



Al contestar por favor cite estos datos:

Gerencia General



OFICIOS
Número de Radicado: 107
Registró: Sandra Sierra Zapata
Número de Folios: 1
correspondencia@canalcapital.gov.co
31/01/2024 15:21:51

Doctora

MARÍA CECILIA LONDOÑO

Coordinadora Grupo Interno de Fortalecimiento al Sistema de Medios Públicos

Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones (MINTIC)

Carrera 8ª entre calles 12 y 13

Edificio Murillo Toro

Código postal 111711

Bogotá D.C.

Asunto: Remisión informes cuarto trimestre Resoluciones 016, 024, 071,934, 1025 y 1115 de 2023.

Apreciada María Cecilia.

De acuerdo con lo establecido en las Resoluciones 016, 024, 071, 934, 1025 y 1115 de 2023, de manera cordial me permito remitir el reporte solicitado en dichas resoluciones sobre la ejecución y el estado de avance del Plan de Inversión correspondiente al cuarto trimestre en la vigencia 2023.

Cordial saludo.

Firmado digitalmente
por ANA MARIA RUIZ
PEREA

RUIZ PEREA

Fecha: 2024.01.31
14:59:39 -05'00'

ANA MARÍA RUIZ PEREA

Gerente General

Anexos: Informes segundo trimestre Resoluciones 016, 024, 071,934, 1025 y 1115 de 2023.
Proyectó: Alejandro Bastidas Plazas – Profesional Apoyo a Planeación
Revisó: Paloma Solano López – Asesora Planeación
100

INFORME SOBRE EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS ASIGNADOS DEL FONDO ÚNICO DE TIC

Operador: Canal Capital

Resolución: 016 de 2023

Informe No.4: Cuarto trimestre de 2023

Fecha de presentación:

1. EJECUCIÓN DE LOS RECURSOS

LÍNEA DE INVERSIÓN	Fondo Único del TIC					
	Asignado	Comprometido	Pagado de lo comprometido	saldo por pagar (cxp)	Saldo por reintegrar	Saldo por ejecutar
A. Contenido programación educativa y cultural multipantalla y multiplataforma.	7.403.370.685	7.358.089.006	7.323.159.628	34.929.378	45.281.679	80.211.057
B. Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada para la producción, emisión y transporte de la señal.	400.000.000	399.636.377	399.636.377	-	363.623	363.623
C. Estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión, que permitan el conocimiento de las audiencias.	-	-	-	-	-	-
D. Formación y capacitación para el fortalecimiento de los operadores públicos	-	-	-	-	-	-
E. Recuperación, preservación, digitalización y catalogación del patrimonio audiovisual.	-	-	-	-	-	-
F. Operación y funcionamiento.	867.041.187	867.041.187	867.041.187	-	-	-
Total recursos solicitados	8.670.411.872	8.624.766.570	8.589.837.192	34.929.378	45.645.302	80.574.680

1.1 Línea de Inversión Contenido de Programación Educativa y Cultural Multiplataforma

Programa	Formato	Fondo Único de TIC					
		Asignado	Comprometido	Pagado de lo comprometido	saldo por pagar (cxp)	Saldo por reintegrar	Saldo por ejecutar
1. ROMPER ESTEREOTIPOS	No ficción / híbrido	\$ 820.982.707	\$ 820.909.660	\$ 818.133.814	\$ 2.775.846	\$ 73.047	\$ 2.848.893
2. ROMPIENDO MOLDES	No ficción/ Híbrido	\$ 704.332.707	\$ 703.414.884	\$ 699.788.105	\$ 3.626.778	\$ 917.823	\$ 4.544.602
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES ADOLESCENTES	No ficción/ Híbrido	\$ 704.332.706	\$ 703.642.450	\$ 700.090.745	\$ 3.551.705	\$ 690.256	\$ 4.241.961
4. ANIMALAX SEGUNDA TEMPORADA	No ficción/ Documental animado	\$ 572.005.874	\$ 571.974.944	\$ 568.606.027	\$ 3.368.917	\$ 30.930	\$ 3.399.847
5. CAPITAL AHORA	NO FICCIÓN / análisis y actualidad	\$4.466.410.672	\$ 4.425.144.985	\$ 4.403.773.714	\$ 21.371.271	\$ 41.265.687	\$ 62.636.959
6. CRONICAS	Crónica	\$ 69.524.257	\$ 67.852.529	\$ 67.745.822	\$ 106.707	\$ 1.671.728	\$ 1.778.435
7. AUDIENCIAS CAPITAL	No Ficción / Periodístico	\$ 65.781.762	\$ 65.149.554	\$ 65.021.401	\$ 128.153	\$ 632.208	\$ 760.361
TOTAL LÍNEA DE INVERSIÓN		\$7.403.370.685	\$ 7.358.089.006	\$ 7.323.159.628	\$ 34.929.378	\$ 45.281.679	\$ 80.211.057

Programa	Formato	CAPÍTULOS PROYECTADOS	CAPÍTULOS PRODUCIDOS	CAPÍTULOS EMITIDOS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PROYECTADOS VS PRODUCIDOS)
1. ROMPER ESTEREOTIPOS	No ficción / híbrido	5	5	5	100%
		14	14	14	100%
2. ROMPIENDO MOLDES	No ficción/ Híbrido	7	7	7	100%
3. FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES ADOLESCENTES	No ficción/ Híbrido	7	7	7	100%
4. ANIMALAX SEGUNDA TEMPORADA	No ficción/ Documental animado	13	13	13	100%
5. CAPITAL AHORA	NO FICCIÓN / análisis y actualidad	180	197	197	109%
6. CRÓNICAS	Crónica	8	8	8	100%
7. AUDIENCIAS CAPITAL	No Ficción / Periodístico	16	22	22	137%
Total		250	273	273	109%

*Ver detalle en Anexo (Archivo de Excel).

1.1.1 Descripción del avance de la ejecución por programa

ROMPER ESTEREOTIPOS

No me etiquetes (anteriormente Romper estereotipos), es una serie de no ficción dirigida a público infantil entre los 8 y los 12 años, en la que María Clara y Juan José, niños de 12 años de edad, carismáticos, inquietos y preocupados por la transformación social, indagan, investigan, cuestionan y guían a los televidentes en un viaje por el que, a partir de un tema específico, como lo es el deporte, la moda, la ciencia, el arte o los roles de género, explorarán los imaginarios colectivos preestablecidos que se tienen sobre el desarrollo que niñas y niños deben tener en distintos escenarios dependiendo de su sexo biológico.

En este proceso María Clara y Juan José reflexionan sobre los estereotipos de género que nos han sido impuestos socialmente y conocen 5 historias de vida que les demuestran que nacer mujer u hombre no define lo que queremos, soñamos ni lo que somos.

Comenzando con un experimento social en un ambiente controlado, María Clara y Juan José conocen a un grupo de niñas y niños con puntos de vista contrastantes de diversos barrios de Bogotá en situaciones recreadas, que los sacan de sus zonas de confort para hacerlos reflexionar acerca del tema de cada capítulo, explorando así qué piensan sobre cómo deben actuar frente a ciertos momentos que los confrontan con sus creencias sobre lo que es ser hombre o mujer. Mediante un posterior círculo de encuentro conducido por María Clara y Juan José con las niñas y los niños invitados, escuchamos las opiniones diversas sobre lo que acaba de pasar y sus impresiones sobre cómo esto los ha hecho repensar los roles de género. De esta manera entablan un diálogo entre ellos y debaten alternativas y hábitos que podrían incorporar en su cotidianidad para romper con los estereotipos.

Después de este encuentro María Clara y Juan José invitan a la audiencia a conocer más sobre el tema específico de cada capítulo con un breve recuento histórico sobre el estereotipo a cuestionar y cómo se ha implantado en nuestra cotidianidad siendo normalizado y hasta aceptado socialmente,

para posteriormente adentrarnos en una historia de vida, que mediante tratamiento documental, permitirá a los televidentes conocer los sentimientos, cuestionamientos, temores, emociones, sueños, pensamientos y anhelos de una niña o un niño que vive su vida con libertad, rompiendo los estereotipos de género, motivados principalmente por lo que quieren ser y no lo que la sociedad espera que sean.

Esto llevará a María Clara y Juan José a generar reflexiones sobre los estereotipos de género y a invitar a niñas y niños a ser agentes transformadores y motores de cambio, que aporten a un mundo sin discriminaciones, con igualdad de oportunidades para todos, todas y todes.

Se trabajó un tono fresco, cercano a la audiencia, niñas y niños son los protagonistas, narradores y articuladores de toda la serie, permitiéndoles expresar su voz y puntos de vista, recurriendo a diversos recursos narrativos como animaciones, infografías, testimonios, material de archivo, grabación documental y registro realizado por los mismos niños, apelando principalmente a la emotividad y autenticidad.

Como complemento del componente televisivo, contiene insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia.

En la primera fase de ejecución del proyecto fue ajustado el diseño de producción según las diversas etapas que contemplan el desarrollo de la serie y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente la estructura narrativa tipo de serie, se definió el tratamiento de los 5 personajes principales, el diseño del cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y se planteó la investigación. Allí mismo quedó definida la propuesta multiplataforma con la descripción y número de piezas.

Las [fichas de investigación](#) fueron desarrolladas definiendo el tema general de la serie y de cada capítulo, así como los subtemas, enfoque y personajes. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los 5 capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como la [propuesta de animación y motion graphics](#) de la serie y [el casting](#).

Capítulo	Tema
1	Estereotipos de género en el Deporte
2	Estereotipos de género en la Ciencia
3	Estereotipos de género en el juego
4	Estereotipos de género en el la Moda
5	Roles de género

Se Inició la etapa de producción del primero de cinco (5) capítulos cuyo corte final fue aprobado manteniendo la estructura del formato y así se procedió a con la realización de los cuatro (4) capítulos restantes.

Paralelamente se desarrolló la etapa de postproducción, para la cual se revisaron y aprobaron los [cortes finales](#) de cada capítulo. Una vez aprobados los cortes, se finalizó y [masterizó](#) para revisión y aprobación de control de calidad cumpliendo con los parámetros técnicos exigidos.

Finalmente y paralelamente a la etapa de postproducción se desarrollan las [piezas multiplataforma](#), completando así los entregables para la entrega del [Libro de producción](#) final del proyecto y su correspondiente [Material audiovisual](#).

La serie se estrenó el 18 de diciembre de 2023, de lunes a viernes a las 10:30 a.m., 2:30 p.m. y 6:30 p.m. y sábados y domingos a las 11:30 a.m., 3:30 p.m. y 7:30 p.m. por eureka Tu Canal. Por canal Capital de lunes a viernes a las 9:30 a.m. y 7:00 p.m. y sábados y domingos a las 2:30 p.m.

Todos los capítulos de la serie al final llevan la cortinilla del preventivo de FUTIC indicado.
El primer capítulo emitido fue el #1 La mejor pelea de mi vida.

Se realizaron en total 14 piezas convergentes correspondientes a 7 (siete) perfiles y 7 (siete) microcontenidos correspondientes a Generación eureka y eureka comparte tu arte para un total de 55:33 minutos.

ROMPIENDO MOLDES

ROMPIENDO MOLDES (Conservó el nombre de la convocatoria) es una serie de no ficción que va dirigida a adolescentes entre 13 y 16 años, en formato Híbrido (magazín y motion graphics animación) que consta de 7 capítulos de 15 minutos cada uno. Es un magazín para adolescentes en el que fluiremos en el universo no binario en el que son aceptadas infinitas posibilidades de ser, expresarse, sentir y vivir. Esta serie estará asesorada y protagonizada por chicxs en su mayoría Lgtbiq+ que representarán la diversidad de identidades que se salen del binarismo de género. Ellos, ellas y ellos, con tono alegre, dinámico, irreverente y divertido, pero también con profundidad y visión crítica, nos contarán cómo han roto los moldes sociales y culturales, y se convertirán en referentes aspiracionales, disruptivxs y muy auténticxs para inspirar a lxs chicos, chicas y chiques que atraviesan la importante etapa de preguntarse por su identidad y experimentar con ella.

Rompiendo Moldes hablará de estereotipos de género y cómo estos afectan la construcción de identidad y de ciudadanía en lxs adolescentes y cómo ellos, ellas y ellos están rompiendo con novedosas y creativas herramientas los moldes con los que los adultos, sus familias y la sociedad, han querido definirlos. El objetivo principal de la serie y de cada episodio es mostrar la belleza y la valentía de lxs jóvenes que se han atrevido a transitar fuera de las normas binarias y entrar en conflicto con lo que se espera de ellxs siguiendo su propia guía interna. Queremos que reconozcan y compartan cómo lidian con la doble dificultad y valentía que enfrentan: ser adolescentes y ser no binarios. Hablaremos de sus miedos y sus luchas, de los obstáculos tanto externos como internos que tienen que enfrentar para poder expresar con libertad su manera de ser, de sentir, de vivir y de amar. Al mismo tiempo buscamos evidenciar las creencias binarias que están normalizadas en la vida de muchos jóvenes y personas que tienen una visión binaria de género, para darles la bienvenida a éste universo en donde esperamos que se vuelvan aliados y amigos de la diversidad y se sientan parte de las infinitas maneras de ser.

