

# TV y Radio Públicas: Políticas, situación actual y perspectivas



Enero 27, 2007

I. Transformación de la TV y Radio Públicas

II. Política de TV y Radio Públicas

III. Recuperación de la Red de TV y Radio

IV. Cubrimiento de la Red de TV y Radio

V. Principales Logros TV y Radio

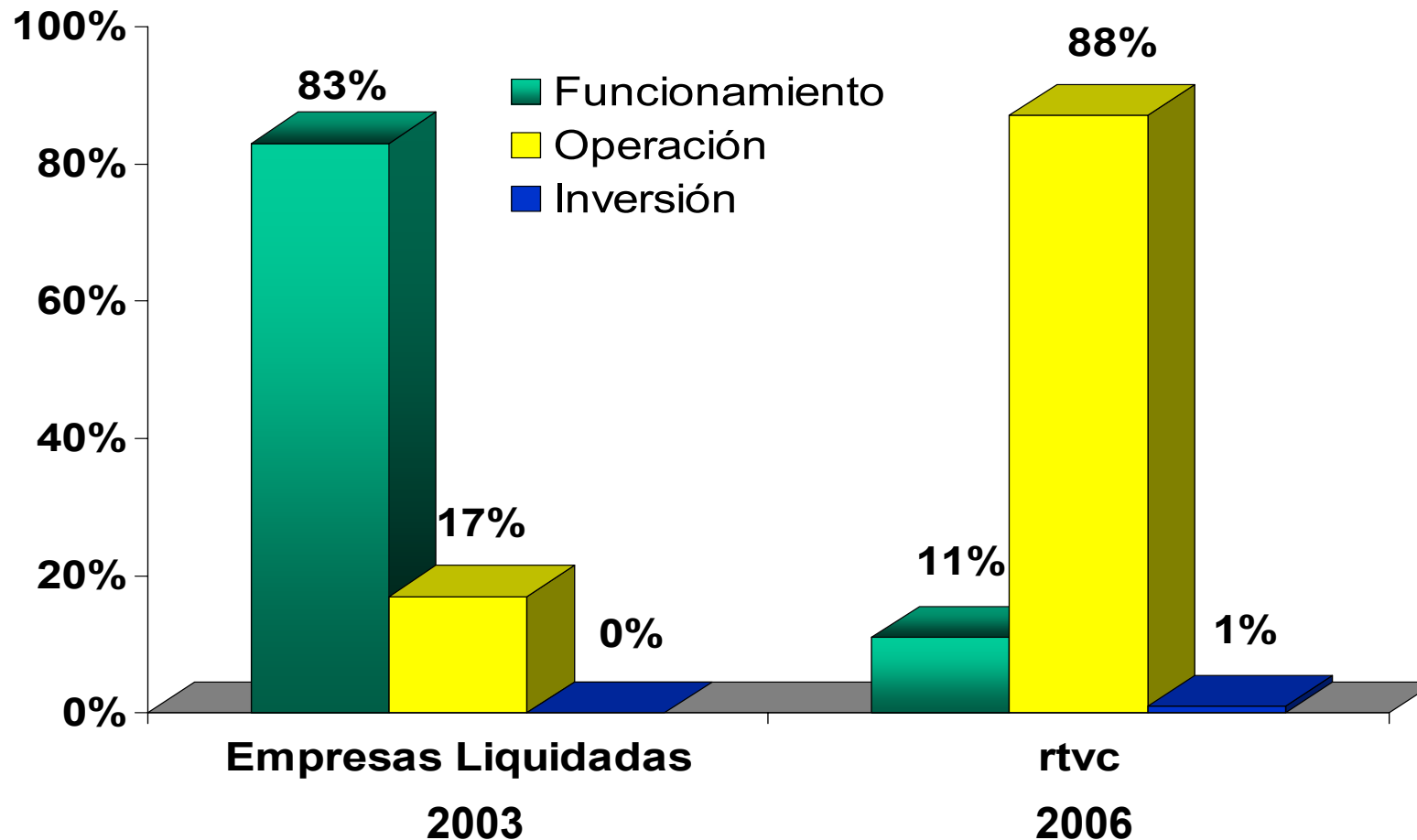
VI. Principales retos

VII. Video rtvc

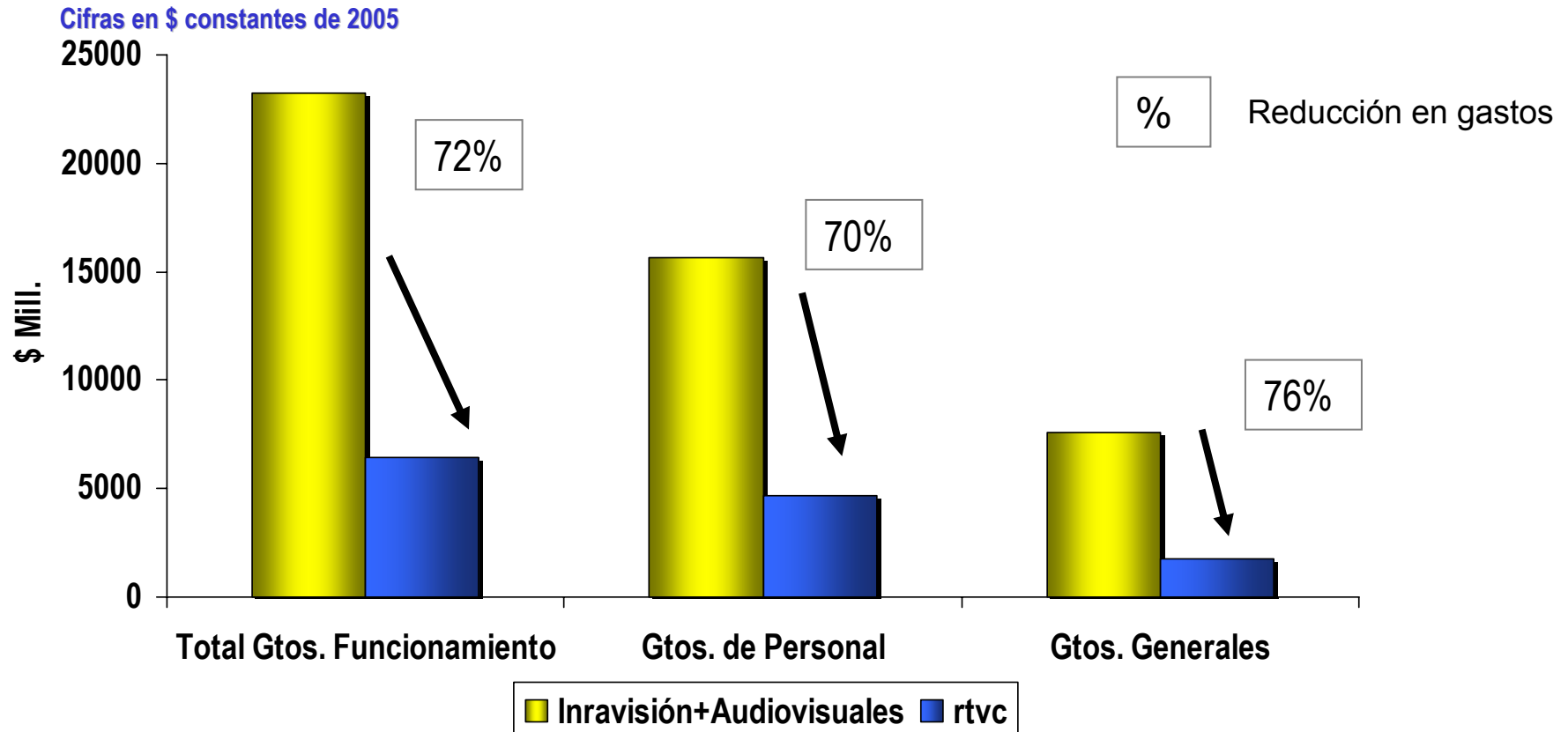
- Creación de un **nuevo gestor** de la radio y tv públicas – **rtvc**.
- Distribución de **unidades de negocio**.
- **Supresión de Inravisión**.
- **Supresión de Audiovisuales**.
- Formulación de un esquema que permita la **sostenibilidad de la radio y la TV públicas**.

# Transformación de la TV y Radio Públicas

Se han priorizado los recursos para la operación e inversión en nuevos proyectos



## Gastos de Inravisión + Audiovisuales Vs. RTVC



- La liquidación de Inravisión y Audiovisuales ha generado una significativa reducción de gastos para el Estado



