



**MANUAL DE  
PROGRAMACIÓN**

PE-600.57.01

Versión: 3

Fecha: 22/10/10


Pág. 1 de 10

# ***Manual de Programación***

## **División de Programación y Emisión**

Barranquilla, Septiembre de 2010

<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>	<b>Aprobó</b>
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 2 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	


## INTRODUCCIÓN

Hoy frente a la globalización de la televisión, las multioferas de canales de televisión y la permanente lucha por mantener la sintonía de la teleaudiencia, Telecaribe está obligado a hacer un proceso sistemático de evaluación de contenidos que mediante herramientas de acercamiento con la audiencia, ofrezca criterios más aterrizados a las necesidades de televisión de proximidad de hoy se requiere dentro del contexto de la televisión regional.

Es por esto que a través de la conformación y fortalecimiento del Contenidos que emite al Comité Primario de Programación, del Comité de Comercialización, Programación y Producción; la línea de atención al televidente y la Defensoría del Televidente; las invitaciones públicas y el Comité evaluador de propuestas de programación, Telecaribe busca dar respuestas a las necesidades de los televidentes y al fortalecimiento de los contenidos que emite el canal.

Todo esto sin dejar atrás el objetivo principal de los Canales de Televisión Regional, quienes por su condición de Empresas Industriales y Comerciales, deben combinar con eficiencia las necesidades del mercado comercial con la esencia de su misión como televisión pública. Es decir, que el canal tiene como responsabilidad velar por los contenidos, para que estos aporten a los procesos de construcción de Región y apoyen el mejoramiento de las condiciones sociales y calidades de vida del ciudadano del Caribe Colombiano, pero también ser base comercial para los contratistas que invierten en el canal y lograr ser autosostenible financieramente.

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 3 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

## CAPITULO I DEFINICION DE CONCEPTOS

**Artículo 1º. Servicio de Televisión Pública:** Fomenta la formación ciudadana y de construcción de país que promueva la información veraz, imparcial y plural a través de espacios televisivos que mediante un contenido de entretenimiento o educativo, promoverá en la familia la formación de valores y principios constitucionales, la defensa de los consumidores, la promoción e integración de las minorías, la difusión y divulgación cultural, o el conocimiento de las distintas lenguas que coexisten en el país.

**Artículo 2º. Tipo de Contratos:** TeleCaribe establecerá sus contratos de programación según lo definan las leyes que regulen la Televisión Pública y los reglamentos que emanen de la Comisión Nacional de Televisión mediante Acuerdos:

- *Contratos de Cesión de Derechos:* Son los derechos que una persona natural o jurídica le cede al Canal para emitir un programa en TeleCaribe.
- *Contratos de Producción:* Es cuando se encomienda a una persona natural o jurídica la producción de un programa cuyo patrimonio será exclusivo del Canal.
- *Contratos de Coproducción:* Es la realización de un programa en conjunto con dos o más personas jurídicas o naturales en donde la explotación comercial se realizará en porcentajes que se establecerán mediante Acuerdos.


Parágrafo: El Canal podrá reconocer, tanto el valor que impliquen los derechos de Emisión como los costos de la realización de un programa que se realice bajo el Contrato de Producción, mediante una de dos modalidades:

- a) Reconocimiento económico
- b) Permitiendo al contratista la explotación comercial del programa durante el periodo que dure el contrato. Telecaribe cobrará una tarifa por los derechos de comercialización que se le otorga al contratista en esta modalidad.

Los actos y contratos de TeleCaribe en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social se registrarán por las normas del derecho privado. TeleCaribe celebrará licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión y el acto de adjudicación siempre se llevará a cabo en audiencia pública. TeleCaribe podrá celebrar contratos de asociación bajo la modalidad de riesgo compartido.

**Artículo 3º. Derechos de Comercialización:** Es la tarifa que deberán pagar los contratistas por la explotación Comercial de los programas que estén bajo los contratos de Cesión de

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 4 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

Derechos y de Producción que se hayan suscritos bajo la modalidad del ítem “b” del párrafo único del artículo anterior.

**Artículo 4º. Publicidad.** Se entiende la publicidad como la inserción de mensajes o anuncios comerciales en la emisión de los programas en TeleCaribe.


**Artículo 5º. VTR.** Se entiende como VTR el valor que se deberá pagar al Canal por la emisión de cada publicidad en la programación de TeleCaribe.

Parágrafo: Mediante acuerdos de la Junta Administradora Regional se definirán cuál de los diferentes tipos de publicidad se les cargará el valor del VTR.