Cada episodio tiene un eje temático central que muestra un aspecto importante en la construcción de identidad de lxs adolescentes y de cómo estas nuevas identidades rompen con los viejos paradigmas de género y de los roles de participación en la sociedad. A través de los 7 episodios se tratan temas como: el cuerpo, la sexualidad y la identidad de género, la familia, la comunidad y su participación en la sociedad, la salud, el desarrollo emocional, la expresión individual y el amor, u otros temas que surgen de la investigación temática, de la asesoría de expertos y sobre todo de la participación de lxs adolescentes en el desarrollo temático de cada uno de los episodios. Estos temas son desarrollados a través de diferentes secciones como: las presentaciones, a cargo de jóvenes empácticxs con el tema del programa, transgresorxs, críticxs y con sentido del humor. Las secciones que hacen parte de Rompiendo Moldes van desde mostrar la historia de las expresiones de género en formato de animación, pasan por cuestionar y replantear creencias a través de historias de vida documentales que ahonda en la esperanza de un mundo más incluyente y tolerante a través de sencillos pero contundentes e impactantes experimentos sociales alrededor de temáticas sensibles para lxs adolescentes como la identidad o la sexualidad que se complementarán cxn sus diferentes reacciones y discusiones al respecto.

Para que Rompiendo Moldes realmente represente las expectativas del público objetivo, es obligatoria la participación de un grupo de jóvenes que haya experimentado o esté viviendo los conflictos propios que se derivan de romper el molde. La participación de éste grupx de chicxs no se limitará solo a una asesoría temática, sino que serán sus propia imágenes y su voces las que transmitan el mensaje con el que se quiere llegar al espectadrx. Pretendemos mostrar con experiencias reales que cada adolescentx puede ser héroe de su propia historia.

En la primera fase de ejecución del proyecto fue ajustado el diseño de producción según las diversas etapas que contemplan el desarrollo de la serie y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante la primera etapa de desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente la estructura narrativa tipo de serie, se definió el tratamiento de la presentadora y de lxs chicxs asesores, el diseño del cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y se planteó la investigación. Allí mismo quedó definida la propuesta multiplataforma con la descripción y número de piezas.

Las [fichas de investigación](#) fueron desarrolladas definiendo el tema general de la serie y de cada capítulo, así como los subtemas, enfoque y personajes. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los 7 capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como la [propuesta gráfica con el logo de la serie y propuesta de motion graphics animación](#), se definió el [casting](#).

Capítulo	Tema
1	La vamos a romper con toda - Nuevo paradigma de la no dualidad
2	Qué valiente ser una misma - Identidad de género
3	¡Tú decides! - Expresión de género
4	¡Pelea como chique! - Roles de género
5	¡Sexo! ¡Sexo! ¡Sexo! - Orientación sexual
6	Sin piña por favor - Discriminación y redes de apoyo
7	¿Y tú qué crees? - Mitos y creencias acerca del no binarismo

Se inició la etapa de producción del primero de siete (7) capítulos, cuyo corte final fue aprobado manteniendo la estructura del formato y así se procedió a con la realización de los seis (6) capítulos siguientes.

Paralelamente se desarrolló la etapa de postproducción, para la cual se revisaron y aprobaron los [cortes finales](#) de cada capítulo. Una vez aprobados los cortes, se finalizó y [masterizó](#) para revisión y aprobación de control de calidad cumpliendo con los parámetros técnicos exigidos.

Finalmente y paralelamente a la etapa de postproducción se desarrollan las piezas [multiplataforma](#) que comprende de 7 piezas bajo el nombre de #YoHabloPorTi y 7 piezas llamadas #AdoptaAUnBinario, completando así los entregables para la entrega del [Libro de producción](#) final del proyecto y su correspondiente [Material audiovisual](#).

La serie se estrenó el 11 de diciembre de 2023, en Capital de Lunes a viernes 10: 00 AM, 4:00 Y 7:00 PM , y Fines de semana: 12:00 P, y por Eureka a las 12:00 PM Y 8:00 PM

Todos los capítulos de la serie al final llevan la cortinilla del preventivo de FUTIC indicado. El primer capítulo emitido fue el #1 La vamos a romper con toda.

FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES ADOLESCENTES

DIVERGENTE(Antes Feminismos y nuevas masculinidades) es una serie de no ficción que va dirigida a adolescentes entre 13 y 16 años, en formato Híbrido (Talk show-live action-animación) que consta de 7 capítulos de 10 minutos cada uno, y que trata de Manu y Mica, dos jóvenes youtubers se embarcan en un proyecto: un canal para desterrar estereotipos y abrir diálogos sobre feminismos y nuevas masculinidades. Partiendo de hechos mediáticos que se han viralizado, crearán videos ingeniosos con charlas sinceras y provocativas, para explorar a profundidad las complejidades de la identidad de género, desafiando estigmas y prejuicios arraigados en la sociedad y así repensar las nociones tradicionales de masculinidad y feminidad. Su espacio se convierte en un espacio seguro para discutir sobre la igualdad de género y empoderar a su audiencia, alentandolos a cuestionar las normas tradicionales y construir un mundo más inclusivo y justo. Manu es una chica joven que lleva toda su vida lidiando con innumerables casos de discriminación en su vida cotidiana. Desde hace un

tiempo siente la necesidad de combatir las desigualdades y defender los derechos de las mujeres. Para eso pide ayuda su amigo Mica, un joven que lleva un par de meses tratando de convertirse en un influencer reconocido, sin tener suerte. Manu convence a Mica de que trabajen juntos y compartan sus experiencias personales y los vuelvan videos valientes y sinceros que combatan la discriminación y promuevan una lucha conjunta que reivindique a la mujer y cuestione los estereotipos masculinos impuestos por la sociedad.

La serie expone en voz de Manu y Mica perspectivas únicas y provocadoras partiendo de hechos mediáticos que se han viralizado. Desarrolla hechos y los lleva conceptualmente al límite para generar controversia y debate alrededor de temas espinosos como la cultura de la violación, la masculinidad tóxica o la representación de género. A través de estos análisis perspicaces y un enfoque que logra abrir diálogos constructivos, la serie desafía a aquellos y aquellas atrincherados en la mentalidad tradicional.

La exagerada exposición que hacen sobre el tema de cada capítulo le da a la serie un tono de humor, sin que deje de ser inspirador. Entre ambos se da una mezcla equilibrada que transmite empatía y respeto. Manu y Manino solo serán referentes para su generación, sino que podrán inspirar a las personas de todas las edades a reflexionar sobre las nociones preconcebidas de masculinidad y feminidad.

En su empeño por promover los feminismos y nuevas masculinidades, Manu y Manu descubren la fuerza de la unión y la importancia de desafiar el statu quo, pero con argumentos. Demuestran que los y las jóvenes tienen una voz poderosa y que a través de un activismo no violento se puede moldear un futuro más inclusivo y equitativo, recordándonos que todxs podemos ser agentes de cambio si nos liberamos de conceptos preconcebidos y escuchamos con respeto a los otros y la otras.

En la primera fase de ejecución del proyecto fue ajustado el diseño de producción según las diversas etapas que contemplan el desarrollo de la serie y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante la primera etapa de desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente la estructura narrativa tipo de serie, se definió el tratamiento de los 2 presentadores, el diseño del cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y se planteó la investigación. Allí mismo quedó definida la propuesta multiplataforma con la descripción y número de piezas.

Las [fichas de investigación](#) fueron desarrolladas definiendo el tema general de la serie y de cada capítulo, así como los subtemas, enfoque y personajes. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los 7 capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como la [propuesta de animación y motion graphics](#) de la serie y el [casting](#).

Capítulo	Tema
1	Gordofobia
2	Estándares de belleza
3	CiberBullying
4	Friend Zone
5	Cuada2
6	Influencers
7	Gritos colectivos contra el machismo

Se Inició la etapa de producción del primero de siete (7) capítulos, cuyo corte final fue aprobado manteniendo la estructura del formato y así se procedió a con la realización de los seis (6) capítulos siguientes.

Paralelamente se desarrolló la etapa de postproducción, para la cual se revisaron y aprobaron los [cortes finales](#) de cada capítulo. Una vez aprobados los cortes, se finalizó y [masterizó](#) para revisión y aprobación de control de calidad cumpliendo con los parámetros técnicos exigidos.

Finalmente y paralelamente a la etapa de postproducción se desarrollan las piezas [multiplataforma](#) que comprenden de 7 piezas, completando así los entregables para la entrega del [Libro de producción](#) final del proyecto y su correspondiente [Material audiovisual](#).

La serie se estrenó el 27 de noviembre de 2023, de lunes a viernes por Capital, a las 4:00 pm y 7:00 pm y por Eureka: 6:00 p.m. y 8: 00 pm

Todos los capítulos de la serie al final llevan la cortinilla del preventivo de FUTIC indicado.

El primer capítulo emitido fue el #1 Gordofobia.

ANIMALAX SEGUNDA TEMPORADA

Animalxs, No estamos locxs segunda temporada, es una serie documental animada, de 13 capítulos de mínimo 5 minutos cada uno, que aborda de manera íntima temas que han sido tabú alrededor de la salud emocional/mental en la adolescencia y que son relatadas desde la propia voz de los jóvenes. En ella se cuentan los miedos, dolores, culpas, angustias, frustraciones, que ha experimentado un grupo diverso de adolescentes y jóvenes bogotanos en la búsqueda de su estabilidad socioemocional y bienestar mental desde su rol como adolescentes en nuestra sociedad.

Un grupo diverso de animales de la capital -que representa a los adolescentes bogotanos- relata sus vivencias en torno a sus emociones y experiencias relacionadas con su salud mental/emocional en la ruta a asumirse como ciudadanos que cuestionan, actúan y toman decisiones. Así cada personaje relata las vivencias en torno a hábitos sociales o emocionales, la presión social por parte de sus compañeros, la exploración de su propia identidad, la influencia de los medios de comunicación, la imposición de normas, la intimidación, entre otras, y los sentimientos hacia aquellas personas que

han ayudado y/o obstaculizado la búsqueda de su estabilidad emocional/mental y el desarrollo de sus aspiraciones, sus sueños y cómo se ven en su propio proyecto de vida, haciendo parte de una sociedad que les acepta y les permite desarrollarse plenamente.

Cada capítulo es además el resultado de un taller de creación de personajes con los protagonistas, quienes se identifican con un animal (o la combinación de varios) para representar las cualidades, características, miedos y habilidades de su tótem interior: 'el animal tótem' acompañado de la voz y expresión única de su identidad en cada episodio y el que les acompañará a empoderarse y a descubrir aspectos de su personalidad y de la sociedad en la que habitan.

Esta serie desarrolla las historias de adolescentes con base en sus vivencias y las situaciones que los ha llevado a verse expuestos a riesgos sobre su salud mental impidiendo el disfrute de la experiencia de la vida y de sus relaciones con los demás y la posibilidad de tomar decisiones autónomas, como resultado de la falta de reconocimiento y tratamiento adecuados que no les permite regular sus emociones lo suficiente para gestionar las situaciones difíciles.

Además del componente televisivo, contiene insumos para las redes sociales y plataformas de CAPITAL que permitan interpelar y motivar la conversación con la audiencia.

El diseño de producción fue ajustado según las etapas que contemplan el desarrollo de la serie y se estableció el modelo de trabajo en la [formulación operativa](#), con la actualización del cronograma, el presupuesto, el equipo humano y técnico del proyecto.

Durante el desarrollo se ajustó la [formulación creativa](#) del proyecto, en la cual se estableció principalmente la estructura narrativa tipo de serie, se definió el tratamiento de personajes principales, el diseño del cubrimiento temático, el tratamiento audiovisual y se planteó la investigación. Allí mismo quedó definida la propuesta multiplataforma con la descripción y número de piezas.

Se elaboraron las [fichas de investigación](#) definiendo el tema general de la serie y de cada capítulo, así como los subtemas, enfoque y personajes. Posteriormente se escribieron los [guiones](#) de los 13 capítulos de la serie, acorde al desarrollo de la formulación creativa, así como la [propuesta de arte](#) de la serie.

Capítulo	Tema
1	Trastornos del sueño
2	Bullying de adultos a estudiantes
3	Autolesiones
4	Trastornos de alimentación
5	Suicidio
6	Violencia psicológica intrafamiliar
7	Bullying entre pares
8	Trastornos de aprendizaje
9	Ideaciones suicidas
10	Estereotipos de belleza
11	Trastornos depresivos
12	Dependencia emocional por relaciones tóxicas
13	Tristeza y baja autoestima por Cyberbullying

Se Inició la etapa de producción del primero de trece (13) capítulos cuyo corte final fue aprobado manteniendo la estructura del formato y así se procedió a con la realización de los doce (12) capítulos restantes.

