gastos de publicidad que puede diseñarse 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, planeación, operación, inspección, vigilancia y control que tiene como esencial e integral principio de política pública: interpretarse como una Unidad Económica, Social, Cultural y Tecnológica.

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

#### 3.5. 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 de las funciones que les competen a dichos medios; el segundo, producir, a través de los órganos legitimados para el efecto, la normativa que sea necesaria para impedir que otras fuerzas sociales o poderes impidan el*

---

<sup>18</sup> Por ejemplo, Internet AOL & Time Warner, Disney & Infoseek, Disney & Minds Eye Productions, Viacom & CBS, UTStarcom & Cisco Systems Inc., Liberty Media Internacional & UnitedGlobalCom.

*ejercicio del derecho a informar, a ser informado y a fundar medios masivos de comunicación, sin violar con ello las demás disposiciones del ordenamiento superior; y el tercero, propiciar y garantizar el ejercicio pleno por parte de todos sus titulares de los derechos fundamentales, los cuales a su vez son garantía del desarrollo efectivo del derecho a la información<sup>19</sup>*

Conjunto 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 para 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. Mandato que se traducen en la necesaria materialización de los principios de coordinación, subsidiariedad y concurrencia que la institucionalidad colombiana predica de la planeación pública Estatal.

---

<sup>19</sup> Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

#### IV. Objetivos del Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013

El Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013 buscará los siguientes objetivos de política:

##### 4.1. Promover el acceso universal al servicio de televisión

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

Las nuevas tecnologías y la convergencia de redes y servicios facilitan el despliegue de las redes y el aumento de la oferta de servicios de telecomunicaciones, debido a la existencia de economías de escala y de alcance, y en general, contribuyen a la reducción de precios para que estos servicios sean más asequibles a toda la población.

Un ejemplo de la contribución de las nuevas tecnologías al servicio universal es la televisión digital terrestre (TDT), la cual se transmite por ondas electromagnéticas terrestres (bandas VHF o UHF), al igual que la televisión analógica y la recepción se efectúa por antena, a diferencia de la televisión por cable o por satélite. Este sistema cuenta con las siguientes ventajas: i) aumento de la oferta de canales; ii) mejora técnica en la calidad del sonido y de la imagen; y iii) acceso a diversos servicios e implementación de aplicaciones interactivas por medio de un canal de retorno telefónico<sup>20</sup>.

La TDT constituye una oportunidad para dar acceso al contenido de internet a la población que no posee computador personal y para difundir el gobierno digital, la tele-educación y la tele- salud, entre otros, fortaleciendo la democracia e identidad nacional y contribuyendo a la equidad social<sup>21</sup>. Lo anterior, teniendo en cuenta que un porcentaje muy alto de la población (más del 90%) tiene acceso a la televisión radiodifundida y que el proceso podría llevarse a cabo a través de la instalación de cajas convertidoras de bajo precio, que permitan la visualización de contenido digital en los televisores analógicos existentes.

La revolución tecnológica de la televisión digital, se produce porque permite por medio de la interactividad, vencer las barreras que tiene el computador, como son la falta de conocimiento y la brecha generacional, al convertir el televisor de un aparato receptor para el ocio en un elemento en el que convergen, se aprovechan y se ponen al alcance de los hogares que cuentan con un televisor, todos los adelantos tecnológicos de la informática y las telecomunicaciones. Como se anotaba, según la Gran Encuesta Integrada de Hogares del DANE Ene.- Mar. de 2009, el televisor a color es el bien o servicio que en mayor medida poseen los colombianos, en un 85.3% de los hogares del país.

<sup>20</sup> Revista Consejo Nacional de Televisión - Septiembre 2006 Chile, tomado de [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

<sup>21</sup> Colombia ocupó la posición 23 en el mundo y la 4ª en América Latina, en 2004, en la evaluación de contenidos de internet principalmente por el volumen y la calidad de la información que publica el Estado.