señalcolombia  
todo lo que somos

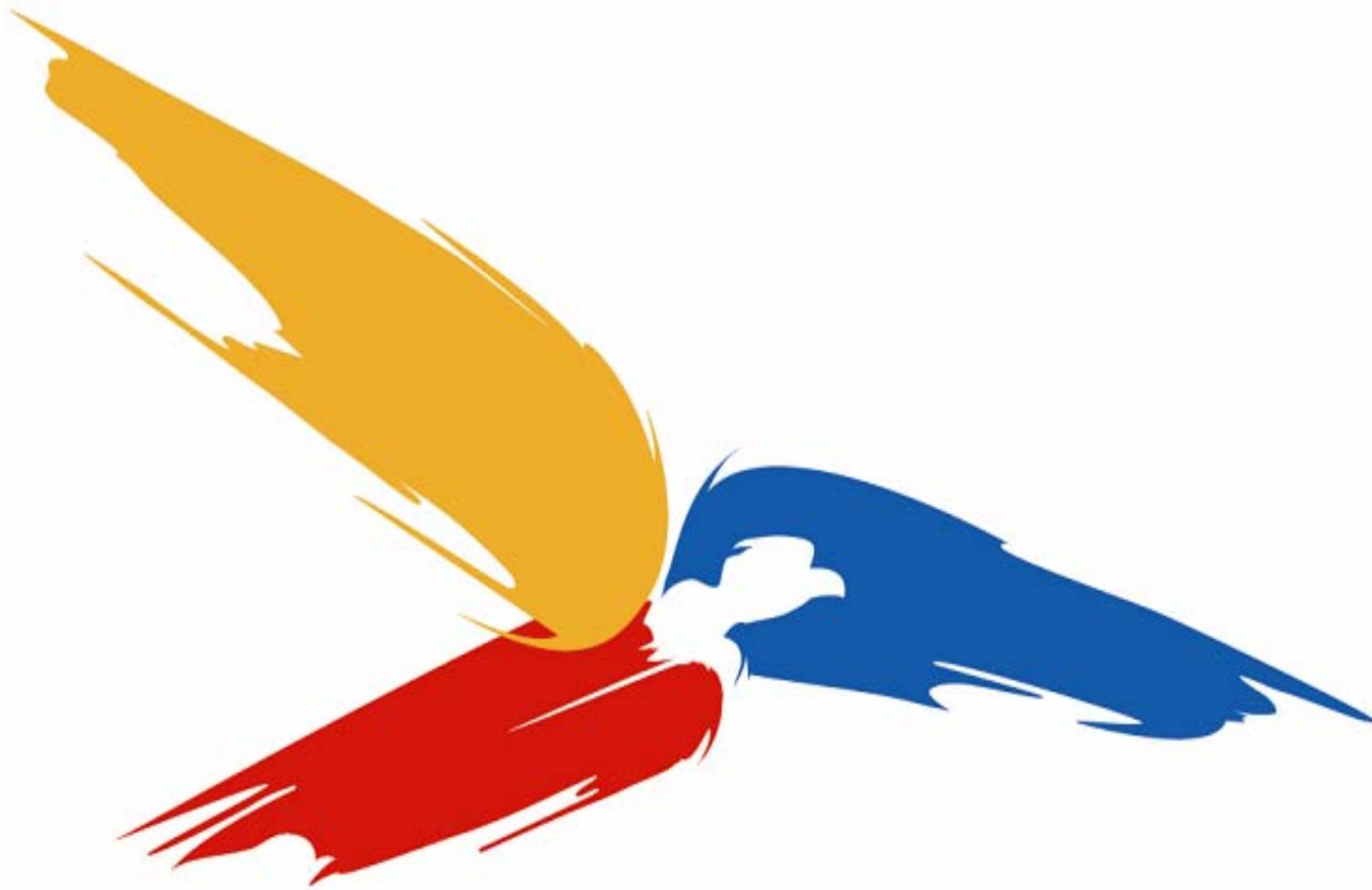
- **señalcolombia** es un espacio de **integración** y **concertación** de **políticas educativas, científicas** y **culturales** de Estado, que se convierte en una **alternativa** frente a las demás ofertas televisivas.
- Está regido por los siguientes principios:

- Equidad
- Participación
- Diversidad
- Identidad.



- Construir un **relato de nación** en el que todos los colombianos nos veamos reflejados.
- Incluir dentro de la programación proyectos que promuevan el **uso de nuevas tecnologías**, y el desarrollo de competencias científicas, sociales, matemáticas, comunicativas y ciudadanas, y de bilingüismo.
- Promover la noción de la televisión como factor determinante en el **desarrollo de los colombianos**.
- **Privilegiar** como **audiencia** a los **niños** y a los **jóvenes**.





institucional

- El **Canal Institucional** promueve el **conocimiento** y **respeto** por las **instituciones** permitiendo que los ciudadanos conozcan de primera mano la actividad que estas realizan.
- Se dirige a **todos** los **ciudadanos** sin distinción alguna.
- Ofrecer programación orientada a:
  - La difusión de las actividades de las **ramas del poder público**.
  - El **fortalecimiento** de las **competencias laborales** de los colombianos.
  - La **prevención** en salud.
  - Atención de **desastres**.
  - **Transparencia** en la asignación de recursos públicos
  - Desarrollo del **agro** y la protección del **medio ambiente**.



radio nacional  
de colombia

radiónica

- Convertirse en una **alternativa** para los radio escuchas, frente a otras ofertas radiales.
- Desarrollo de **contenidos formativos** y **culturales** tratados de manera ágil y amena.
- Fomentar la **participación** y la **formación** ciudadana.
- Impulsar el reconocimiento de la **diversidad cultural** de nuestro país mediante la presencia de sus múltiples manifestaciones culturales