La etapa de postproducción se desarrolló paralelamente, para la cual se revisaron y aprobaron los [cortes finales](#) de cada capítulo. Una vez aprobados los cortes, se finalizó y [masterizó](#) para revisión y aprobación de control de calidad cumpliendo con los parámetros técnicos exigidos.

Finalmente y paralelamente a la etapa de postproducción se desarrollan las piezas [multiplataforma](#), completando así los entregables para la entrega del [Libro de producción](#) final del proyecto y su correspondiente [Material audiovisual](#).

La serie se estrenó el 16 de octubre de 2023 por eureka Tu Canal de lunes a viernes a las 6:00 p.m. y 8:00 p.m., fines de semana a la 1:00 p.m. y 8:30 p.m., y por canal Capital de lunes a viernes a las 4:00 p.m. y 7:00 p.m. y sábados y domingos a las 2:00 p.m.

Todos los capítulos de la serie al final llevan la cortinilla del preventivo de FUTIC indicado.

CAPITAL AHORA

AHORA es un proyecto de contenidos periodísticos multiplataforma (crossmedia) que pretende innovar desde una clave digital y con narrativas que conecten desde lo hiperlocal hasta la Bogotá

región, teniendo como aliados los observatorios distritales y la academia. Tiene en cuenta como ejes transversales la diversidad y la perspectiva poblacional para ampliar el pluralismo informativo y las miradas que ofrece, como medio público, sobre la realidad.

AHORA también cuenta con un segmento que aborda los principales hechos del acontecer de la ciudad de manera precisa, aunque no pretende ser un informativo tipo última hora y que lidera las "chivas periodísticas". Tampoco busca la inmediatez o la primicia en el registro. AHORA cree en el periodismo como el narrador de la democracia, el garante de la libertad de expresión y el oficio de contar historias de no ficción.

AHORA es una apuesta en la que se consolidan procesos iniciados en Capital y que optimiza las maneras de crear contenidos para las audiencias de hoy apropiando los conceptos y significados de la narración crossmedia. Atiende la necesidad de convergencia y se adapta a las nuevas lógicas y rituales de consumo audiovisual y digital. AHORA es un proyecto de convergencia en la medida que articula los contenidos sonoros, audiovisuales y digitales y propone una arquitectura interna que piensa de manera transversal y estratégica en los desafíos de hacer contenidos informativos y de análisis innovadores.

Durante el cuarto trimestre del 2023, las acciones han estado dirigidas a la 1. Producción y seguimiento de los componentes AHORA, al desarrollo de más 2. Especiales AHORA y el desarrollo de los contenidos restantes de la 3. Estrategia de contenidos AHORA VOTE a propósito de las Elecciones regionales 2023. Para cada una de estos desarrollos, se desglosan los avances e hitos durante el periodo reportado:

1. PRODUCCIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS COMPONENTES AHORA

Dando continuidad a los procesos de producción de los componentes AHORA al aire, durante el período reportado se desarrollaron las actividades inherentes así:

1.1. Para AHORA, el programa de análisis diario para televisión abierta, se mantiene la actualización continua de los Formatos de producción y editoriales (diaria o semanal) como base para el desarrollo procesos de producción unificados y eficientes:

1.1.1. Cronograma temático. En donde se proyecta la programación de los temas de cada uno de los componentes televisivos del proyecto con su referencia temática, periodista asignado, categoría temática y población relacionada con la temática.

1.1.2. Continuidades diarias. Que son la hoja de ruta para las emisiones en directo de cada día.

1.1.3. Formato de enfoques temáticos. En el que el equipo líder Editorial, consignaba los lineamientos conceptuales, enfoques y fuentes para orientar la investigación una vez se asigna a periodistas.

1.1.4. Fichas de investigación de cada uno de los capítulos, desarrolladas por los periodistas para la revisión y aprobación por parte del equipo editorial y que fueron la base para la producción completa de cada capítulo.

1.1.5. Textos diarios de apertura y cierre de programa. Redactados para el teleprompter del presentador

1.1.6. [Cronograma semanal de producción periodística de AHORA](#) para los contenidos monotemáticos diarios en televisión. Este formato se proyectó de manera semanal correspondiendo a un mes de procesos de producción a surtir antes de la salida al aire de cada programa diario, es decir, este cronograma indicó las asignaciones para cada periodista durante un mes hasta la salida al aire del programa y se cumplió sin novedades.

1.1.7. Proyección de los formatos compartidos de [Asignaciones diarias de graficación](#) y Formato compartido de [Asignaciones diarias de edición](#), en estos formatos se actualizaron de manera semanal las asignaciones que proyecta para la semana siguiente de acuerdo a los requerimientos fijos y variables de postproducción del proyecto.

1.2. Para el final del período reportado, se han producido para televisión abierta un total de 189 horas de contenido para señal abierta. Se puede ver la relación por mes en el [Formato de reporte de horas por mes](#) y los [Resultados de audiencias](#) para este último trimestre.

1.3. Respecto al componente de visualización de datos, todos los [Archivos gráficos y animados de DATOS](#) del proyecto, se encuentran organizados por semanas.

1.4. En cuanto a la estrategia digital convergente, se apunta para este periodo al desarrollo de la [Estrategia SEO para Ahora un podcast](#). También se relacionan los [Logros](#) destacados de la estrategia convergente para este periodo.

2. ESPECIALES AHORA

Durante el trimestre reportado se llevaron a cabo los siguientes especiales:

2.1. Especial AHORA – 25 años de Maloka, ciencia, tecnología e innovación en alianza de contenidos con Maloka. Para este especial se desarrolló la [Escaleta](#) y [Paquete gráfico](#). Los resultados de las emisiones (1 original y 1 repetición) se pueden encontrar en el [Reporte de audiencias](#).



2.2. Se planteó y ejecutó la [Estrategia de cubrimiento de eventos deportivos](#) del trimestre para los formatos AHORA y el [Plan de trabajo para Juegos Nacionales y Paranales](#)

2.3. Por último se proyectó la [Estructura del formato AHORA Futuros posibles](#), una serie de 8 resúmenes de las agendas de Bogotá vigentes para 2024 emitidos entre el 18 y el 18 de diciembre y un especial pedagógico sobre la estructura del Gobierno Distrital emitido el 29 de diciembre a propósito de la posesión de Alcaldía y Concejo. Los temas de los especiales se encuentran en el Formato de Cronograma temático general (punto 1.1.1.)

3. ESTRATEGIA DE CONTENIDOS AHORA VOTE

Dando continuidad a la estrategia AHORA VOTE a propósito de las Elecciones regionales 2023, durante este período se llevaron a cabo las acciones encaminadas a la producción de los dos últimos componentes Debate y Cubrimiento Jornada Electoral, así:

3.1. Debate con los candidatos a la Alcaldía de Bogotá – 10 de octubre – Aula Máxima Luis Córdoba Mariño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano – Transmisión de 2 horas en directo.

Al debate se presentaron 8 de los 9 candidatos a la Alcaldía de Bogotá, el mismo se basó en una [Estructura base](#) a partir de la cual se desarrolló la [Escaleta general](#), el planteamiento de algunas de las [Preguntas se realizó en trabajo aunado con Aliados de la Academia](#) y otra se basaron en el trabajo

realizado con el [Consejo Distrital de Paz - Viva la Ciudadanía - MOE](#) dando como resultado el [Libreto final del debate](#).

El trabajo realizado con las Universidades, quedó compilado en unas carpetas de [Materiales de los talleres](#) por aliado, con contenidos muy interesante que sirvieron como insumos para el trabajo general.

Así mismo se contó con los Resultados de la [Encuesta de percepción ciudadana a estudiantes](#) que tuvo una participación total de 150 personas, este insumo fue determinante también en la elaboración de contenidos con enfoque joven.

La asistencia al Auditorio fue de aforo completo (250 personas), en el auditorio se proyectaron los Logos de aliados





ALIADOS

VIVA
la ciudadanía

UTADEO
UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO

IXTITUTO
POLÍTICA ABIERTA


UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

POLI
POLITÉCNICO
GRANCOLOMBIANO

 **UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**
—SEDE PRINCIPAL BOGOTÁ—

 **UNIAGUSTINIANA**
Es creer en ti

 **Universidad de La Sabana**

Respecto a la difusión del Debate se realizaron: [Nota de prensa](#) referente al debate, [Diseños para promocionar el debate](#), [Promo Digital del debate](#), Numeral del debate: #BogotáDebateAHORA y [Estrategia digital](#) para ese día

3.2. Respecto a las Jornada Electoral del 29 de octubre se proyectó un [Plan de contenidos](#) para entregas durante todo el día, todo el [Paquete de plantillas gráficas por categorías](#) (Alcaldía de Bogotá, Concejo de Bogotá, Región metropolitana, Gobernación de Cundinamarca y Colombia), [Maqueta de contenidos](#) previos al conteo, el [Brief](#) para promoción, [Diseño gráfico](#) y [Estrategia digital](#) cuyos [Reporte de resultados](#) y [Métricas](#) fueron positivas.

3.3. Por último se realizó un [Plan de cubrimiento de la Posesión](#) del Gobierno Distrital del 1 de enero.

CRÓNICAS

LOMAS (Anteriormente denominado Proyecto Crónicas Capital)

Lomas (anteriormente denominado Proyecto Crónicas), es una serie documental de 8 capítulos audiovisuales y 8 versiones complementarias para podcast que busca hacer un retrato de los cerros de Bogotá a través de las voces de las comunidades que los habitan y luchan por ellos. Entre paisajes sonoros, calles y senderos y las entrañas de las montañas capitalinas, vemos y escuchamos las historias de quienes han transformado el paisaje elevado que abraza esta ciudad. En cada capítulo abordamos historias diversas, incluyentes y pluriculturales.

A modo de crónica, las historias prevalecen la voz de la ciudadanía y su entorno, las narrativas estéticas serán dictadas por cada historia, su color, su sonido, su composición serán tan diversas como las historias mismas.

Luego de una [investigación y producción](#) donde recopilamos información de habitantes, líderes sociales, historiadores, representantes de fundaciones ambientales y entidades distratales, producimos 8 capítulos enmarcados así:

Lomas | Capítulo 1: Voces que transforman los cerros de Bogotá:

Historias localizadas en los cerros de Bogotá donde se mostrarán relatos que den cuenta de la región plural, incluyente y diversa, metropolitana pluriétnica y multicultural. Voces de diferentes localidades, entre expertos ambientales, historiadores y habitantes, nos cuentan cómo es la vida diaria, la conservación y la historia de los cerros que rodean la ciudad de Bogotá. Generalidades de los 7 cerros que vamos a desglosar en el transcurso de la serie.

Lomas | Capítulo 2: Cerro Norte:

Cerro Norte comprende 7 barrios de la localidad de Usaquén y desde hace varios años se viene convirtiendo en un territorio que quiere conservar y proteger las tradiciones y culturas de las personas que hoy lo habitan. Tradiciones y arraigo campesino, protección y cuidado de los recursos obtenidos de la tierra darle trascendencia al concepto de la soberanía alimentaria. Historia de Cerro Norte y cómo se conecta con sus habitantes alrededor de 7 barrios de la capital.

Lomas | Capítulo 3: Las Moyas:

Las Moyas se encuentra en la parte de atrás del Páramo de Sumapaz, conocido también como el páramo más grande del mundo. Goza de gran variedad de fauna y flora y colinda con 5 barrios de Bogotá: San Isidro, San Luis, La Esperanza, La Sureña y Bosques de Bellavista. Su nombre se debe a la conformación de rocas gigantes con la forma particular denominadas las moyas que eran un centro de pago muisca y un centro de poder que cuidaba la sabana de Bogotá. Las Moyas como parte del páramo de Sumapaz y resguardo de indígenas muisca que conserva no solo el ecosistema natural sino las tradiciones y costumbres de este asentamiento indígena de la sabana de Bogotá.

Lomas | Capítulo 4: Acuabosques:

En la vía a La Calera se encuentra un barrio que se llama Bellavista. Su nombre se debe a que tiene una vista privilegiada hacia el bosque y hacia la ciudad. Tiene un acueducto propio y por ello se conoce mejor como Acuabosques de Bellavista. Es uno de los barrios en los cerros que goza de tranquilidad y seguridad entre sus habitantes. A raíz de la violencia en diferentes zonas aledañas a la ciudad, en la década de 1950, el Ejército Nacional, llevó a ese lugar a personas desplazadas y fue así como hicieron sus asentamientos. A cambio del "rescate" del conflicto, le pedían a la comunidad explotar las canteras para la construcción de viviendas y de lo que hoy se conoce como el Cantón Norte. Bellavista como parte de la historia de Bogotá y la construcción de una comunidad autocuidadora.