La CNTV promoverá la expansión de tecnología que amplíe la oferta de servicios de televisión, teniendo en cuenta no solo variables técnicas sino también socioeconómicas asociadas con la capacidad de pago de los hogares y su 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 régimen del 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 esta política, cuatro concesionarios están operando en el mercado nacional, y se espera que otros operadores estén 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 número mayor de usuarios.

#### **4.1.2. 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.

Con el fin de optimizar la distribución del espectro se promoverá el seguimiento técnico a los operadores de todas las modalidades del servicio, la infraestructura requerida para ello y la definición de los estándares técnicos para una mejor prestación del servicio. Así mismo, se analizarán los usos futuros del espectro para facilitar la entrada de las nuevas tecnologías, especialmente la TDT y realizar la respectiva reasignación de frecuencias incluyendo la posibilidad de recuperar una porción de éste para nuevos usos.

La TDT permitirá hacer un uso más eficiente del espectro radioeléctrico, debido a que con esta tecnología se puede transmitir la misma información que con la tecnología analógica pero usando menos recursos, o incrementando el número de programas transmitidos con los mismos recursos del espectro.

En agosto de 2008, la Junta Directiva de la CNTV escogió el estándar de televisión digital terrestre DVB-T de la Unión Europea, después de analizar a profundidad todos los modelos existentes en el mercado mundial: ATSC desarrollado por Estados Unidos, ISDB-T, por Japón; DVB-T, por la Unión Europea, y DTMB, por China.

Para la definición del estándar de televisión digital se realizaron pruebas técnicas, estudios de impacto socioeconómico y de usos y hábitos de consumo de televisión en Colombia y estudio de ofertas en materia de cooperación y transferencia de tecnología entregadas por los promotores de los modelos. El estándar europeo ofrece la posibilidad de implementar servicios como movilidad, multicanalidad, alta definición (HDTV), definición estándar (SDTV) e interactividad. Además, ya fue asumido por 120 países del mundo, lo que garantiza economías de escala en la provisión de equipos que se

traducirán en precios más competitivos para los usuarios y es el que mejor se ajusta a las necesidades de los televidentes y de la industria audiovisual y a la topografía del país.

La CNTV realizó 13 foros en diferentes regiones del país, con la asistencia de cerca de 4.000 personas, visitó los países y regiones promotores de los estándares (Estados Unidos, Europa, Brasil, Japón y China) y transmitió programas especiales del proceso de implementación de la TDT en Colombia que fueron vistos por un millón y medio de televidentes.

La TDT traerá beneficios sociales como la reducción de la brecha digital, la inclusión social y la democratización del acceso a la información. Adicionalmente impulsa el sector audiovisual, estimulando la producción de contenidos y dinamizando la industria de producción nacional de contenidos.

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

La red pública nacional cuenta con 36 estaciones primarias y 170 secundarias y la señal se transporta vía satélite 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 radiodifusión terrena y la baja relación costo-beneficio de un proyecto de ampliación de redes y algunas condiciones particulares que impiden la recepción de las señales no permiten 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 con una alta calidad para garantizar el derecho a la información de los colombianos, la CNTV viene trabajando en el Plan de Expansión de la red pública con el objeto de garantizar pleno acceso a la señal de televisión. Por esta razón, se tiene contemplado asegurar la recepción del servicio en más de 200 municipios del país que han tenido dificultades para incorporarse dentro de las acciones de extensión de la red de televisión por sus particularidades topográficas o por razones de potencialidad de la misma red.

Adicionalmente, se está considerando el diseño y ejecución de otras acciones para garantizar el acceso universal a la señal de televisión en el país. Entre éstas se destaca la implementación de tecnologías alternativas diferentes a la televisión radiodifundida de tal forma que los hogares que no cuentan con el servicio puedan tener acceso a los canales públicos nacionales y a los canales regionales.