## Red de Televisión

### Red Primaria

- 39 estaciones de media y alta potencia
- Cubrimiento poblacional: 82.6%

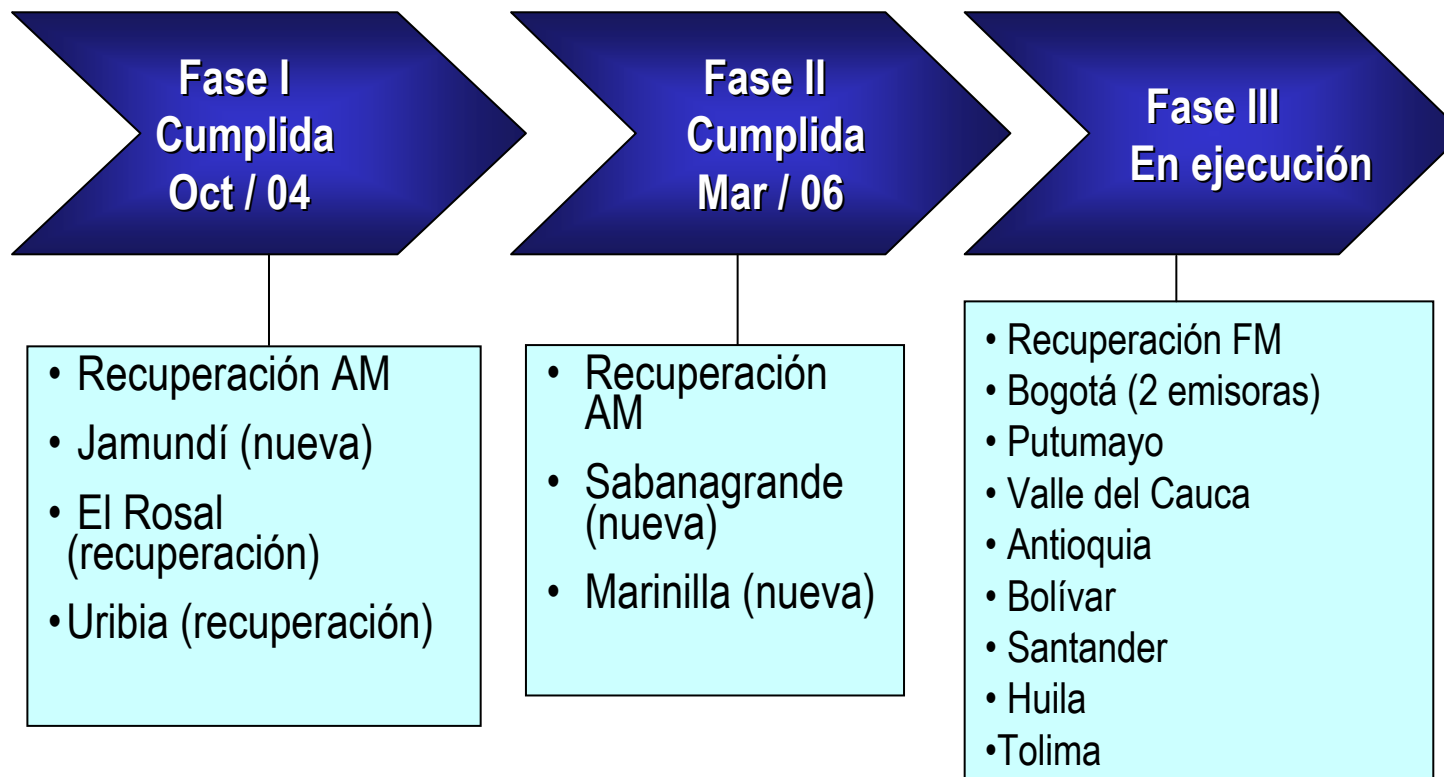
### Red Secundaria

- 177 estaciones de baja y muy baja potencia
- Cubrimiento poblacional 8.8%

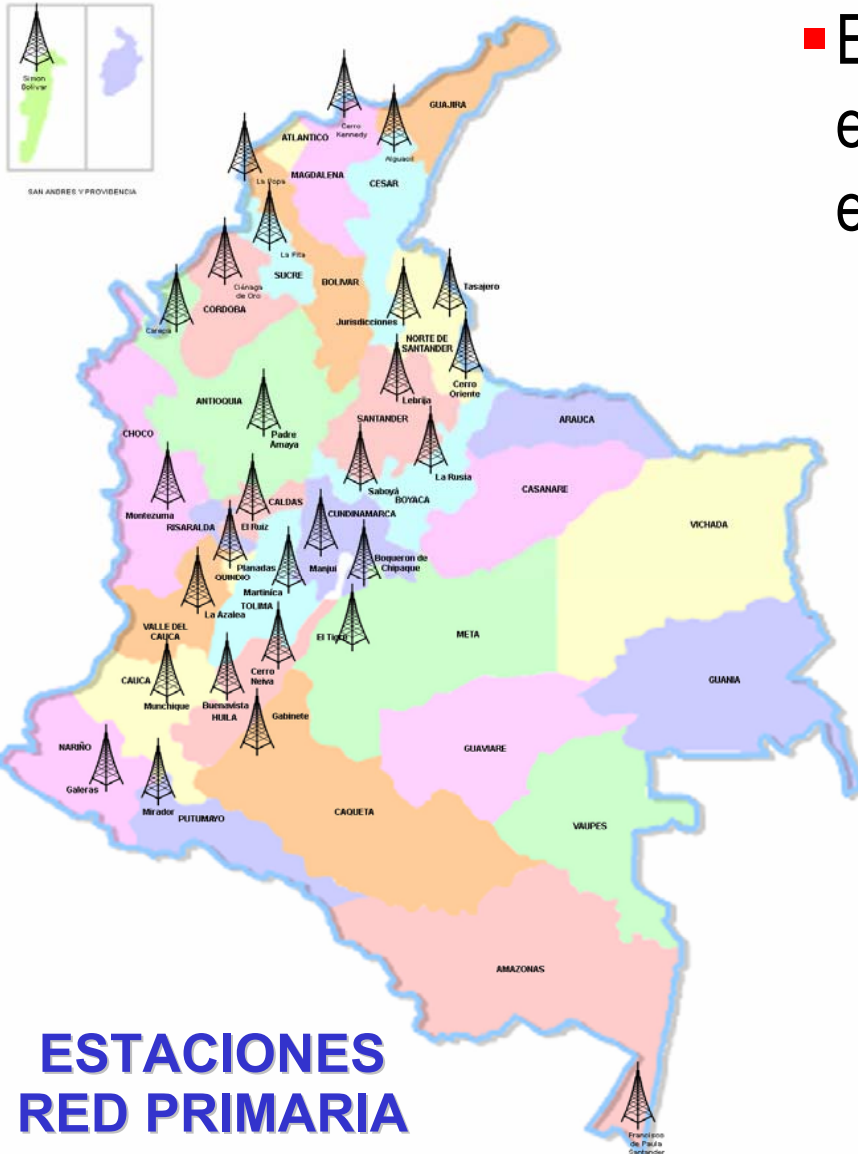
## Plan de Recuperación de la Red 2004 - 2007