Lomas | Capítulo 5: Entre Nubes:

El Parque Distrital Ecológico de Montaña Entrenubes, ubicado aproximadamente a 3.105 metros sobre el nivel del mar y hace parte de 3 localidades de Bogotá: Rafael Uribe, Usme y San Cristóbal. Es un mirador desde donde se aprecia la magnitud de la ciudad. Tuvo asentamientos ilegales de vivienda y a raíz de esto, el distrito hizo un trabajo social de reubicación de las familias que allí habitaban para trasladarlos a otros lugares de vivienda y recuperar la zona de la cuenca del lugar. Sin embargo, el parque se convierte en un espacio de disfrute para la comunidad aledaña a estas 3 localidades y allí se generan unos movimientos sociales que llevan a la comunidad a transitar por esta zona y así mismo generar sentido de pertenencia para su conservación y cuidado. El Parque Entrenubes como interconector de 3 localidades de Bogotá donde la comunidad se asocia para su conservación y cuidado generando sentido de pertenencia con la zona.

Lomas | Capítulo 6: Quebrada La Vieja:

La Quebrada La Vieja, es tal vez uno de los senderos más conocidos que tiene la ciudad de Bogotá. Está en la localidad de Chapinero y es de las mejores opciones para que locales y extranjeros se conecten con el ecosistema natural y se desconecten del caos ciudadano. Es un puente natural entre el bosque y la ciudad. Gracias a el Acueducto de Bogotá, se abrió el paso del túnel por la quebrada para que los caminantes puedan disfrutar el ecosistema. La Quebrada La Vieja es uno de los senderos que permite la conexión entre el bosque y la ciudad.

Lomas | Capítulo 7: Monserrate:

El Cerro de Monserrate es el cerro más visitado ya que se ha convertido en un atractivo turístico de locales y extranjeros en la ciudad de Bogotá. Tiene 2.600 escalones en su acceso peatonal por la Av. Circunvalar. Tiene gran afluencia de visitantes durante todo el año, sobre todo en la época de Semana Santa. Desde la cima, goza de una vista privilegiada de toda la ciudad de Bogotá y de variedad gastronómica. La iglesia que se alza en la cumbre, es una de las postales más icónicas que tiene la

ciudad. Además desde cualquier punto de la ciudad, Monserrate sirve como punto de referencia de ubicación. Monserrate como uno de los cerros íconos y simbólicos de Bogotá.

Lomas | Capítulo 8: Cerros de Suba:

Cerros de Suba, hacían parte del antiguo resguardo indígena de la comunidad muisca de Suba. En la década de 1950, anexaron esta zona al área metropolitana de Bogotá, lo que generó que personas ajenas a la comunidad muisca llegaran a apropiarse del territorio y a poner a su servicio del trabajo de los nativos de la zona. La contra parte de los muiscas era una familia de apellido Reyes que eran propietarios de una parte de los cerros y tenía permisos para explotar carbón de la zona. Cerros de Suba donde convive la cultura y tradiciones de los indígenas muiscas con las formas de vida de lo que ellos llaman colonos.

A diciembre de 2023, el proyecto quedó finalizado con los 8 episodios emitidos tanto en señal abierta como en sus versiones en podcast, así como el libro de producción completo.

AUDIENCIAS CAPITAL

Para este cuarto trimestre del año 2023, del proyecto Audiencias Capital, seguimos tomando como punto de partida uno de los objetivos principales de Capital, sistema de comunicación pública de Bogotá región, poner a la ciudadanía en el centro de todo nuestro trabajo, convirtiéndonos en un escenario de comunicación plural. Eso significa que, aquí, la ciudad habla a través de la diversidad de sus voces.

Para nosotros en Audiencias Capital fue indispensable abrir espacios de encuentro, de conversación y de debate público sobre lo que se esta emitiendo por la señal abierta de Capital y los contenidos que se emiten por las redes y plataformas digitales.

De esta manera hemos ido fortaleciendo nuestra comunicación con las audiencias, recibiendo y atendiendo los mensajes que nos envían al correo electrónico defensoria@canalcapital.gov.co, con sus quejas, reclamos, opiniones, felicitaciones y sugerencias.

Adicionalmente, en Audiencias Capital migramos a buscar a nuestros televidentes, a los comentarios que nos van dejando en las redes y plataformas oficiales de Capital, Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, Tik Tok. Al llegar a las Audiencias de esta forma, nos acercamos a sus modos de ver y de sentir lo que están viendo en las pantallas de Capital y del Canal Eureka.

Número de Capítulo	Fecha	Título	Invitados	Link del capítulo
Cap-40-2023	7 de octubre de 2023	LA MIRADA DE GEYBER APONTE SOBRE LA TRANSPARENCIA INFORMATIVA EN CAPITAL	GEYBER APONTE-TELEVIDENTE DE CAPITAL	https://www.youtube.com/watch?v=g4MuLvuoTdY

Cap-41-2023	14 de octubre de 2023	EUREKA Y EL METRO DE BOGOTÁ: LA VISIÓN DE UN COLOMBIANO DESDE EL PERÚ	DANIEL RUÍZ, TELEVIDENTE DE CAPITAL	https://www.youtube.com/watch?v=gJe64eK7Zgo
Cap-42-2023	21 de octubre de 2023	CUANDO CANAL CAPITAL Y EL JAZZ TE SALVAN UNA TARDE DE DOMINGO	TATY SERGI-TELEVIDENTE DE CAPITAL	https://youtu.be/bXrJUO8hhRI
Cap-43-2023	28 de octubre de 2023	CAMPAÑA A LA ALCALDÍA: LAS AUDIENCIAS VOTAN, CAPITAL INFORMA	GIOVANNY BENAVIDES-TELEVIDENTE DE CAPITAL	https://youtu.be/3pTNffdMxyk
Cap-44-2023	4 de noviembre de 2023	DIANA GRIMALDO Y LOS MONÓLOGOS DE SANTIAGO RIVAS	DIANA GRIMALDO-TELEVIDENTE DE CAPITAL DESDE LA FLORIDA	https://www.youtube.com/watch?v=5OwJSwJ18eA
Cap-45-2023	11 de noviembre de 2023	ANIMALXS SEGUNDA TEMPORADA, SERIE CAPITAL SOBRE LA SALUD MENTAL	CAROLINA ROBLEDO-PRODUCTORA DE CONTENIDOS DEL CANAL EUREKA	https://www.youtube.com/watch?v=_JLH0j8d97E&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fwww.canalcapital.gov.co%2F&source_ve_path=OTY3MTQ&feature=emb_imp_woyt
Cap-46-2023	18 de noviembre de 2023	DIVERSIDAD EN CANAL CAPITAL: LA PERSPECTIVA DE UNA CIENTIFICA COLOMBIANA DESDE LA ARGENTINA	MÓNICA TÁQUEZ-TELEVIDENTE DE CAPITAL DESDE ARGENTINA	https://www.youtube.com/watch?v=4TQpZMv5Asw&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fwww.canalcapital.gov.co%2F&source_ve_path=OTY3MTQ&feature=emb_imp_woyt
Cap-47-2023	25 de noviembre de 2023	CONVERSANDO CON LUISA JIMÉNEZ SOBRE CANAL CAPITAL, CIRUGÍAS ESTÉTICAS Y AUTOESTIMA	LUISA JIMENEZ-TELEVIDENTE DE CAPITAL	https://www.youtube.com/watch?v=eQilGR1MzDo
Cap-48-2023	2 de diciembre de 2023	EUREKA: UN CANAL PARA LA INCLUSIÓN, LA CONVERSACIÓN Y EL APRENDIZAJE EN FAMILIA	MIGUEL GÓMEZ-TELEVIDENTE DEL CANAL EUREKA DORIS HINCAPIÉ-MADRE DE MIGUEL	https://www.youtube.com/watch?v=lurQUyp-410
Cap-49-2023	9 de diciembre de 2023	CANAL CAPITAL: CUATRO AÑOS DE PARTICIPACIÓN CON INNOVACIÓN Y CONTENIDOS TRANSFORMADORES	JERSON PARRA-DIRECTOR OPERATIVO DE CAPITAL	https://www.canalcapital.gov.co/audiencias-capital

Cap-50-2023	16 de diciembre de 2023	CAPITAL: CUATRO AÑOS DE RETOS Y TRANSFORMACIONES	ANA MARÍA RUÍZ-GERENTE DE CAPITAL	https://www.canalcapital.gov.co/audiencias-capital
Cap-51-2023	23 de diciembre de 2023	CAPITAL: MÁS ACCESO A LA INFORMACIÓN PARA LAS PERSONAS SORDAS Y CON BAJA AUDICIÓN	HENRY MEJÍA	https://www.canalcapital.gov.co/audiencias-capital
Cap-52-2023	30 de diciembre de 2023	CAPITAL Y EL PERIODISMO CON ENFOQUE DE GÉNERO	DIEGO BONILLA	https://www.canalcapital.gov.co/audiencias-capital

En este cuarto trimestre de las emisiones del programa Audiencias Capital, el mayor porcentaje de los capítulos se ha hecho con los televidentes, tomando como punto de partida sus mensajes, preguntas, quejas, opiniones y comentarios. Todo con el fin de escuchar y atender sus requerimientos y hacer valer los derechos del televidente y la responsabilidad del canal sobre los contenidos que son difundidos.


Evidenciamos que para nuestras audiencias es muy gratificante cuando llegamos a ellos, cuando tomamos en cuenta sus percepciones y sus formas de pensar y entender los contenidos que se emiten en la parrilla de programación de Capital y lo más importante, que detrás de cada comentario, de cada mensaje hay personas de carne y hueso que tienen una historia para contarnos.

1.2 Línea de inversión fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada, para la producción, emisión y transporte de la señal

EQUIPO O ACTIVIDAD	Fondo Único del TIC					
	Asignado	Comprometido	Pagado de lo comprometido	Saldo por pagar de lo comprometido	Saldo por comprometer	Saldo por ejecutar
Adquisición bienes y equipos tendientes a la mejorar la capacidad tecnológica instalada de televisión	400.000.000	399.636.377	399.636.377	-	363.623	363.623
TOTAL INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	400.000.000	399.636.377	399.636.377	-	363.623	363.623

EQUIPOS O ACTIVIDAD	CANTIDADES O ACTIVIDADES PROYECTADAS	CANTIDADES O ACTIVIDADES ADQUIRIDAS O REALIZADAS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PROYECTADOS VS ADQUIRIDOS O REALIZADOS)
Generador de sincronismo	1	1	100%
Servidor de almacenamiento NAS con funcionalidad MAM	1	1	100%
TOTAL	2	2	

1.2.1 Descripción del avance de la ejecución de esta actividad

PROGRAMA	AVANCE DE EJECUCIÓN
Servidor de almacenamiento NAS con funcionalidad MAM	<p>El Canal suscribió un contrato de compraventa, para la adquisición de una solución integral de almacenamiento, cuya ejecución inició el día 30 de mayo de 2023, cumpliendo satisfactoriamente con el cronograma de ejecución de actividades establecido en la ficha de inversión, dando cuenta de ello la entrada del equipo al almacén el día 25 de septiembre de 2023, tal como se evidencia en la siguiente imagen.</p> <p>Posterior al ingreso del equipo al almacén se procedió a su instalación y puesta en funcionamiento.</p>
	
	<p>Con la adquisición de este equipo el Canal podrá contar con múltiples funcionalidades comparables con las de MAM (Media Asset Management por sus siglas en inglés), algunas de sus funcionalidades son: a) Crear proxies para visualización a través de web browser, b) Crear tasas de transferencia alta, c) protección sobre proyectos de</p>

edición, **d)** creación de usuarios con asignación de roles, **e)** gestión y administración de almacenamiento asignado a proyectos, **f)** edición a través de web browser con usuarios ilimitados, **g)** licenciamiento vitalicio, **h)** plugin para software de edición, entre otros, lo que permitirá mejorar y optimizar los flujos de trabajo en postproducción.

Así mismo, el día 31 de agosto de 2023, inició ejecución un contrato de compraventa mediante el cual el Canal adquirió un generador de sincronismo, cuyo objetivo es centralizar la generación de este al master de emisión, master de producción, in/Out, tráfico, sala de redacción y salas de edición y graficación. El Canal cumplió satisfactoriamente con el cronograma de ejecución de actividades establecido en la ficha de inversión, dando cuenta de ello la entrada del equipo al almacén el día 22 de noviembre de 2023, tal como se evidencia en la siguiente imagen.