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

#### 4.1.4. 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 uso del espectro electromagnético y a los servicios públicos de telecomunicaciones y medios masivos de comunicación del Estado, la creación de sus propios medios de comunicación en sus diferentes modalidades y la realización del plan de desarrollo para los grupos étnicos, con criterio de equidad, reconocimiento de la diferenciación positiva, la 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 2005 se establecieron las condiciones para que los grupos étnicos puedan acceder al servicio público de televisión en Colombia<sup>22</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, posibilidades de encadenamiento de los licenciatarios. Así mismo, se posibilitó la participación de estas comunidades por medio de propuestas de producción y contenidos en la televisión regional y en las convocatorias del Canal Educativo y Cultural del Estado. Finalmente, se previeron mecanismos de seguimiento al desarrollo del Acuerdo que incluyen sesiones técnicas de trabajo con los representantes de los grupos étnicos acreditados, los cuales deben fortalecerse para lograr el acceso efectivo de esta población a la operación de televisión.

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

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

La Constitución Política de 1991 incorporó el derecho a la información y a la libertad de fundar medios de comunicación, prohibiendo la censura y limitando la facultad del Estado para ejercer un control previo de los contenidos que se emiten por televisión. De otra parte, también resaltó la prevalencia de los derechos de la niñez y la familia, de los grupos vulnerables de la población, la rectificación, la honra y el buen nombre. Por lo tanto, el desarrollo del servicio de televisión como industria cultural es libre pero sus contenidos de programación y publicidad deben ser apropiados para las franjas horarias y las audiencias receptoras.

---

<sup>22</sup> Este Acuerdo fue el resultado de un proceso participativo con representantes de las diferentes comunidades indígenas y afrocolombianas.

Para el Plan de Desarrollo 2010-2013, la CNTV continuará trabajando para garantizar la calidad de los contenidos de televisión a través de las siguientes acciones:

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

Dada la creciente oferta de contenidos de televisión mediante tecnología abierta, televisión por suscripción y otros medios como internet, y dadas las limitaciones propias de las entidades públicas para controlar la oferta asociada de contenidos, es necesario diseñar e implementar una política que promueva la autorregulación de los agentes asociados a la industria de televisión, como mecanismo que garantice que los productores y comercializadores, así como los usuarios del servicio sean responsables y consecuentes con la oferta de contenidos.

Con este objetivo, se fomentará la adopción de prácticas por parte de productores y operadores de televisión que garanticen que los contenidos de televisión estén orientados por las necesidades audiovisuales del sector, teniendo en cuenta como marco los lineamientos de política pública. Asimismo, se orientará la creación de contenidos promoviendo la responsabilidad social de la industria.

De otra parte, debido a que la formación del televidente crítico, capaz de elegir lo que desea ver por televisión y asumir las consecuencias de ello, se constituye en un fin primordial del Plan de Desarrollo del sector, se diseñarán e implementarán estrategias pedagógicas y educacionales que promuevan la formación del ciudadano televidente en relación con el derecho a la información, los alcances y las limitaciones de la libertad de expresión, permitiendo su empoderamiento para garantizar un uso competente y consciente del servicio de televisión.

Con el objeto de promover el sistema de vigilancia social de la televisión, se apoyará la conformación, organización, formalización y cualificación de ligas de televidentes y todo tipo de organizaciones que adelanten seguimiento y análisis de televisión. La creación y consolidación de estos grupos favorecerá el cumplimiento del control social a los contenidos de televisión, de modo tal que se asegure que la programación cumpla con los horarios y franjas concertadas, se respeten los derechos de los televidentes, se fomente el pluralismo informativo y se estimule la producción de contenidos que incremente la competencia entre productores y el bienestar social de los individuos.

La CNTV velará por facilitar la capacitación a los televidentes miembros de estos grupos para asegurar que el control social de la televisión cumpla con los requerimientos y estándares adecuados.

Por otra parte, en cuanto a las nuevas tendencias de la publicidad, las cuales sufrirán cambios importantes debido a la adopción de nuevas tecnologías y la interactividad asociada a las mismas que permitirían a los televidentes evitar los cortes comerciales dentro de los programas de su preferencia, se diseñarán y adoptarán reglamentaciones en materia publicitaria que se ajusten y se flexibilicen a la realidad de un mercado,

continuando con disposiciones que aseguren la correspondencia de los contenidos de publicidad de acuerdo con las franjas de programación.