- Plan de recuperación de la red con inversión del Fondo de Comunicaciones

- **\$7.000 millones**

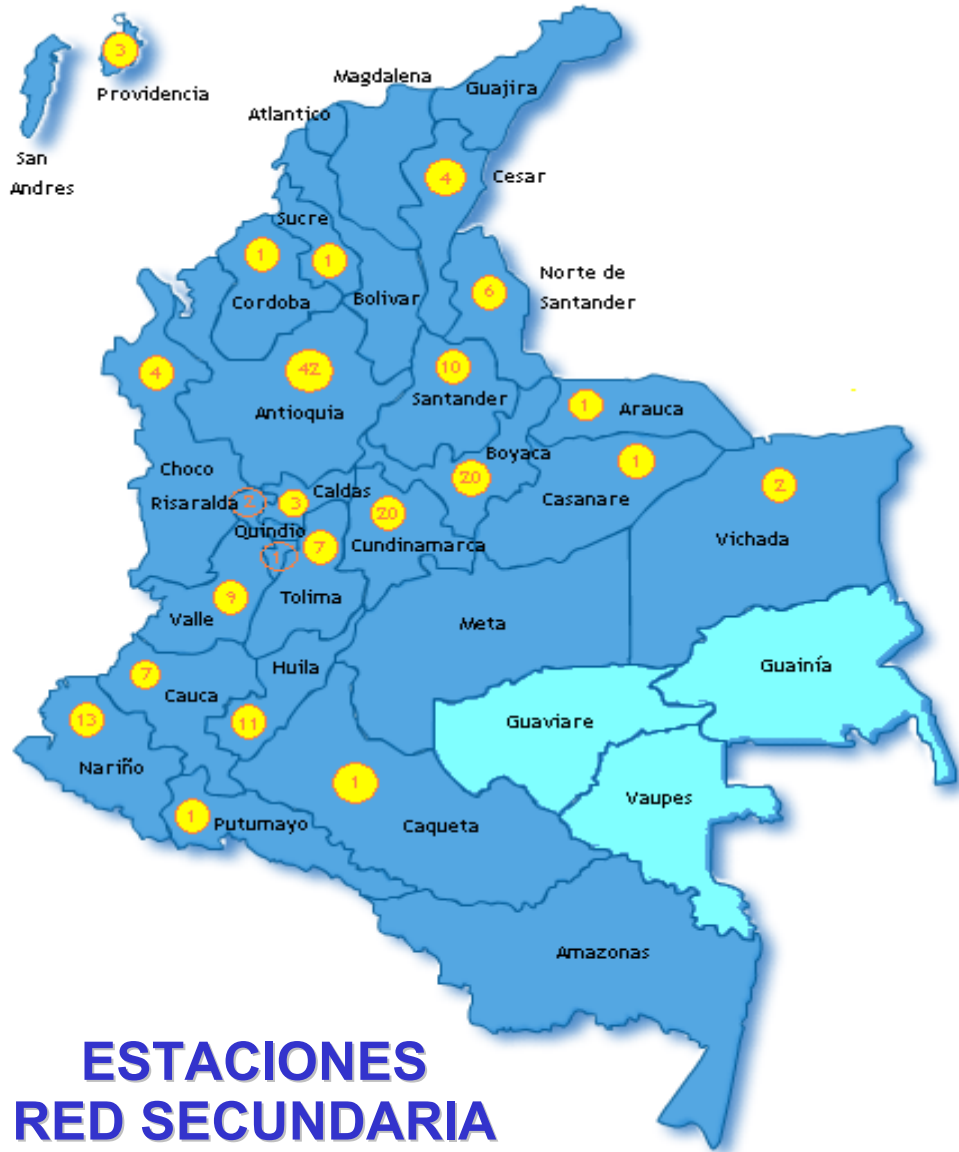


# Cubrimiento de la Red de TV Pública



- El 91.4% de la población nacional está cubierta por la red de estaciones de rtvc:
- El 82.6% de la población está cubierta por la red de estaciones principales.
- rtvc es el principal operador de televisión en el país en términos de cobertura.