		ENTRADA ALMACEN		CÓDIGO: AGRI-SA-FT-043 VERSION: 1 FECHA DE APROBACIÓN: 02/11/2016 RESPONSABLE: SERVICIOS ADMINISTRATIVOS			
ORIGEN	NIT/Identificación: 900.348.479-4 Razon Social/Nombre: ADEL LATAM SAS			Fecha: 22/11/2023	No. Entrada: 53		
DESTINO	Identificación responsable: 1014241966			Concepto	COMPRAS GENERALES		
	Nombre responsable: RIVERA RUNTA WILSON FELIPE			Tipo Contrato	CONTRATO		
	Código Ubicación: 1038			Número Contrato	466 - 31/08/2023		
	Nombre Ubicación: BODEGA			Documento Proveedor	FACTURA FE 504		
				Fecha		16/11/2023	
Bienes de: PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO							
IL	Placa	Descripción	Cuenta	Nombre Cuenta	Est.	Valor	
1	1006292	GENERADOR DE SINCRONISMO Y DISTRIBUCION MARCA ALBALA, INCLUYE: 2 MODULOS GPS3003C02 PLACA PRINCIPAL, 1 PLACA TRASERA GPS3002P06, 2 OPCION GPS3003C02SW1, OPCION GPS3003C02SW2 Y OPCION GPS3003C02SW3, 2 MODULOS HTG3001C01 GENERADOR DE SINCRONISMOS, 3 MODULOS AVD3001C03, 1 MODULO TTD3000C03, 2 MODULOS AAD3000C02, 1 MODULO VCT3000C13, 1 CHASIS DE 19 PULGADAS UR3000R01 Y 3 RU, 2 MODULOS PSU3300C01, 1 PLACA TRASERA PSU3300P02, 1 MODULO TLE3001C01, OPCION TLE3001C02SW1, 2 ANTENAS VIC-100 + KIT DE MONTAJE ANTENA VIC-100 Y KIT DE MONTAJE PARA GPS300XC0X, 2 PROTECTORES DE DESCARGAS PARA GPS, 2 EXTENSIONES LRM600 DE N MACHO A N MACHO X 30M, 2 EXTENSIONES LRM200 DE N MACHO A SMA X 1M, INSTALACION, CAPACITACION Y SOPORTE DE 12 MESES.					99,913,446.00
						SubTotal PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO: 99,913,446.00	
						TOTAL DOCUMENTO: 99,913,446.00	
Son: Noventa y Nueve Millones Novecientos Trece Mil Cuatrocientos Cuarenta y Seis Pesos							
Observación: El supervisor del contrato tramita documentacion completa para ingreso al Almacen el 21 de noviembre del 2023. La presente Entrada al Almacen corresponde al primer y unico pago del contrato. Se anexa carta de garantia, informe de instalacion y registro fotografico del equipo adquirido. Bienes adquiridos con recursos FUTIC.							
Firma Recibe:  1014241966 RIVERA RUNTA WILSON FELIPE							

Generador de Sincronismo

Con la suscripción de los dos (2) contratos citados anteriormente, el porcentaje de ejecución del total del rubro asignado para el **FORTALECIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA** es del 100%.

1.3 Línea de inversión estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión, que permitan el conocimiento de las audiencias.

ESTUDIOS O ACTIVIDAD	Fondo único de TIC					Recursos propios/ Terceros			
	ASIGNADO	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL ESTUDIOS CONOCIMIENTOS AUDIENCIAS	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ESTUDIOS O ACTIVIDAD	ESTUDIOS O ACTIVIDADES PROYECTADAS	ESTUDIOS O ACTIVIDADES REALIZADAS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PROYECTADOS VS O REALIZADOS)
N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL	0	0	0

1.3.1 Descripción del avance de la ejecución de esta actividad

(Describir las actividades realizadas para el desarrollo del programa en el periodo presentado, incluyendo justificación y alcance)

1.4 Línea de inversión formación y capacitación para el fortalecimiento de los operadores públicos.

CAPACITACIONES O ACTIVIDAD	Fondo único de TIC					Recursos propios/ Terceros			
	ASIGNADO	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL CAPACITACIONES O ACTIVIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0

CAPACITACIONES O ACTIVIDAD	CAPACITACIONES O ACTIVIDADES PROYECTADAS	CAPACITACIONES O ACTIVIDADES REALIZADAS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PROYECTADOS VS O REALIZADOS)
N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL	0	0	0

1.4.1 Descripción del avance de la ejecución de esta actividad

(Describir las actividades realizadas para el desarrollo del programa en el periodo presentado)

1.5 Línea de inversión recuperación, preservación, digitalización y catalogación del patrimonio audiovisual.

ACTIVIDAD	Fondo único de TIC					Recursos propios/ Terceros			
	ASIGNADO	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR	COMPROMETIDO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR EJECUTAR
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL ACTIVIDAD	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ACTIVIDAD: RECUPERACIÓN, PRESERVACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y CATALOGACIÓN	No. DE ARCHIVOS PROYECTADOS	No. DE ARCHIVOS REALIZADOS	% AVANCE DE EJECUCIÓN (PROYECTADOS VS O REALIZADOS)
N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL	0	0	0

1.5.1 Descripción del avance de la ejecución de esta actividad

(Describir las actividades realizadas para el desarrollo del programa en el periodo presentado)

1.6 Línea de inversión operación y funcionamiento

ACTIVIDAD	Fondo único de TIC					
	ASIGNADO	COMPROMETIDO	Pagado de lo comprometido	saldo por pagar (cxp)	Saldo por reintegrar	Saldo por ejecutar
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO MARZO	867.041.187	319.708.367	319.708.367	-	-	-
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO ABRIL	-	325.021.417	325.021.417	-	-	-
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO MAYO	-	222.311.403	222.311.403	-	-	-
TOTAL ACTIVIDAD	867.041.187	867.041.187	867.041.187	-	-	-

1.6.1 Descripción del avance de la ejecución de esta actividad

(Describir las actividades realizadas para el desarrollo del programa en el periodo presentado)

- Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal del operador, de la totalidad de programación financiada. (ANEXO).**

Anexo 1 folio: Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante Res 016

3. CONVOCATORIAS PÚBLICAS REALIZADAS:

NOMBRE CONVOCATORIA	FECHA		MEDIO DE DIVULGACIÓN	PROGRAMA O FORMATO CONVOCADO	PROponentes	GANADOR	CTO	CANTIDAD DE CAPÍTULO Y DURACIÓN	TEMÁTICA	VALOR
	INICIO	CIERRE								
Convocatoria Pública CP 03	19/04/2023	10/05/2023	WEB / SECOP REDES SOCIALE	ROMPER ESTEREOTIPOS	CONTRAPUNTO GROUP SA	DESIERTO	N/A	N/A	N/A	N/A
				ROMPIENDO MOLDES	DIECISÉIS 9 FILMS SAS UNIÓN TEMPORAL GUOQUIFENOS SIMON SEIN	UNIÓN TEMPORAL GUOQUIFENOS	298/2023	7 cap x 10 min	Estereotipos	\$ 491.833.333
				FEMINISMOS Y NUEVAS MASCULINIDADES	ECHANDO GLOBOS SAS	ECHANDO GLOBOS SAS	299/2023	7 cap x 10 min	Equidad de género	\$ 491.767.500
Convocatoria Pública CP 02	30/06/2023	07/07/2023	WEB / SECOP REDES SOCIALE	ROMPER ESTEREOTIPOS	CONTRAPUNTO GROUP SAS. SIMON SEIN SAS. PUNTA MULATA SAS. BUENAVIDA FILMS SAS	PUNTA MULATA SAS.	363/2023	7 cap x 10 min	Diversidad	\$491.833.333.
TOTAL ACTIVIDAD										\$ 983.600.833 -

4. Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal del operador, de los bienes y equipos recibidos en la ejecución de la línea de inversión y fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada, para la producción, emisión y transporte de la señal.

Anexos 1 folio: Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal

5. Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal del operador, de los bienes y equipos recibidos en la ejecución de la línea de inversión estudios, investigaciones y mediciones dentro del marco del servicio de televisión, que permitan el conocimiento de las audiencias. **(No aplica para el presente plan de inversión).**
6. Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal del operador, de los bienes y equipos recibidos en la ejecución de la línea de inversión formación y capacitación para el fortalecimiento de los operadores públicos. **(No aplica para el presente plan de inversión).**
7. Certificado de recibo a satisfacción expedido por el representante legal del operador, de los bienes y equipos recibidos en la ejecución de la línea de inversión recuperación, preservación, digitalización y catalogación del patrimonio audiovisual. **(No aplica para el presente plan de inversión).**

8. ESTADO Y MANEJO DE LOS RECURSOS DE LA CUENTA BANCARIA

Banco BANCO DE OCCIDENTE

Cuenta de Ahorro No. 215-84494-5

MES	VALOR DE RECURSOS CONSIGNADOS	PAGOS REALIZADOS A TERCEROS	TRASLADOS POR CONCEPTO DE RETENCIÓN POR PAGOS A TERCEROS	GASTOS BANCARIOS	RENDIMIENTOS FINANCIEROS	RETEFUENTE	SALDO EXTRACTOS BANCARIOS
FEBRERO	-	-	0	-	-	-	-
MARZO	8.670.411.872	561.359.868	0	2.247.697,61	8.064.801,41	564.535,00	8.114.304.572,80
ABRIL		731.622.319	0	2.934.370	28.144.308	1.970.102	7.405.922.090,45
MAYO		675.197.639	0	2.708.115	26.160.312	1.831.223	6.752.345.425,51
JUNIO		693.544.892	0	3.378.702	22.100.217	1.547.016	6.075.975.032,32
JULIO		680.371.903	0	2.727.413	21.163.699	1.481.460	5.412.557.954,79
AGOSTO		928.469.750	0	3.719.179	18.929.318	1.325.051	4.497.973.292,11
SEPTIEMBRE		998.731.667	147.020.851	2.868.695	15.218.021	1.065.259	3.793.148.754,37 (*)
OCTUBRE		706.635.625	0	4.548.361	11.581.289	810.688	2.663.091.455,58
NOVIEMBRE		1.339.331.228	79.153.016,00	5.676.124	7.810.474	546.734	1.246.194.828,18
DICIEMBRE		1.097.968.965	0	3.737.335	3.222.777	225.596	147.485.708,71 (*)
ACUMULADO	8.670.411.872,00	8.413.233.856,00	226.173.867,00	34.545.992,47	162.395.216,18	11.367.664,00	
* Existe diferencia por valor de \$ 429.643.914. Que corresponde a pagos realizados en Sep.29/23, pero aplicados por la entidad financiera el Oct.01/23.							
* Existe diferencia por valor de \$ 168.281.385. Que corresponde a pagos realizados en Diciembre/23, pero aplicados por la entidad financiera en enero de 2024							

Valor legalizado a la fecha de presentación de este informe:

9. Extractos bancarios periodo y conciliación bancaria
Anexos 25 folios: 016 Conciliación Bancaria octubre 2023
016 conciliación Bancaria noviembre 2023
016 conciliación Bancaria diciembre 2023

10. Transferencia realizada: **(Reintegro de los Rendimientos financieros)**
Anexos 1 folio: 016 Soporte reintegro rendimientos 4to. Trimestre
11. Transferencia realizada: **(Reintegro de recursos no ejecutados a 31 de diciembre)**
Anexos 1 folio: 016 Soporte reintegro de recursos no ejecutados
12. Número de modificaciones realizadas al plan de inversión, e informar las fechas en las que se realizaron.
Modificación No 1: Radicada 21 de febrero de 2023
Modificación No 2: Radicada 14 de junio de 2023
Modificación No 3: Radicada 31 de julio de 2023
13. **Análisis del plan de inversión:**

Para esta vigencia hemos logrado convocar, contratar, producir, estrenar, emitir en su totalidad y circular contenidos de convergencia de 4 series centradas en diversas aristas de problemáticas de interés de la infancia y la adolescencia:

Animalxs- No estamos locxs- emprendió su segunda temporada luego de que la primera temporada fuera la serie con más premios internacionales en la historia de Capital y se centró en las problemáticas de salud emocional por la que transitan los adolescentes.

DiverGente, también centrada en el universo adolescente, desarrolla la temática de feminismos y nuevas masculinidades por la que tanto abogan muchos y muchas adolescentes de estas nuevas generaciones, la exploración de esta temática no se centra únicamente en la equidad de género desde la perspectiva de las chicas sino que enriquece la mirada con los cambios de rol que ocurren desde los chicos, una aproximación poco vista en la televisión nacional y que desde la perspectiva del servicio público aporta en los objetivos de desarrollo sostenible.

Rompiendo Moldes, de nuevo centrada en la audiencia adolescente, se atreve a relatar historias difíciles de chiques no binarios, es decir, que no se identifican ni con lo masculino ni lo femenino, ni con las opciones de gay o lesbiana sino más con identidades trans y fluidas que varían. Como vemos, en contraste con la serie anterior que se centra en lo binario, en los roles de chica y chico aquí aprendemos de la mano de adolescentes que viven en carne propia las dificultades, falta de reconocimiento y apoyo social de no tener roles definidos de chico o de chica. Lo que buscamos es poner sobre la mesa la temática con fines de diálogo intergeneracional para evitar el repudio y señalamiento que lleva a muchos de estos chicos, chicas y chiques a la depresión, ansiedad y al suicidio. es una serie con mucho contexto y con una investigación seria que busca darles la voz que pocos les dan para aprender a convivir mejor y a cuidar a nuestros adolescentes.