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

Partiendo del reconocimiento que en la relación entre televidente y productor de televisión, así como en la relación entre usuario del servicio y operador de televisión por suscripción existen diferencias con respecto al acceso de información relevante, las cuales dificultan tomar las decisiones que más favorecen a cada una de las partes, se hace indispensable promover acciones para revelar esta información y asegurar su divulgación permanente, conduciendo a un proceso de toma de decisiones que garantice la mejora en el bienestar de todos los agentes.

Para ello, se implementarán acciones que permitan difundir la información necesaria para asegurar que los ciudadanos puedan ejercer el cumplimiento de sus derechos, no solo como televidentes sino también como suscriptores y usuarios de un servicio.

Asimismo se diseñarán mecanismos que garanticen que los usuarios del servicio de televisión tengan conocimiento y puedan hacer uso apropiado de las herramientas institucionales existentes para proteger efectivamente sus derechos, como es el caso del derecho de petición, rectificación, acciones de cumplimiento, y demás mecanismos de participación ciudadana.

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

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

Teniendo en cuenta que 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 local sin ánimo de lucro y la televisión cerrada comunitaria, la CNTV fomentará la cualificación de los agentes del sector en las áreas técnicas y de producción de televisión, buscando incrementar la calidad del servicio de televisión.

La cualificación de los agentes del sector será fundamental para asegurar la pluralidad de la oferta de contenidos de televisión, a al vez que se asegura que las nuevas propuestas audiovisuales respondan a estándares de calidad internacional y permitan fortalecer y mejorar el modelo de televisión pública en el país.

En este sentido, la CNTV promoverá la puesta en marcha del Canal Universitario Nacional a través de la efectiva coordinación de los agentes vinculados al mismo, dando prioridad al fomento a la producción educativa, cultural y científica

La CNTV ha destinado recursos para la constitución y puesta en marcha del Canal Universitario Nacional, Zoom, en lo relacionado con la capacidad satelital para el transporte de la señal. En la actualidad 47 instituciones de educación superior están afiliadas a la Corporación Canal Universitario Nacional. Zoom puede verse en más de 430 sistemas de cable y comunitarios en todo el territorio colombiano. La programación del canal se compone de varias franjas temáticas basadas en los diferentes ámbitos del conocimiento, conceptualizando cada una de ellas y garantizando el equilibrio temático del canal. Las franjas inicialmente son: medio ambiente y desarrollo sostenible, arte y uso del tiempo libre, ciencia y tecnología, sociedad y opinión.

#### **4.3. Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la televisión**

##### **4.3.1. 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 de diferentes formatos. Las plataformas de medios de comunicación se convierten en digitales (como IPTV y 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 las decisiones de qué ven o descargan, a qué hora y en qué lugar. En consecuencia, los productores de contenidos explotan nuevas oportunidades de crear productos diferenciados y los distribuidores desarrollan sus propias estrategias de provisión de contenidos.

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

En relación con la implementación de la TDT, el usuario podrá disponer de una guía de programación electrónica, de información cíclica acerca de salidas de vuelo, cotizaciones de bolsa, previsualización de programas y comprar productos y servicios por televisión<sup>23</sup>. Además, el usuario podrá recibir datos informativos sobre programación, ver un espectáculo desde el ángulo preferido, pagar servicios, e incluso los padres podrán usar una clave para bloquear aquellos programas que no desean que sus hijos vean.

En este contexto, se buscará la adopción e incorporación de tecnologías que promuevan el desarrollo y competitividad de la industria local, orientando acciones para garantizar

---

<sup>23</sup> Revista Consejo Nacional de Televisión - Septiembre 2006 Chile, tomado de [www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

el acceso en condiciones de igualdad, competencia y cumplimiento de las políticas de regulación.

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

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

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

Para ello, se diseñarán mecanismos de financiamiento para productores independientes teniendo en cuenta criterios de creatividad, desarrollo de nuevos formatos, propuesta de lenguaje, entre otros.