**Artículo 6º. Tipos de Publicidad.** La publicidad en TeleCaribe tendrá las siguientes modalidades:

- Publicidad Regular: Es aquella que se emite en los cortes comerciales que existen entre el programa y que para ello, se requiere una codificación para su programación.
- Publicidad no regular: Se clasifica de la siguiente manera:
  - Comercial en Vivo: Son aquellos que se realizan en el mismo estudio o lugar donde se origina y/o transmite el programa que lo incluye. Estos sólo podrán transmitirse en los espacios destinados a cortes de comerciales, incluidos dentro de los correspondientes libretos y se admitirá su inclusión grabada dentro del programa, siempre y cuando se les identifique como "comercial vivo".
  - Comerciales de superimposición: Son aquellos que se transmiten con imágenes animadas, traslúcidas y superpuestas a la transmisión. Sólo podrán transmitirse, hasta en un setenta y cinco por ciento (75%) de la disponibilidad comercial, en las transmisiones de eventos deportivos en directo o en programas de producción regional que por su naturaleza no hagan recomendable el corte del programa exceptuando las reposiciones. No se podrá exceder el máximo tiempo de comerciales permitido para un programa, incluidos éstos, y tendrán la duración de los comerciales regulares. Estos comerciales no podrán ocupar más del quince por ciento (15%) de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma y no requerirán grabación previa pero deberán estar incluidos dentro de los libretos comerciales.
  - Mención comercial: Es la referencia que se hace en forma hablada, sonora, visual o en cualesquiera combinaciones de éstas a una empresa, marca, producto o servicio sin lema, agregado o calificación alguna. Únicamente en los programas de producción regional se podrán presentar menciones comerciales. No requerirán autorización, no afectarán el tiempo destinado a los anuncios

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 5 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

comerciales emitidos en el programa y deberán estar relacionados en el libreto del programa. No se consideran menciones comerciales:

- a) La referencia a fuentes de información que han cedido sus imágenes.
- b) La referencia que en los programas de producción regional hagan los contratistas de televisión regional, solos o con otros medios masivos de comunicación, de hechos o campañas de interés público o social, calificados así por el representante legal del operador del Canal regional.
- c) La referencia del nombre de una empresa, realizada en la presentación de noticias en los programas informativos noticiero y de opinión, cuando la índole de la noticia forzosamente la involucre.
- d) La referencia hablada o escrita del nombre comercial de todo evento deportivo de carácter oficial o de las empresas, productos o servicios de firmas patrocinadoras de deportistas colombianos
- e) Las menciones de los contratistas del Canal regional y/o de los programas, horarios o fechas de emisión, que se hacen en las transmisiones en directo o mediante generador de caracteres en cualquier programa.
- f) Las referencias visuales de empresas, marcas, productos o servicios que forzosamente hagan parte de un programa dramatizado
- g) Las vallas o anuncios comerciales colocados naturalmente en un escenario, siempre que no se haga énfasis en ellas y que no ocupen preponderantemente la pantalla
- h) Las referencias o informaciones generales sobre discos, libros, películas, artistas o espectáculos en general.
- i) Los obsequios regulares entregados por las concesionarias en los programas de concurso
- j) La presentación global de actividades industriales o comerciales con fines eminentemente históricos o divulgativos, siempre y cuando muestren empresas que compitan entre sí y no se haga énfasis en ninguna de ellas en especial.


Si se presenta duda en relación con un determinado caso, el representante legal del Canal regional lo analizará y establecerá si se trata o no de una mención comercial. En caso que se califique como mención, se efectuará como tal, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar

- Logotipos. Es el diseño característico que sirve de emblema a una empresa, marca, servicio o producto, sin referencia verbal o sonora y se emite ocupando un porcentaje de la pantalla a partir de los márgenes de la misma. Podrá incluirse lema, agregado o calificación. Deberán estar incluidos en el programa, a menos que se emitan en directo, e incluirse en el libreto de comerciales.

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucía Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