Finalmente No me etiquetes busca descubrir cómo es el tema de los estereotipo de género en los niños y niñas entre 12 y 15 años años, y cómo desde la educación que se da al seno de la familia y de las escuelas se promueve sexismo desde la selección de colores, juegos, juguetes, materias, profesiones y roles de comportamiento para niñas y niños, aquí vemos experimentos sociales donde podemos conocer diversas perspectivas de niños y niñas alrededor del tema.

Todas la series tienen en común la participación activa de niños niñas y adolescentes en diversos grados de implicación siendo Animalxs y Rompiendo Moldes las que cuentan con perspectivas y tratamientos que nacen desde las ideas e iniciativas de los propios chicos y chicas, también la insistencia en unos ejes temáticos que vienen sumando una colección temática muy definida a lo largo de los últimos dos años que le da una identidad definida a eureka y a la franja infantil y adolescente de Capital.

Adicionalmente se ha logrado estrenar tanto en redes sociales y streaming como en la pantalla de televisión teniendo en cuenta los consumos de los y las jóvenes de hoy, y contar con material exclusivo para la redes sociales en vertical que complementan los contenidos e invitan al intercambio de ideas y a la participación de las audiencias.

Es así como los contenidos producidos y emitidos este año cumplen con los objetivos de priorización de audiencias (infantiles y adolescentes) con el plan temático a partir de los ejes seleccionados y trabajados en conjunto con chicos y chicas de nuestro comité asesor Generación eureka y desde perspectivas editoriales complementarias que profundizan los ejes temáticos de manera paralela y diferenciada a la vez. así mismo como se ha dicho se logra la innovación a través de los mecanismos de participación, de la elección de temas complejos, incluso polémicos pero con contexto e investigación cuidadas y con convergencia pertinente para la audiencias. Todos los contenidos se han postulado a festivales internacionales especializados en televisión pública y televisión infantil a la espera de ser parte de la selección para este año.

Por otra parte, como proyecto de actualización de tipo digital-take up, AHORA es un proyecto que ubica a Capital a la vanguardia del ecosistema mediático de hoy. Le permite además, más y mejores formas de acercarse a sus audiencias y fortalecerse como medio público, en la medida que puede dialogar, reaccionar, poner en escena, dar marcos de sentido de lo que pasa en la ciudad y así, preservar el derecho de acceso a la información de todas/os.

En líneas generales los logros del proyecto fueron:

- Actualizar a Capital en las lógicas digitales y de convergencias de los medios de comunicación y a las demandas del ecosistema actual.
- Ampliar el pluralismo informativo desde una perspectiva diferencial de género hiperlocal y de género.
- Innovar en el tratamiento noticioso a partir del análisis de datos abiertos de Bogotá y en alianza con los observatorios distritales de la ciudad.
- Co-crear con estudiantes y universidades de la ciudad, contenidos crossmedia sobre diferentes agendas de la ciudad y que den cuenta de alianza creativa entre la academia y un medio público.
- Fortalecer la marca Capital sobre todo entre las audiencias jóvenes para consolidarse como una referencia de actualidad relevante.
- Explorar narrativamente las posibilidades de crear un flujo informativo diario constante , tipo crossmedia aprovechando los principios de los medios públicos y sus múltiples pantallas

Y es que AHORA reconoció un panorama de cubrimiento periodístico de la ciudad que necesitaba un mayor pluralismo de voces, una mayor representación de las diversas expresiones culturales existentes y su acontecer, así como una oportunidad para hacer periodismo de datos basada en el trabajo que realizan los 25 observatorios distritales.

Por esta razón se consolidó como un proyecto de innovación que co-crea contenidos convergentes (señal TV, digital y podcast) de la mano de aliados estratégicos y para tratar periódicamente los asuntos que más afectan la cotidianidad de las/los capitalinos. Desde una perspectiva ciudadana, se propuso desmitificar enunciados que se han arraigado en el imaginario y revelar respuestas a situaciones o temas aparentemente incomprensibles para la gente pero de gran impacto para la sociedad,

Creó contenidos respetuosos e incluyentes de todas las expresiones culturales y formas de vida y busca aportar elementos para el análisis del contexto desde una posición de defensa de la vida y los derechos humanos. Reconociendo la desigualdad estructural existente en la sociedad y por ello con una diferenciada perspectiva de género que protege y viabiliza a las mujeres y personas de los sectores LGBTIQ+ .

El pluralismo informativo fortalece el ecosistema mediático y el derecho al acceso a la información de la ciudadanía. Bogotá necesita un proyecto periodístico incluyente y diverso que pueda cubrir, explicar y narrar lo que pasa en la actualidad.

En la siguiente tabla se puede observar la diversidad de agenda y el pluralismo temático implementado en el año para el programa de análisis:

ENFOQUE	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MOVILIDAD	1 Metro en Bogotá	1 Día de la bicicleta - Política pública	1 Cobaltes, nuevos puentes y cultura ciudadana en Transilento			1 Zonas de parqueo pago	1 Vía al llano		12
	2 Desbordamientos por lluvias en Bogotá		2 Obras Calle 13			2 Retiros Avenida 68 y Avenida Ciudad de Cali (Informe Cartagena)	2 Metro de Bogotá 2		
	3 Impactos a la movilidad por eventos culturales					3 Aplicaciones movilidad			
SALUD	1 Consumo de sustancias psicoactivas y protocolos en los bares	1 Suicidios en población joven	1 Hábito en Bogotá (encuesta Consumo)	1 Población con obesidad	1 Fábrica de vacunas en Bogotá		1 Radiografía sobre de infraestructura en salud psicosocial	1 Cambios en los hábitos de consumo de sustancias psicoactivas	10
	2 El San Juan de Dios en la disputa de la salud						2 Grupos sociales en Bogotá desde una perspectiva de salud pública		
	3 Situación de salud en cárceles en Bogotá								
GÉNERO	1 Feminización de la pobreza en Bogotá	1 Actividades sexuales pagadas	1 Salud materna	1 Salud mental diferencial - política pública		1 Sistema integral de cuidado	1 25N: Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra las Mujeres - Violencias invisibles		7
	2 Violencia sexual en el marco del conflicto (Hemirred Dignidad víctimas de violencia sexual)								
CULTURA	1 Museos, ciudad y ciudadanía (Informe Día del Museo)			1 Radiografía de la comercialización de la coca en Bogotá - Festival Futuro Coca (Futuro)	1 Hip-hop en Bogotá	1 Habitantes de calle			8
	2 Mercado del arte en Bogotá			2 Radiografía de la industria audiovisual en Bogotá - Bogotáwood	2 Mincultura Impacto Bogotá				
POBLACIONES DIVERSAS	1 Atención integral en salud para personas trans y no binarias (Hemirred)	1 Bogotá sede de los Juegos Panamericanos - Accesibilidad	1 Comunidad Indígena Embarras en Bogotá (mujeres y niños)	1 Día Internacional de los Pueblos Indígenas - Autoridades indígenas			1 Acceso al mercado laboral población mayor	1 Cálculos indígenas en Bogotá - organización política Prom	16
	2 Día de la Afrocolombianidad	2 Asistidos - Nihil existencial (Hemirred Día mundial del refugiado)	2 Marchas trans (Yx marcha trans) - Enfoque infancia trans				2 Elecciones: Día mundial de la adopción - Radiografía adopción en Bogotá		
		3 Población mayor en Bogotá - Barreras	3 Inclusión laboral de los sectores sociales LGBTI en Bogotá (Dec. Transición)				3 Trabajo infantil		
		4 Violencias contra las personas LGBTIQ+ Abandono familiar y otras (laboratorio)	4 Hemirred: Día de la mujer afroafriana, afrocaribeña y de la diáspora (Día de la mujer afrodescendiente)						
		5 40 años de marchas LGBTIQ+ en Bogotá							
SEGURIDAD/ORDEN PÚBLICO	1 Bandas delincuenciales - operación y guerra territorial	1 Protesta social y política	1 Seguridad en las calles / percepciones y realidades - Bogotá cómo vamos -ética	1 Extensión a comerciantes				1 Balance gobierno distrital	6
		2 Sumapaz y orden público							
		3 Carabantes - problemáticas (dinámicas)	3 Radiografía matadero						
PAZ	1 Mujeres por la paz (Hemirred)	1 Huertas urbanas como acto de resistencia		1 Día Internacional Víctimas desaparición forzada	1 Universidades y construcción de Paz (EP, CEV, UBO)			1 Hemirred: Día Internacional Derechos Humanos - Reparación de víctimas del conflicto armado desplazados en Bogotá	6
		2 Zonas POET en Bogotá región							
MEDIO AMBIENTE		1 El abastecimiento de agua para Bogotá	1 Proyecto de ley de rallo/ sectores rillas	1 Río Bogotá	1 Tala de árboles en Bogotá		1 Ríos en Bogotá (Turismo, Pesca, etc)	1 Ciudades verdes o biodiversas	11
		2 Reducción de la huella			2 Calidad del aire en Bogotá		2 Impactos crisis climática		
		3 Transición energética de Bogotá			3 Humedales Bogotá				
EDUCACIÓN		1 Maternos en colegios		1 Crisis educación superior	1 Violencia entornos educativos	1 Eliminación de murallas en las universidades	1 Ciencia abierta en Colombia - Bogotá		9
		2 Radiografía de la educación en Bogotá			2 Programas de educación en cárceles		2 Universidad Distrital, descentralización y balance infraestructura colegios		
		3 Cumpre los Millones, barreras trans							
DEPORTES			1 Economía del deporte	1 Falta de escenarios deportivos			1 Juegos nacionales Balance - a propósito del carnaval	1 Juegos panamericanos	7
			2 Fútbol femenino - mundial						
			3 Turno deportivo (MMB)						
ELECTORAL			1 Especial ELECTORAL 1 - ¿Qué se elige? Candidatos inscritos	1 Electoral - Localidades 1 Engativá / Fontibón	1 Electoral localidades 9 Rafael Uribe Uribe / Antonio Nariño	1 Elecciones nacionales 9	1 Liderazgo político de las mujeres		21
			2 Especial ELECTORAL 2 - Regreso	2 Electoral - Localidades 2 Usme / Chaparral	2 Electoral localidades 10 Ciudad Bolívar	2 Elecciones regionales 10			
			3 Especial ELECTORAL 3 - Proyección Consejo y JAL	3 Electoral - Localidades 3 Candalaria / Santa Fe / Miraflores	3 Elecciones regionales 11	3 Elecciones regionales 11			
				4 Electoral - Localidades 4 Usme / San Cristóbal / San Mateo	4 Elecciones regionales 12	4 Elecciones regionales 12			
				5 Electoral localidades 5 Bosa / Kennedy	5 Proyecto reforma al estatuto de obras por votación en Bogotá	5 Elecciones regionales 13			
				6 Electoral localidades 6 Suba	6 Elecciones regionales 14	6 Elecciones regionales 14			
				7 Electoral localidades 7 Turisquil	7 Elecciones regionales 15	7 Elecciones regionales 15			
				8 Electoral localidades 8 Teusaquillo / Barrios Unidos / Puente Aranda	8 Elecciones regionales 16	8 Elecciones regionales 16			
					9 Elecciones regionales 17	9 Elecciones regionales 17			

Logros convergencia AHORA



En el contexto del proyecto AHORA, la convergencia de medios se refiere a la integración estratégica y efectiva de diferentes canales y plataformas de comunicación, tanto tradicionales como digitales, para ofrecer contenido informativo de calidad y llegar a una audiencia diversa en Bogotá. Esta convergencia implica la colaboración entre diversos profesionales y áreas del Sistema Capital para lograr una efectiva producción de contenido multimedia atractivo y el aprovechamiento de las últimas tendencias en comunicación digital. Por lo tanto, asumimos el desafío de abordar la actualidad de Bogotá de una manera fresca y conectada con las tendencias digitales del momento.

Nuestra estrategia digital se basó en la idea de innovar constantemente en formatos que nos permitan acercarnos a públicos diversos. Alcanzamos en promedio más de 500.000 usuarios en canales digitales, mostrando un aumento del 300% desde el inicio del proyecto, consolidamos al proyecto AHORA como un referente creador de contenidos.

Reconocemos la importancia de llegar no solo a la audiencia tradicional, sino también a los jóvenes y a las diversas comunidades presentes en Bogotá, con un enfoque de género presente en la mayoría de los contenidos producidos. Para lograrlo, tomamos la decisión de aterrizar todos los contenidos e investigaciones a formatos susceptibles de ser convertidos en productos digitales. En este sentido, creamos una serie de formatos atractivos en el entorno digital e hicimos especial énfasis el trabajo SEO de optimización de contenidos.