# Cubrimiento de la Red de TV Pública

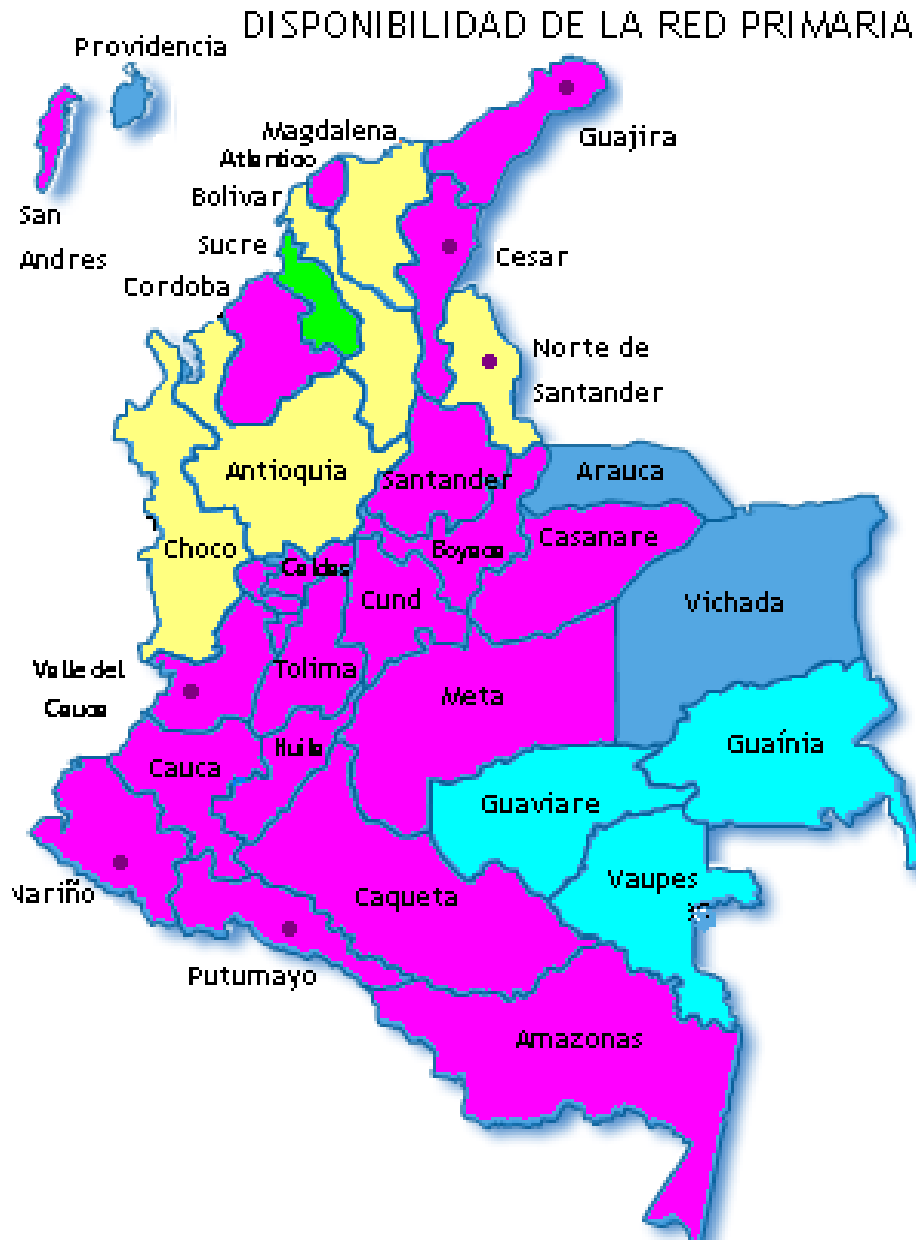


- El 8.8% de la población se encuentra cubierta por la red de estaciones secundarias.
- **rtvc** es el **principal operador de televisión** en las regiones con difíciles condiciones geográficas.