- **Patrocinio:** Es el reconocimiento que en forma hablada, visual o en ambas formas se hace a la colaboración que una empresa, marca, producto o servicio, hace a un programa con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos. Podrá incluirse lema, agregado o calificación. Los patrocinios podrán ser de programa o de sección. Los patrocinios de sección deberán estar grabados como parte integral del programa.
- **Cortesía.** Es el reconocimiento que se hace mediante generador de caracteres, a las personas o entidades que colaboraron en la producción de un programa.
- **Crédito.** Es el reconocimiento que se hace a las personas que intervinieron en la realización de un programa, incluidas todas las etapas de producción. Su duración no podrá ser superior a un (1) minuto.
- **Promoción.** Es la publicidad que se hace de los programas, horarios y fechas de emisión. Cada contratista podrá utilizar veinte segundos (20") de su correspondiente programa para promocionar su programación o la de terceros del respectivo Canal. Este tiempo no afectará la duración del horario adjudicado para el programa. Deben codificarse e incluirse en el libreto de comerciales. No obstante, Telecaribe podrá utilizar los minutos comerciales disponibles en los programas para promocionar la parrilla general del Canal.
- **Avisos clasificados.** Son aquellos anuncios comerciales que sin utilizar modelos vivos ni imágenes en movimiento, promueven cualquier producto o servicio empleando recursos propios del medio de la televisión como generador de caracteres, foto fija, música y voz "en off", entre otros. Los avisos clasificados deben pautarse dentro del tiempo destinado a los anuncios comerciales. Todos los avisos clasificados de un programa deberán ser editados en un solo bloque. El bloque debe estar encabezado por una cortinilla cuya duración no debe ser superior a cinco segundos (5") y deberá llevar la palabra "clasificados".

<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>	<b>Aprobó</b>
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 7 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

## CAPITULO 2 FUNCION Y CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACIÓN

**Artículo 7º. Contenido de la programación.** La programación de Telecaribe propenderá por:

- La difusión y fortalecimiento de la cultura de la región Caribe continental de Colombia.
- Promover el desarrollo económico y social de la región
- Entretener con contenidos que no se conviertan en una apología al delito y a la indiferencia social ni vayan en contraposición con los buenos principios.
- Informar con veracidad e imparcialidad los hechos que son noticias permitiendo que las múltiples voces participen con el objeto que los televidentes, conozcan los diferentes puntos de vistas.
- Abrir espacios para la pluralidad religiosa y cultural de la región Caribe.

**Artículo 8º. La Parrilla.** TeleCaribe tendrá una programación de 24 horas que deberá responder a las funciones y fines de la Televisión Regional.

Parágrafo: Para los estudios de rating, de percepción, descentralización, porcentaje de programación infantil, y demás estudios que produzcan estadísticas para el Canal, se tomará como base, la parrilla de programación desde las 6:00 a.m. hasta las 11:00 p.m. de lunes a domingo.

**Artículo 9º. Programación Regional.** Mínimo, el 70% de la programación de TeleCaribe será exclusivamente de programación regional.

Parágrafo 1: Del porcentaje de producción regional, se promoverá la producción de programas con temáticas descentralizadas.

Parágrafo 2: Se entiende como programación descentralizada aquella cuyo contenido aborde temáticas de interés para la región y no para una ciudad específica o localidad.

**Artículo 10º. Comercialización.** Los anuncios comerciales no podrán contener inexactitudes, atender las normas propias de la sana competencia y lealtad comercial, no atentar contra el buen nombre y la honra de las personas, de las instituciones o de los símbolos patrios, ni contener alusiones, imágenes o frases que perjudiquen la formación de la infancia. Respetar los criterios y doctrinas de los diferentes cultos y religiones y cuidar la calidad artística y estética.

Parágrafo: Los anuncios comerciales deberán ajustarse en su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presenten.


**Artículo 11º. Clasificación.** La programación del Canal se clasificará según el contenido de la siguiente manera:

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucía Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

- **Humor:** resaltarán fundamentalmente la oralidad y la narrativa propia de la región, utilizando un lenguaje familiar que destaque y respete las buenas costumbres, los valores morales y sociales imperantes en el Caribe Colombiano y respete la sensibilidad del público televidente. No obstante, después de las 10:30 de la noche se admitirán contenidos para adultos sin la utilización de expresiones ni situaciones que vayan contra los valores de familia y buenas costumbres. El contratista en todos los casos, velará por ocultar las expresiones soeces con señales de mil ciclos.
- **Recreativo Variedades:** son programas que abordan diversas temáticas con información general: deportes, gastronomía, salud, turismo, farándula, belleza, arte, cultura, etc. Los magazines en Telecaribe deben resaltar los valores propios de la región y fomentar la convivencia social. No podrá realizar entrevistas que busquen resaltar labores de funcionarios públicos o entrevistas con candidatos de elección popular. Este tipo de entrevistas solo pueden realizarse en los programas de opinión y en noticieros.
- **Deportes:** Estarán orientados a fomentar la afición y práctica de los deportes propios de la región; la narración y los comentarios deben ser equilibrados.
- **Religiosos:** propenderán por la reflexión y crecimiento espiritual de los diferentes cultos o prácticas religiosas. No ofenderán y respetarán las demás creencias y no incitarán a la tele audiencia en contra de las diversas formas de expresiones religiosas diferentes a la del programa contratado.
- **Salud:** buscarán ofrecer información científica que oriente al televidente en aquellos casos preferiblemente propios de la región. La información deberá ser siempre soportada por reconocidos profesionales de la salud que avalen el contenido del programa.
- **Producciones en Directos:** promoverán la participación del televidente a través de llamadas, correos electrónicos o cualquier medio que permita la interactividad.
- **Periodísticos:** Manejarán el formato de entrevistas para abordar temas de índole social, cultural y familiar. Pero, al igual que los magazines no podrán realizar entrevistas que busquen resaltar labores de funcionarios públicos o entrevistas con candidatos de elección popular. Este tipo de entrevistas solo pueden realizarse en los programas de opinión y noticieros.
- **Infantil:** Promoverá el desarrollo y el fortalecimiento de la personalidad de los niños y la formación de valores y principios sociales en los infantes.
- **Noticieros y Programas de Opinión:** Se formularán bajo la imparcialidad y la participación de múltiples voces que permita la visión desde diferentes perspectivas. Ofreciendo un escenario amplio para que la opinión pública tenga las suficientes bases para asumir una posición clara y objetiva. Son los únicos programas que podrán entrevistar a políticos y funcionarios públicos que informen sobre su gestión pública o sus aspiraciones como candidatos a cargos de elección popular.