Implementamos una efectiva estrategia en la cual, día a día, creamos productos digitales y convertimos investigaciones, reportajes y entrevistas, entre otros, en un gancho atractivo que invitaron a las audiencias a explorar contenidos más profundos y sesudos en un 'journey' a través de distintas plataformas. Sabemos que la información de calidad no debe estar restringida a un público reducido, sino que debe estar al alcance de todas las personas, presentada de una manera interesante y accesible entendiendo cada plataforma digital como un universo independiente de públicos con gustos

e intereses diversos. Por ello todos los productos de AHORA tuvieron una estrategia propia de difusión en canales digitales:

1. Programa de TV: con cobertura diaria en X, Instagram y transmisión en vivo vía YouTube, además de una desfragmentación del contenido televisivo en clips independientes para canales digitales, logramos llegar a nuevas audiencias que no consumen televisión de manera convencional, siempre manteniendo la línea editorial del proyecto.
2. Podcast lunes a viernes: a manera de resumen informativo diario, impactamos en plataformas digitales de streaming de audio a más de 15,000 usuarios con el producto original. Día a día la presencia de éste a manera de auidiograma en Instagram, X y Facebook logró ampliar su alcance.
3. Mailing: con más de 140 envíos masivos, los contenidos destacados de cada emisión de TV, así como el videocast, temas estratégicos y noticias llegaron directamente a la bandeja de entrada de stakeholders interesados en los temas de Bogotá.
4. YouTube: ¿Y qué pasó AHORA? Se consolidó como como un contenido punta de lanza en el ejercicio de atraer nuevos públicos para Capital, con más de 190.000 reproducciones logró consolidarse en la estrategia digital convergente como un gran gancho de atracción de audiencias.
5. Videocast: "AHORA o Nunca", el primer videocast de análisis informativo de la TV pública en Colombia, se presenta como un contenido destinado a usuarios ávidos de análisis. Hemos trascendido las limitaciones del podcasting al responder al crecimiento global en la demanda de contenido en formato de podcast. En el proyecto AHORA, nos encontramos a la vanguardia al introducir formatos innovadores diseñados específicamente para el mercado colombiano. Destacamos a Capital como líder en la utilización eficiente de plataformas digitales, incluyendo el podcasting en video.
6. Especiales AHORA: Cada hito informativo se transformó en especiales AHORA, recibiendo un tratamiento convergente destacado, como evidencia presentaos el exhaustivo cubrimiento de las elecciones regionales:

El proyecto especial: AHORA Vote alcanzó un destacado cubrimiento digital convergente, ampliando su presencia más allá de las redes sociales a través de la creación de un HUB de contenidos especial. Con un enfoque estratégico en redes sociales, creamos 320 publicaciones distribuidas en TikTok, Instagram, Twitter, Threads y YouTube, alcanzando aproximadamente a 1.193.921 usuarios.

Detalles del Cubrimiento por Red Social:

- TikTok:
 - Número de Publicaciones: 40
 - Alcance Aproximado: 808,527
 - La presencia en TikTok ha sido destacada, logrando un alcance eficaz entre la audiencia joven.
 - Transmisión en vivo debate: 23.800 visualizaciones
- Instagram:
 - Número de Publicaciones: 80
 - Alcance Aproximado: 282,300
 - La estrategia visual en Instagram ha contribuido significativamente, generando visibilidad con 80 publicaciones y un alcance considerable.
 - Transmisión en vivo debate: alcance 27.749
- X:

- Número de Publicaciones: 70
- Alcance Aproximado: 45,802
- La plataforma X ha sido utilizada de manera efectiva con 70 publicaciones, aprovechando la brevedad para una comunicación directa y oportuna.
- Threads:
- Número de Publicaciones: 50
- Threads ha proporcionado un espacio para discusiones más profundas y enriquecedoras.
- YouTube:
- Número de Publicaciones: 80
- Alcance Aproximado: 57,292
- El canal de YouTube ha sido una fuente crucial de contenido, con 80 publicaciones y un alcance significativo de aproximadamente 57,292 usuarios.
- Transmisión en vivo debate: 13.811 visualizaciones

Debate candidatos:

Bogotá Debate AHORA

PERIODO	2023-10-01_2023-10-12
PUBLICACIONES	107
REPRODUCCIONES	32.784
ALCANCE	27.749
COMPARTIDO/RETWEETS	267
REACCIONES	44
INTERACCIONES	517
ME GUSTA	768
COMENTARIOS	60
IMPRESIONES	95.822
ENGAGEMENT	136.632
POTENCIAL DE VIRALIDAD	7,19
PERTINENCIA	6,11
PARTICIPACIÓN	4,42
APROPIACIÓN	4,23

Creación del HUB de Contenidos Capital:

Se implementó una estrategia adicional mediante la creación de una landing web especial, actuando como un HUB de contenidos para todo el sistema Capital. En este HUB, se desarrollaron 7 artículos especiales sobre los hitos de las elecciones y los programas especiales de TV, así como perfiles individuales para cada candidato. Además, se incluyó contenido de pedagogía destinado a la ciudadanía sobre el proceso electoral, los episodios especiales del podcast Capital Sonoro y los contenidos

relacionados con elecciones creados por el proyecto EUREKA. <https://www.canalcapital.gov.co/ahora-vote>

Promedio

Visitas	Usuarios	Tiempo	Eventos
50.000 usuarios	35.000	1.10 minutos	145.000

Nos dirigimos a audiencias diversas, desde tradicionales hasta jóvenes, incorporando un enfoque de género en la mayoría de los contenidos. Nuestra estrategia se materializó con formatos atractivos y lenguajes dinámicos, logrando un equilibrio entre la frescura de la actualidad y la profundidad de la información respaldada por datos.

La esencia de nuestra estrategia digital residió en nuestra adaptabilidad y la búsqueda constante de innovación. Mantuvimos una sintonía constante con las últimas tendencias en comunicación digital para garantizar que nuestra presencia en línea fuera relevante y efectiva. Además, cultivamos una conexión activa con nuestra audiencia, apreciando y aplicando sus comentarios y sugerencias, lo que nos permitió una mejora continua con la capacidad de ajustar nuestra estrategia según sus necesidades.

1. Creamos la redacción digital para el proyecto AHORA:

(1) Líder de convergencia, (1) editora digital, (1) productora, (1) practicante, (2) dos periodistas multimedia que cumplen funciones mixtas de CM con demás proyectos del canal, (1) CM y (1) diseñador gráfico. A este equipo se suman los periodistas multimedia que durante 2023 entraron en el tráfico digital de contenidos garantizando la convergencia de medios y plataformas basados en la línea editorial del proyecto.

2. Creamos contenido diario exclusivo para plataformas digitales, incrementando en un 90% la creación de éstos frente al inicio del proyecto

3. Creamos la estrategia de divulgación de todos los productos del proyecto AHORA

4. Junto al equipo digital creamos la estrategia SEO de los contenidos en plataformas y sitio web para el cual apoyamos su implementación:

5. Hicimos una sensibilización continua con periodistas del proyecto en búsqueda de la excelencia digital, para ello se hicieron talleres de creación digital y se crearon pautas de producción de contenidos multiplataforma.

6. Se creó y se afinó desde el principio un reloj de producción y publicación estratégica de todos los contenidos.

7. Así mismo se crearon dos manuales de producción de contenidos digitales: [manual redes](#) y [parámetros capcup](#)

Algunos números y publicaciones destacadas:

1. Cubrimiento del mundial de fútbol femenino

Durante el cubrimiento que hizo Maria Fernanda Franco del mundial de fútbol femenino, desde AHORA tuvimos varios videos que tuvieron un alcance viral. El éxito de los mismos estuvo dado por dos factores:

las jugadoras que Mafe logró entrevistar, sumado a un formato dinámico, en sintonía que con las tendencias de tik tok.

Instagram

- Ping pong con Ana María Guzmán
Reproducciones: 4 M
Alcance: 2.1 M
- Ping pong con Leicy Santos
Reproducciones: 1 M
Alcance: 5.7 k
- Entrevista con Lucy Bronze
Reproducciones: 96.9 K
Alcance: 51.5 k

Tik Tok:

- Ping pong con Ana María Guzmán
Reproducciones: 14.8 M
- Ping pong con Leicy Santos
Reproducciones: 1.3 M
- Ping pong con Carolina Arias
Reproducciones: 226.8 k
- Entrevista con Lucy Bronze
Reproducciones: 170.6 k

2. Cubrimiento de elecciones

Para el cubrimiento de elecciones locales y regionales 2023 llevamos a cabo acciones de posicionamiento en digital, especialmente implementamos el formato de 'ping pong' con candidatos, que tuvieron el siguiente alcance en Instagram y Tik Tok:

Carlos Fernando Galán
IG: 19.8 K
Tik Tok: 157.5 k

Juan Daniel Oviedo
IG: 20.4 k
Tik Tok: 195.6 k

Rodrigo Lara
IG: 7.8 k
Tik tok: 1.3 k

Nicolás Ramos
IG: 4.5 k

tik tok: 1.1 k

Jorge Enrique Robledo:

IG: 5.6 k

Tik tok: 1 k

Diego Molano:

IG: 5.4 k

TIK TOK: 2.7 k

Rafael Quintero

IG: 8.6 K

Ttik tok: 48 k

Jorge Luis Vargas

IG: 3.5 K

TIK TOK: 513

Gustavo Bolívar

IG: 24.4 k

Tik tok: 15.3 k

También hicimos clipeos estratégicos de la sección SI O NO:

Carlos Fernando Galán

IG: 17.9 k

Tik Tok: 21.1 k

Juan Daniel Oviedo

IG: 266 k

Rodrigo Lara

IG: 62.2 k

Tik tok: 68.7 k

Nicolás Ramos

IG: 17.3 k

tik tok: 41.6 k

Jorge Enrique Robledo:

IG: 55.7 k

Tik tok: 61.1 k

Diego Molano:

IG: 28.7 k

TIK TOK: 72.4 k

Rafael Quintero

IG: 4.7 k

Tik tok: 24.9 k

Alcance aproximado de los contenidos #AHORAVote por red social:

Tik tok:
808.527

Instagram:
282.300

Twitter:
45.802

YouTube:
57.292

TOTAL alcance: 1.193.921

3. Apoyo editorial en el cubrimiento de Rock al Parque

Dentro del apoyo editorial en este cubrimiento se destaca la escogencia del enfoque de género para el cubrimiento general. Con esta sombrilla, se destacan algunos de los videos más reproducidos:

- Video editorial en colaboración con Manifiesta Media, sobre la baja representación de mujeres en escenarios de rock al parque

Reproducciones: 19 k
Alcance: 12.1 k

- Entrevista a las Guaguas de Pank

Reproducciones: 112.3 k
Alcance: 74.7 k

- Carrete en alianza y colaboración con Manifiesta Media sobre 8 bandas de mujeres recomendadas

Alcance: 16.7 k

- Así viven las mujeres el pogo

Reproducciones: 68.2 k
Alcance: 44.3 k

AHORA sobresale en la convergencia de medios al implementar una estrategia digital audaz y alineada con su línea editorial. Con un equipo talentoso y altamente comprometido, generamos contenido digital, incrementando nuestra producción en un 98%. Nuestra presencia en línea alcanzó a más de 100.000 usuarios al mes y llegamos a un impresionante total de nueve millones a través de plataformas como TikTok e Instagram.

Logros Alianzas AHORA

El proyecto de las alianzas con las instituciones de educación superior de la ciudad de Bogotá y Bogotá Región, así como de los observatorios de carácter público y privado de la capital, busca por un lado co-crear contenidos a partir de las múltiples temáticas que se investigan y desarrollan en las aulas de clase y semilleros de investigación de las universidades y por el otro apalancar el desarrollo de nuevos formatos comunicativos con los jóvenes estudiantes habidos de experimentar y producir contenidos.

En ese sentido, actualmente Capital llevó a cabo seis (6) alianzas firmadas con universidades de la ciudad y de Bogotá Región estas son: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Universitaria Agustiniana, Universidad Santo Tomás, Universidad Politécnico Gran Colombiano, Universidad de la Sabana, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

En relación a las alianzas con los observatorios de la ciudad públicos y privados:

1. El proyecto AHORA fue presentado a 10 entidades generadoras de datos de la ciudad

Ideca

Misión de Observación Electoral

Observatorio de la Mujer

Observatorio de Movilidad Distrital

Observatorio de Salud

Observatorio Sabana Centro Cómo Vamos

Secretaría Distrital de Planeación y Red De Observatorios Distritales • Observatorio Distrital de Contratación y Lucha Anticorrupción

Observatorio de la Participación Ciudadana

ÁgataData

2. Los contenidos y análisis periodísticos de AHORA se han enriquecido con los datos que generan dichas entidades aliadas, así como otras fuentes de datos de la ciudad:

Observatorio Ambiental de Bogotá

Observatorio de Convivencia Escolar

Observatorio Distrital de Poblacional Diferencial y de Familias

Observatorio de Protección y Bienestar Animal

Observatorio de Desarrollo Económico

Observatorio de la Cámara de Comercio región Bogotá - Cundinamarca

Secretaría Seguridad, Convivencia y Justicia

Ideca - Portal Geoestadístico de Bogotá - Portal de Datos Abiertos de Bogotá -

Plataforma Mapas Bogotá

Misión de Observación Electoral

Observatorio de la Mujer

Observatorio de Movilidad Distrital

Observatorio de Salud - Saludata

Observatorio Sabana Centro Cómo Vamos

Secretaría Distrital de Planeación - Encuesta Multipropósito

Observatorio Distrital de Contratación y Lucha Anticorrupción

Observatorio de la Participación Ciudadana

Estas 16 principales fuentes de datos abiertos se han visto reflejadas en más de 25 emisiones del programa informativo diario de AHORA, con análisis de datos y expertos invitados; así como en 6 artículos especiales web, con visualizaciones interactivas de datos.