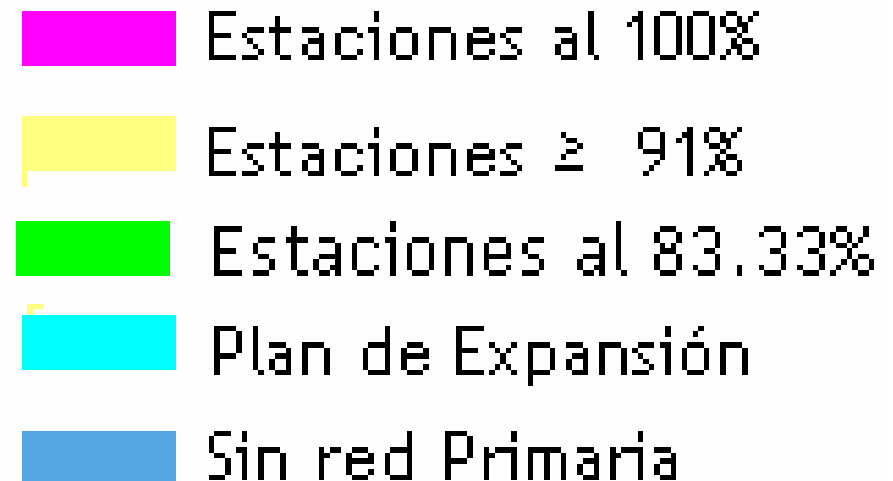
**ESTACIONES  
RED SECUNDARIA**



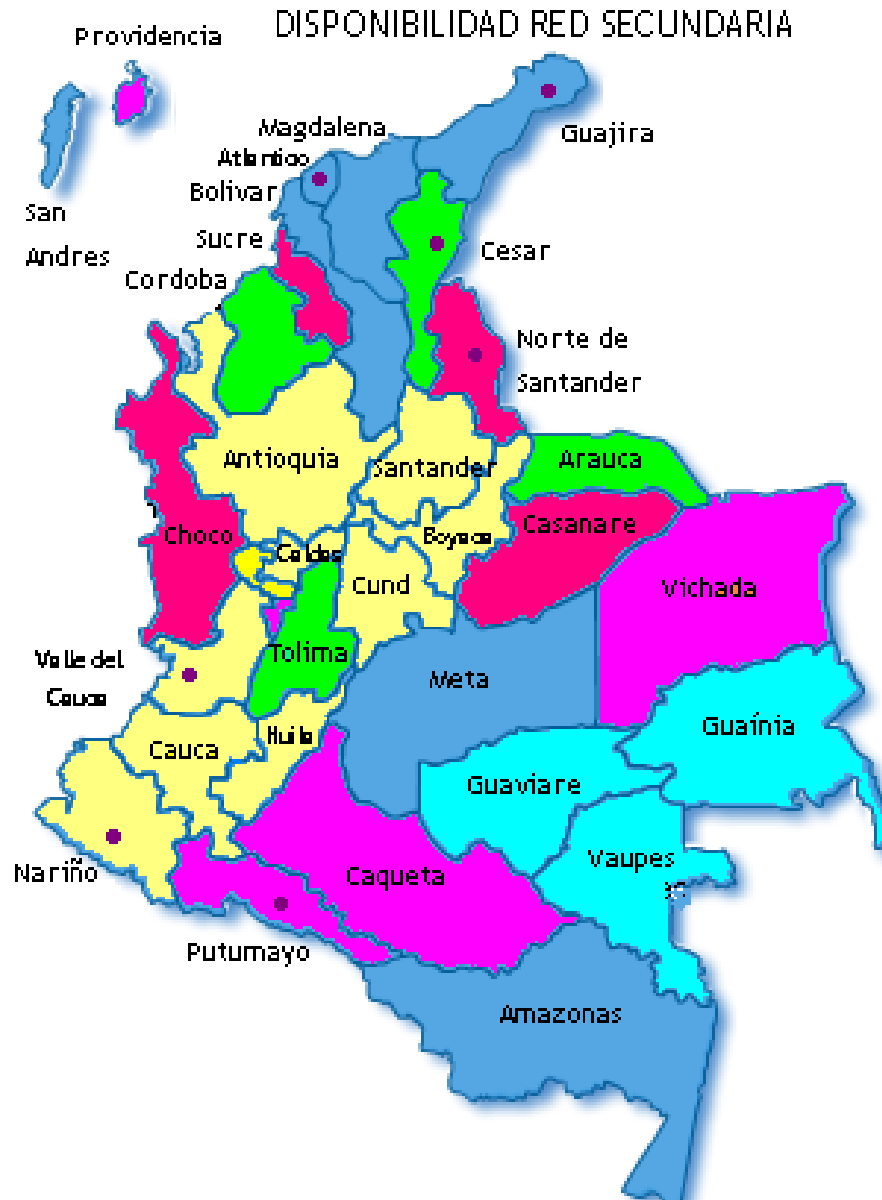
# Disponibilidad de la Red de TV Pública



- El **78%** de los **departamentos** del país donde existen estaciones de la red principal de rvc tienen una **disponibilidad del 100%**.