<b>Elaboró</b>	<b>Revisó</b>	<b>Aprobó</b>
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad



	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 9 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

### CAPITULO 3 SISTEMAS DE CONTROL DE LA PROGRAMACIÓN

**Artículo 12º. Defensoría del Televidente.** Constituye una figura de protección de los intereses de los televidentes. Su objetivo primordial es solucionar los eventuales conflictos que puedan presentarse entre los televidentes y el canal con ocasión de la emisión de programas. Actúa de manera independiente, y para garantizar su imparcialidad, está ligado a aquella empresa que sea contratada para la realización y producción del programa “Aprende a ver TV”, el programa de la Defensoría del Televidente de Telecaribe.


Por su parte la o el Defensor del Televidente deberá entregar a Telecaribe, más específicamente a la o el Jefe de Programación, un informe mensual de las quejas y reclamos que fueron recopiladas a través de las encuestas realizadas y la recepción de correos electrónicos. Y el equipo de producción del programa Aprende a Ver TV, deberá entregar un informe mensual de los programas producidos y emitidos.

**Artículo 13º. Comité Defensor del Televidente.** El comité Defensor del Televidente debe surtir procesos internos de revisión de contenidos y programación con los hacedores del Canal. Para tal objeto, el comité está conformado por el Jefe del área de Programación del Canal, el Defensor del Televidente, los productores del programa Aprende a Ver TV. y una persona representante de los ciudadanos, externa al canal, que garantice la imparcialidad al momento de la escogencia de los temas para la producción del programa y el análisis de las quejas, reclamos y opiniones.

**Artículo 14º Funciones Comité Defensor del Televidente.**

- Analizar, con criterio académico, los contenidos de la programación y pauta publicitaria del canal regional.
- Velar por el cumplimiento de las normas legales de protección y divulgación en medios de comunicación de los derechos y deberes de todos los grupos de la población, con especial énfasis en la niñez, la juventud, la mujer y la familia.
- Acordes con los lineamientos de la Ley General de Cultura, el Defensor del Televidente velará porque la programación del Canal regional presente los aspectos y principios básicos que caracterizan el Ser Caribe dentro de la concepción del país como multiétnico y pluricultural.
- Opinar sobre la pertinencia, basado en las necesidades del televidente, de la organización de la programación (franjas, repetición de programas, cubrimiento territorial, enlaces nacionales, programación de eventos especiales)
- Presentar un informe mensual ante el Comité Defensor del Televidente sobre los casos que fueron planteados por los televidentes y que requieran decisiones o políticas institucionales que sean asumidas por la Junta y la Administración.

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucía Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad

	<b>MANUAL DE PROGRAMACIÓN</b>	PE-600.57.01	Pág. 10 de 10
		Versión: 3	
		Fecha: 22/10/10	

Este manual registrará a partir de la fecha de su aprobación y se publicará en la página Web de TeleCaribe para su socialización y fácil acceso para los contratistas y opinión pública.

## ANEXOS

No aplica

## FIRMAS

Elaboró \_\_\_\_\_

Revisó \_\_\_\_\_

Aprobó \_\_\_\_\_

Elaboró	Revisó	Aprobó
Lucia Alviz Navarro	Aníbal Gutiérrez	Eileen Carey Marchena
Jefe División de Programación y Emisión	Coordinador de Calidad	Gerente de Calidad