3. Las alianzas han permitido la realización de talleres que fortalecen las capacidades del equipo periodístico de AHORA y su conocimiento del ecosistema de datos abiertos de la ciudad

"¿Qué es Ideca? Mapas Bogotá y Datos Abiertos", dictado por Catastro Bogotá • "Periodismo de datos para Ahora. Cómo pasar de las cifras a los datos de

análisis", dictado por el área de Alianzas

"Red de Observatorios Distritales y Encuesta Multipropósito", dictado por la Secretaría de Planeación

"Datos Geográficos Ideca", dictado por Catastro Bogotá

"Periodismo de datos: ¿Dónde encontrar los datos y qué hacer con ellos?", dictado por el área de Alianzas

"Observatorio Sabana Centro Cómo Vamos", dictado por la Universidad de la Sabana

Logros línea periodismo de datos AHORA

El componente de periodismo de datos en AHORA jugó un papel fundamental en la función de informar con calidad y profundidad. Para esto, se realizaron acciones de capacitación y acompañamiento editorial permanente al equipo periodístico; indagación y reportería de datos; y gestión de alianzas con 10 de los principales generadores de datos abiertos de la ciudad.

Este proceso de aprendizaje y trabajo en equipo mostró un desarrollo a lo largo del proyecto, que permitió avances como: transformar el uso de cifras dispersas en empleo de datos analíticos; consolidar un estilo propio de diseño, diagramación y presentación de los datos, con uso de animaciones y elementos gráficos intencionales; diversificar las fuentes, gracias al conocimiento, exploración y comprensión de más de 30 fuentes confiables de datos abiertos locales, nacionales e internacionales; aprovechar los grandes volúmenes de información para ofrecer mayores niveles de profundidad, que trasladaron los temas tratados durante las emisiones de televisión abierta a mecanismos dinámicos multimediales en la plataforma web; alcanzar un mayor grado de analítica periodística de datos, lo que facilitó que el proyecto entregara información diferenciadora, con análisis propios, cruces de variables y confrontación de datos, en temas como histórico electoral, participación ciudadana, hambre, recursos deportivos y percepción juvenil, entre otros.

Estos son algunos de los principales resultados del trabajo de periodismo de datos, en cifras:

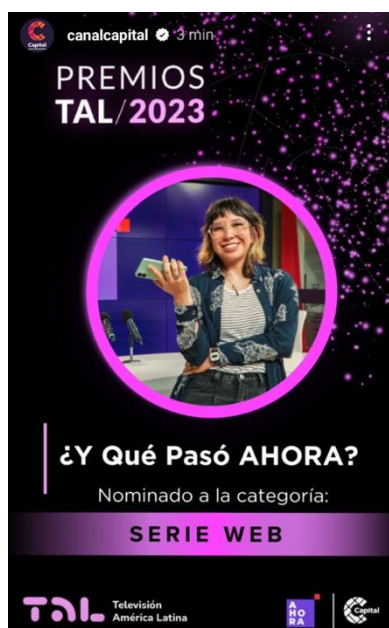
- 148 emisiones del informativo de mediodía, cada una con 4 a 6 intervenciones de datos seleccionados, depurados, analizados y comparados, que fueron presentados mediante diagramaciones con gráficas de tipo histogramas, barras, mapas, pictogramas, líneas de tiempo, diagramas de flujo, entre otros.
- 14 especiales de datos en versión web, con infografías, juegos y visualizaciones interactivas para profundizar más en los datos de los temas tratados durante las emisiones de AHORA.
- 6 capacitaciones en periodismo de datos y fuentes de datos abiertos para el equipo periodístico de AHORA, dictados por aliados externos y por talentos internos del proyecto. Todas las y los periodistas participantes en los talleres reconocieron haber notado un impacto positivo en sus investigaciones de datos, gracias a las capacitaciones recibidas.
- 150 jóvenes universitarios (as) encuestados por AHORA, para obtener un corpus informativo sobre las percepciones de este grupo poblacional acerca de la ciudad, de las necesidades que

identifican en un futuro cercano y de la democracia, en el marco de las elecciones territoriales que se llevaron a cabo en octubre.

- 9 entrevistas a candidatos y 2 debates durante el cubrimiento electoral, cuyas preguntas estuvieron soportadas en datos seleccionados, confrontados y contextualizados, para propiciar diálogos de fondo y la toma de decisiones informadas.
- Un volumen de datos que permiten una comprensión amplia sobre Bogotá, recopilados a lo largo del proyecto, en temas de género, educación, salud, movilidad, seguridad, cultura, medio ambiente, poblaciones diversas, región metropolitana, ruralidad, deportes, urbanismo, entre otros.

- **Logros nominaciones Premios TAL**

AHORA fue nominado en los Premios TAL en dos categorías de formatos digitales, su gran apuesta:



Con la producción de Audiencias Capital trascendimos el rol de simples tramitadores de PQRS y convocamos a las audiencias a transformar el imaginario de la Defensoría como un muro de lamentaciones y del Defensor (a) como una persona que asume su vocería. Optamos por privilegiar el empoderamiento sobre la representación en cabeza del Defensor (a). Empoderamiento para trabajar con ellas en la defensa de la libertad de expresión, el derecho a la información y el acceso al conocimiento; empoderamiento acompañado por actitud de escucha, respeto, empatía, transparencia, pluralismo y rigor informativo.

Transformamos el programa es un espacio de conversación cara a cara y de viva voz con las audiencias: fuimos el punto de encuentro con los creadores de contenidos. Para ello, a partir de contenidos concretos auspiciamos análisis para entender la relación entre la visión y misión de Capital Sistema de Comunicación Pública, su praxis interna y los intereses y necesidades de las audiencias.

El repositorio de conversaciones durante cuatro años queda como un legado de aprendizajes transformadores sobre las prácticas profesionales en los procesos de creación y difusión de contenidos, pero también sobre cómo pueden ser apropiados socialmente, servir al discernimiento de los asuntos públicos y cómo transformar el relacionamiento de Capital con las audiencias, a partir de su participación efectiva.

Quedan las bases conceptuales y la praxis para avanzar desde un programa semanal de televisión hacia un mecanismo de Defensoría más robusto, complejo, con más saberes, interdisciplinario y con enfoque sistémico, coordinado y de carácter institucional.

14. REGISTRO DE VISTOS BUENOS AL INFORME

Visto Bueno	Nombre	Cargo	Firma	Fecha
Control Interno	NÉSTOR FERNANDO AVELLA AVELLA	Jefe Oficina de Control Interno	(Ver certificado Anexo)	29-01-2024
Revisor Fiscal	JOAQUÍN ALFREDO ARAQUE MORA	Revisor Fiscal	(Ver certificado Anexo)	24-01-2024

15. Certificado de la Secretaría de la Junta Administradora y/o Directiva.

ANA
MARIA

RUIZ PEREA

ANA MARÍA RUIZ PEREA
Gerente general

Firmado digitalmente
por ANA MARIA RUIZ
PEREA
Fecha: 2024.01.31
15:09:24 -05'00'

Revisó: Jerson Jussef Parra Ramírez – Director operativo

Orlando Barbosa Silva – Subdirector financiero

Paloma Solano López – Asesora de Planeación

Mireya Pardo Monastoque – Profesional de Tesorería

Carlos Ramiro Flórez – Profesional especializado de Contabilidad

Erika Salazar Berdugo – Líder para procesos de estructuración, diseño, monitoreo y evaluación de los modelos de producción

Luis Carlos Urrutia Parra – Profesional especializado de Programación

Hernán Guillermo Roncancio Herrera - Profesional de Planeación

Proyectó: Alejandro Bastidas Plazas – Profesional apoyo a Planeación



LA SUSCRITA GERENTE GENERAL DE CANAL CAPITAL

CERTIFICA

Que Canal Capital ha recibido a satisfacción los bienes y equipos en la ejecución de la línea de inversión en el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica instalada para la producción, emisión y transporte de la señal, recursos asignados a través de la resolución N° 016 del 20 de enero de 2023.

Dada en Bogotá a los 31 días del mes de enero de 2024.

**ANA MARIA
RUIZ PEREA**
Firmado digitalmente
por ANA MARIA RUIZ
PEREA
Fecha: 2024.01.31
15:23:43 -05'00'
ANA MARÍA RUIZ PEREA
Gerente general

Revisó: Jerson Jussef Parra Ramírez – Director operativo

Proyectó: José Miguel Ayala Durán Profesional Especializado Grado 3 Técnica



LA SUSCRITA GERENTE GENERAL DE CANAL CAPITAL

CERTIFICA


Que Canal Capital ha recibido a satisfacción de la totalidad de los capítulos y productos de acuerdo al aporte del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones asignados a través de la resolución N° 016 del 20 de enero de 2023.

Dada en Bogotá a los 31 días del mes de enero de 2024.

ANA MARIA RUIZ PEREA
Firmado digitalmente
por ANA MARIA RUIZ PEREA
Fecha: 2024.01.31
15:16:37 -05'00'
ANA MARIA RUIZ PEREA
Gerente general

Revisó: Jerson Jussef Parra Ramírez – Director operativo

Proyectó: Erika Salazar Berdugo – Líder para procesos de estructuración, diseño, monitoreo y evaluación de los modelos de producción



Dirección: Av. El Dorado No. 66 - 63, piso 5, código postal 111321
PBX: 4 578 300 / **email:** ccapital@canalcapital.gov.co
Bogotá D.C, Colombia



LA SUSCRITA SECRETARIA GENERAL DE CANAL CAPITAL

CERTIFICA:

Que el 31 de enero de 2024 se socializó a la Junta Administradora Regional de Canal Capital, el informe del cuarto trimestre de la Resolución 016 del 20 de enero de 2023 del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –FUTIC, de acuerdo con la revisión de la Oficina de Control Interno y la Revisoría fiscal de este Canal.

La presente certificación se expide el 31 de enero de 2024.



ANDREA PAOLA SÁNCHEZ GARCÍA
Secretaria general

Proyectó: Giovanna Espitia Arias-Secretaria ejecutiva



El Jefe de la Oficina de Control Interno de Canal Capital

CERTIFICA:

Que la Oficina de Control Interno efectuó la verificación al *"Informe sobre ejecución de los recursos asignados del fondo único de TIC – Cuarto Trimestre"* de conformidad con los parámetros establecidos en éste, así como los determinados en el literal e del artículo 16 de la Resolución 0922 de 2020 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Que, de igual manera se realizó el Informe de Seguimiento a la ejecución de recursos asignados por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FUTIC, Resolución 016 de 2023 de MinTIC, con las observaciones pertinentes, el cual fue remitido a las áreas responsables de Canal Capital, para que desde estas dependencias se adelanten las actividades de fortalecimiento que se consideren pertinentes.

Dada en Bogotá, a los 29 días de enero de 2024.



NESTOR FERNANDO AVELLA AVELLA
Jefe Oficina de Control Interno

EL SUSCRITO REVISOR FISCAL

**DE CANAL CAPITAL
NIT 830.012.587-4**

CERTIFICA QUE:

Se revisó el informe de avance del cuarto trimestre de 2023, según la Resolución No. 016 de 2023, del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la cual corresponde al siguiente proyecto: “Fortalecimiento de la creación y cocreación de contenidos multiplataforma en ciudadanía, cultura y educación”. Por valor total de \$8.670.411.872.

De acuerdo con el resultado de las pruebas selectivas realizadas sobre los documentos y registros que acredita la ejecución del plan de inversión de los recursos aprobados por parte del fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se certifica que Canal Capital recibió el desembolso de los recursos en marzo de 2023, en la cuenta de ahorros de Banco BBVA No. 215-84494-5. Al 31 de diciembre del año 2023 queda un saldo por ejecutar para llevar a cabo las actividades establecidas por valor de \$925.628, asimismo, se verificó que el saldo según el extracto bancario corresponde a \$ 315.767.093.

La presente certificación se expide en Bogotá, D.C., a los dieciocho (18) días del mes de enero de 2024.


JOAQUÍN ALFREDO ARAQUE MORA

Revisor Fiscal

TP. 225.519-T

Por delegación de

KRESTON R.M. S.A.

CER-0181-24

Consultores, Auditores, Asesores

Kreston Colombia

Miembro de Kreston International Ltd.