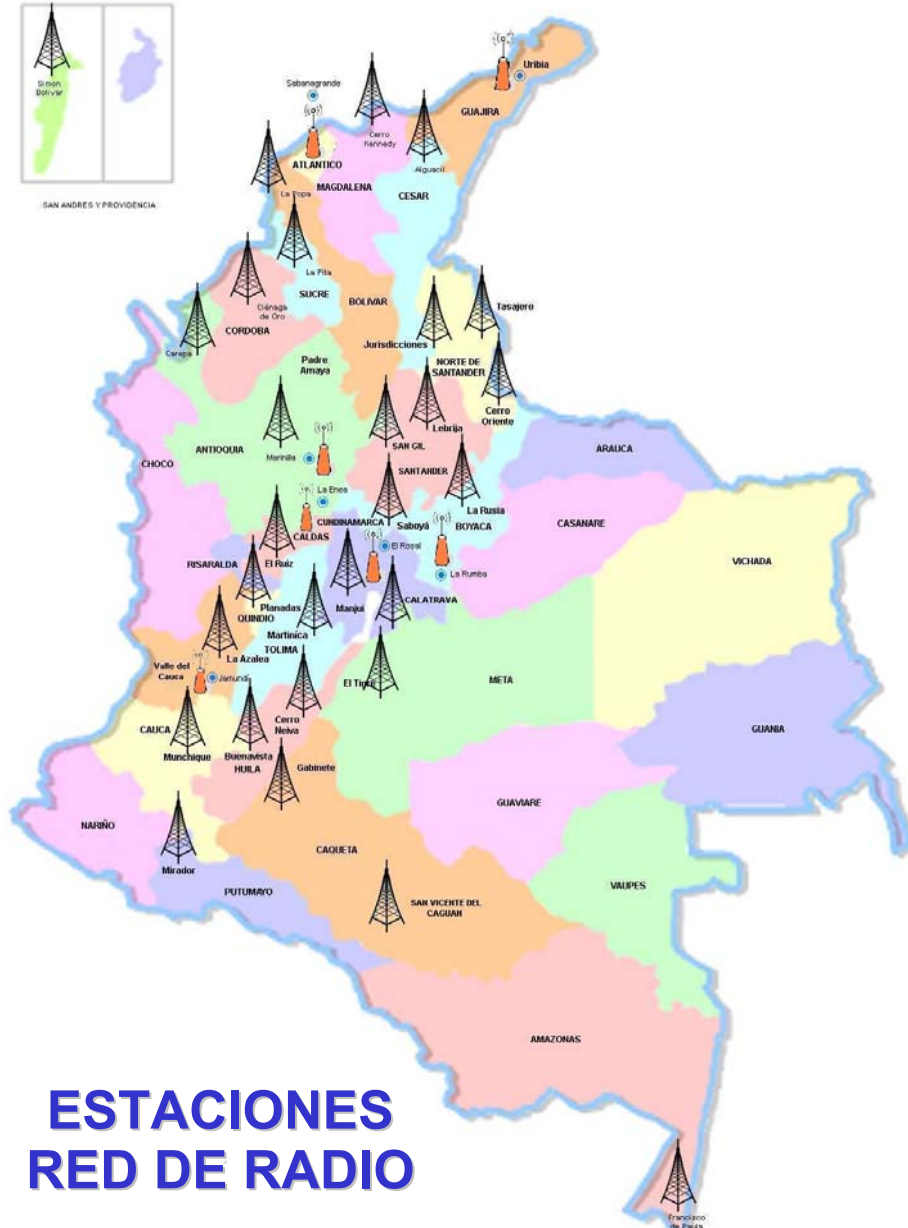


# Disponibilidad de la Red de TV Pública



- Los departamentos de **Putumayo, Caquetá y Vichada, Quindío y Providencia** cuentan con una **disponibilidad superior al 80%**.
- El **65%** de los **departamentos** de la red secundaria tiene una **disponibilidad > al 50%**.

- Estaciones entre el 80 y 100%
- Estaciones entre el 50% y 80%
- Estaciones entre el 30% y 50%
- Estaciones entre el 16% y 30%
- Plan de Expansión
- Sin Red Secundaria



- La red de estaciones de la radio nacional cubre un 60% de la población nacional.



Estaciones AM



Estaciones FM

## Programación especializada para los primeros segmentos de audiencia

Niños y niñas entre 5  
y 11 años

- **señalcolombia** emite diariamente de lunes a viernes 35 horas. De ellas 20 son producción propia con los programas **Chinkanarama** y **Que Tal Pascual**.

Jóvenes

- **señalcolombia** ha diseñado los programas **Cromosomos, Dile... más, Banderas en Marte, Opera Prima y Sub30**

50% de jóvenes entre  
18 y 24 años quieren  
ver deportes

- **señalcolombia** durante el 2006 emitió una amplia gama de los **eventos deportivos**
- Cumplió con el reto de realizar el cubrimiento de los “XX Juegos Centroamericanos y del Caribe”.

- señalcolombia **supera** a los canales regionales y locales, y a canales infantiles internacionales como Discovery Kids, Disney Channel, de series internacionales como AXN, Fox, y a los culturales como Discovery Channel y Animal Planet.
- El mercado cautivo de señalcolombia es de **69 mil hogares**
- Las razones de **preferencia** por el canal son en su orden: entretenimiento, información y aprendizaje para toda la familia.
- La mayor audiencia de señalcolombia se concentra en el público infantil.
- Alta **credibilidad** y **confianza** frente a la programación y contenidos del canal

- Plan de consecución de **ingresos nuevos**:
  - ▶ Estrategias de comercialización
  - ▶ Patrocinio de grandes marcas
- Consolidación de una **alianza estratégica** para poner en marcha una unidad de producción.
- Plan para **proyectar** a señalcolombia en escenarios nacionales e internacionales.

- **Fomento** de la **industria** radiofónica en el país.
- **Desarrollo** de un **marco normativo** que le permita a las emisoras de rtvc el mejoramiento continuo de su programación, su funcionamiento y desarrollo.
- **Fortalecimiento** de **alianzas** a nivel nacional e internacional, con el fin de enriquecer la programación, el funcionamiento y desarrollo de la radio pública de rtvc.



señalcolombia



institucional



radio nacional  
de colombia

radiónica

[www.rtvco.gov.co](http://www.rtvco.gov.co)



radio televisión nacional de colombia

Enero 2007