Asimismo, 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 difusión y comercialización de los contenidos audiovisuales producidos en el país.

Finalmente, se implementarán todas las acciones que promuevan el cumplimiento de los derechos de autor.

#### **4.3.3. 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 del derecho a la información y la pluralidad informativa, y por tanto, afecta el ejercicio de la plena democracia, es necesario continuar con la implementación de acciones que eviten el surgimiento de prácticas monopolísticas en el sector de la televisión.

Sin embargo, al analizar el tema de competencia en el sector, es importante considerar las características propias de la industria que se constituyen en determinantes relevantes del nivel de competencia en el mercado. En particular, las economías de escala y de alcance de la producción, distribución y consumo de televisión, afectan por sí mismas la competencia en el mercado creando algunas barreras de entrada.

Por otra parte, con el fenómeno de convergencia de redes y servicios de telecomunicaciones se produce una mayor probabilidad de competencia por parte de

operadores de terceras industrias que en el pasado no podían considerarse rivales<sup>24</sup>. Como consecuencia, cada vez es más frecuente que un usuario se encuentre con un número mayor de operadores que le pueden ofrecer los servicios que éste desea.

Igualmente, se dará transición hacia una regulación costo-eficiente y de incentivos a los operadores del sector. Al respecto, se establecerán políticas con el propósito de fomentar la competencia y reducir a su vez las barreras de entrada al mercado.

#### **4.3.4. 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 continuo de las tendencias que marcan la evolución de esta industria a nivel mundial y local. Por esta razón se dará prioridad al diseño, elaboración e implementación de un sistema de información sectorial que permita que todos los agentes vinculados al mismo puedan disponer de información periódica, confiable, oportuna y validada.

El desarrollo de un sistema de información permitirá no solo disponer de mejores herramientas en el proceso de toma de decisiones sobre el futuro del sector, sino que permitirá promover la elaboración de estudios e investigaciones que facilitan la construcción y difusión del conocimiento sobre el mismo.

En este sentido, se fomentará la elaboración de análisis, investigaciones y estudios académicos que contribuyan al entendimiento del sector, exploración de tendencias, evaluación de políticas, generación de iniciativas y en general la producción de todo tipo de conocimiento que pueda ser apropiado por la industria.

Adicionalmente, se promoverá la coordinación de los distintos agentes del sector de la televisión para potencializar la construcción y difusión de conocimientos desde todas las esferas: privadas, públicas, locales y nacionales.

De otra parte, se promoverá la creación de indicadores cuantitativos y cualitativos de la industria, incluyendo el desarrollo de medidas alternativas para medir los niveles de audiencia.

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

---

<sup>24</sup> Tomado de: "Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales. Una perspectiva Latinoamericana". Jorge Katz. CEPAL-EUROPEAID. Junio de 2006.

#### **4.4. Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural y la televisión de interés público producida por otros agentes del sector.**

El papel que cumple la televisión pública en las economías modernas ha tomado mayor relevancia al permitir 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:

##### **4.4.1 Adoptar prácticas de Buen Gobierno Corporativo**

Teniendo en cuenta que a través de la televisión pública el Estado asegura el acceso de la población a contenidos de carácter cultural, educativo, social, científico e institucional y de interés común para la formación de ciudadanos, se promoverá la autonomía técnica y financiera de los operadores públicos a través de la adopción de prácticas de Buen Gobierno Corporativo. La implementación de estas prácticas permitirá asegurar que el proceso de toma de decisiones sea transparente y con criterios que garanticen la operación financiera de los canales y el incremento en su competitividad en el mediano y largo plazo. Como consecuencia, se espera que los canales regionales además de consolidar la audiencia actual tengan los instrumentos necesarios para competir con otros canales y se especialicen en la producción de televisión pública educativa y cultural de la más alta calidad.

Igualmente, se analizará y evaluará el modelo actual de televisión pública para ajustar el modelo de negocio a la realidad tecnológica y de mercado, de manera que se considere lo público en oposición al modelo de televisión comercial que tiene fines principalmente comerciales, y garantizar su desempeño con criterios técnicos, económicos, financieros, culturales y educativos.

De otra parte, se diseñarán mecanismos que permitan fortalecer el desarrollo de contenidos de la televisión nacional de operación pública, dando prioridad al financiamiento de producciones de contenidos con altos estándares de calidad.

Por último se consolidará la identidad de los canales Señal Colombia Institucional y Señal Colombia Educativo y Cultural, posicionándolos a nivel nacional e internacional.

##### **4.4.2 Articular las acciones de los canales públicos nacionales y regionales**

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

#### **4.4.3 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 esta razón, se hace necesario efectuar un análisis y evaluación del desempeño del Fondo hasta el momento y obtener conclusiones en relación con la ejecución de recursos, cumplimiento de objetivos y ventajas de este arreglo institucional para determinar sus debilidades y determinar el plan de acción a seguir.

En esta medida se promoverán acciones que permitan asegurar transparencia y unicidad de criterios en la evaluación de proyectos, asignación y ejecución de recursos. Igualmente se analizarán los procedimientos establecidos al interior del Fondo para garantizar su estandarización.

Asimismo, se buscará diversificar las fuentes de financiación del Fondo, para lo cual se promoverá la vinculación y trabajo conjunto con otras entidades del orden nacional, local e internacional, que adelanten proyectos en torno a la televisión pública.

Por último, se promoverá el seguimiento y evaluación permanente de la ejecución de recursos por parte de los canales receptores de recursos del FDTV, con el fin de garantizar que se promuevan contenidos encaminados a incrementar el bienestar social de los televidentes.

#### **4.4.4 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 de política estarán dirigidos a fortalecer la gestión de estos operadores, para lo cual se incentivará la implementación de las directrices fijadas por la CNTV. Además, se buscará obtener información por parte de estos operadores para identificar aquellas áreas en las cuales presentan mayores deficiencias y ofrecer alternativas que les permitan garantizar niveles de cobertura, calidad de la señal y oferta de contenidos apropiados a 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 sin ánimo de lucro y televisión comunitaria, con el fin de garantizar que se de cumplimiento a las disposiciones de la CNTV y se asegure la producción de contenidos audiovisuales con altos estándares de calidad.

De otra parte, se seguirá fomentando la formalización y legalización de las asociaciones que prestan el servicio de televisión comunitaria.

## V. Plan de Inversiones Públicas

Las inversiones estimadas que realizará la CTNV en cumplimiento de los objetivos planteados en el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013 se presentan a continuación:

### Inversiones de la CTNV en el Plan de Desarrollo de la Televisión 2010-2013

Millones de \$ 2009

OBJETIVOS	2009		2010		2011		2012		2013	
	Monto	(%)	Monto	(%)	Monto	(%)	Monto	(%)	Monto	(%)
Promover el acceso universal al servicio de TV	42.181	41,7%	52.698	45,4%	67.486	43,6%	67.250	42,9%	86.484	49,0%
Garantizar la calidad en los servicios de TV	3.375	3,3%	3.529	3,0%	3.580	2,3%	3.631	2,3%	3.684	2,1%
Crear condiciones institucionales para la competitividad de la industria de la TV	2.466	2,4%	3.961,1	2,5%	2.894	1,9%	3.975	2,5%	2.908	1,6%
Promover el desarrollo de la televisión educativa y cultural	53.103	52,5%	56.007	48,2%	80.713	87,9%	81.941	52,3%	83.435	47,3%
<b>TOTAL</b>	<b>101.124</b>	<b>100,0%</b>	<b>116.194</b>	<b>99,1%</b>	<b>154.672</b>	<b>135,7%</b>	<b>156.798</b>	<b>100,0%</b>	<b>176.510</b>	<b>100,0%</b>

Cálculos: Oficina de Planeación

Estos recursos comprenden las inversiones en televisión pública que realiza la CNTV con recursos del FDTV, como los recursos de inversión de la CNTV de la UDG.