

EMISIÓN DEL 3 DE ENERO DE 2025
Capítulo 01 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=kGAxtEugF5I&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=3>

AGENDA REGULATORIA, DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS Y EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA



Derechos de las audiencias y el futuro de la televisión en Colombia | Audiencias Capital



Canal Capital
522 K suscriptores

Suscribirse

3



Compartir



Preguntar



Guardar



Descargar



95 visualizaciones Fecha de estreno: 3 ene 2026 #AudienciasCapital

La televisión que vemos todos los días también se define fuera de la pantalla. En #AudienciasCapital se analiza la agenda regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y su impacto directo en los contenidos audiovisuales en Colombia. Un diálogo sobre derechos de las audiencias, participación ciudadana, cambios tecnológicos, nuevas plataformas, desinformación, pluralismo informativo y libertad de expresión.

La invitada es Andrea Muñoz, comisionada de la CRC, quien explica qué es la agenda regulatoria, cómo se construye y por qué la participación de las audiencias es clave para fortalecer la democracia y el consumo crítico de los medios.

Como bien se indicó en reseña de la Web de Canal Capital, la televisión no se define solo en los estudios o en las salas de redacción: detrás de los contenidos que vemos a diario existe un marco regulatorio que fija reglas y responsabilidades. Por eso invitamos a Andrea Muñoz, Comisionado de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) a reflexionar de cara a las audiencias sobre televisión, derechos y el rol de las audiencias, según el borrador de Agenda Regulatoria que el organismo está proponiendo para los próximos dos años.

El programa abordó el análisis de esa agenda regulatoria como instrumento de planeación que orientará el trabajo del ente regulador y que se espera sea construido con la participación de usuarios, audiencias, industria y sociedad civil, teniendo en cuenta los cambios tecnológicos acelerados, el auge de nuevas plataformas y tecnologías digitales, el creciente desafío que plantean la desinformación y los discursos de odio.

YouTube ^{CO}



Derechos de las audiencias y el futuro de la televisión en Colombia | Audiencias Capital

 **Canal Capital**
522 K suscriptores [Suscribirse](#)

 3  [Compartir](#) [Preguntar](#) [Guardar](#) [Descargar](#) 

95 visualizaciones Fecha de estreno: 3 ene 2026 [#AudienciasCapital](#)

La televisión que vemos todos los días también se define fuera de la pantalla. En [#AudienciasCapital](#) se analiza la agenda regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y su impacto directo en los contenidos audiovisuales en Colombia. Un diálogo sobre derechos de las audiencias, participación ciudadana, cambios tecnológicos, nuevas plataformas, desinformación, pluralismo informativo y libertad de expresión.

La invitada es Andrea Muñoz, comisionada de la CRC, quien explica qué es la agenda regulatoria, cómo se construye y por qué la participación de las audiencias es clave para fortalecer la democracia y el consumo crítico de los medios.

Según la invitada, la agenda regulatoria de la CRC debe alinearse con el plan estratégico de la entidad y priorizar ejes como la protección de usuarios y audiencias, el pluralismo informativo, los mercados y las redes de telecomunicaciones.

Preguntada por qué se propone para un plazo de apenas dos años, la Comisionada que se tiene en cuenta la velocidad con la que cambian la tecnología y los hábitos de consumo.

Por eso, la CRC revisa tendencias de forma permanente y busca anticiparse a los problemas mediante estudios, evidencia y comparación con prácticas internacionales. Ejemplos de este enfoque son los análisis sobre plataformas digitales, protección de la infancia y pluralismo informativo, que han derivado en ajustes normativos y acciones pedagógicas.

Entre las prioridades actuales están el fortalecimiento del consumo crítico, la lucha contra la desinformación, especialmente en contextos electorales, y el uso de tecnologías emergentes para ampliar la participación de las audiencias, mejorar la atención de quejas y avanzar en accesibilidad.

Explicó la Comisionada, que la agenda regulatoria, disponible en la página de la CRC, no debería ser un documento técnico lejano sino una herramienta esencial en la que la participación ciudadana es una condición necesaria.

Por eso, desde la presentación del programa, la Defensoría subrayó la importancia de conversar sobre un tema que suele parecer lejano, muy técnico o de poco interés para las audiencias, siendo que en la práctica cualquier agenda regulatoria, se vale de instrumentos y normas que definen cómo se regula el quehacer televisivo y los contenidos audiovisuales.

En particular, destacamos la importancia de la participación estructurada de la ciudadanía en esos procesos, dado que deben responder con pertinencia a los cambios tecnológicos y la aparición de nuevas plataformas. La regulación debería apuntar a proteger derechos fundamentales como la libertad de expresión, el derecho a la información, el pluralismo y la integridad de la información.

En el análisis se incluyeron también variables como los desafíos que enfrenta hoy el ecosistema televisivo a nivel global frente al desarrollo de la inteligencia artificial generativa y el papel de los gobiernos, los legisladores, la sociedad civil, la academia y todos los actores del sector frente al vertiginoso avance del entorno digital, cada vez más complejo y aparentemente sin garantías de una gobernanza democrática.

EMISIÓN DEL 10 DE ENERO DE 2026
Capítulo 02 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=xNeIPi3WXvQ&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgJNFllc7bmeW7f6&index=2>

AUDIENCIAS, CULTURA Y TERRITORIO: EL OFICIO DE CONTAR DESDE LA GENTE

Invitamos a Jennifer Ballestas -Jenny a secas, como prefieren que la llamen— para conversar de cara a las audiencias sobre cómo se propone cubrir la dimensión cultural de la ciudad, en su rol de reportera del informativo AHORA, desde diciembre de 2025.

Jenny es comunicadora social y periodista, creadora de contenidos culturales en la red social Instagram durante siete años, antes de su vinculación formal con Canal Capital; es pues una voz que llega a la televisión pública de la capital colombiana con experiencia profesional en redes sociales y desde la calle.



Jenny Ballestas: periodismo y creatividad cultural en Canal Capital | Audiencias Capital



Canal Capital
522 K suscriptores

Suscribirse

10



Compartir



Preguntar



Guardar



Descargar



222 visualizaciones Fecha de estreno: 10 ene 2026

En el espacio Audiencias Capital, se abre un diálogo sobre cómo los medios públicos relatan la ciudad, defendiendo el derecho a la información, la libertad de expresión y el pluralismo. Esta vez, la conversación se centra en la cultura como derecho, herramienta de ciudadanía y dimensión esencial de la vida urbana.

La protagonista de esta historia es Jennifer Ballestas, conocida como Jenny, comunicadora social y periodista afrocaribeña que, durante siete años, creó contenidos culturales en Instagram. Hoy, su experiencia llega a la televisión pública, llevando la mirada de la calle y de las redes al informativo AHORA de Canal

Jenny reivindica su condición de mujer afrocaribe que ha sabido tomar nota de las culturas, las artes y los saberes que nacen en los procesos comunitarios, para narrarlas a su manera.

La conversación fue abordada bajo la premisa de que ese cubrimiento debe contribuir a defender el derecho a la información, el pluralismo, la libertad de expresión, la integridad de la información y a mejorar las narrativas mediante las cuales contamos historias en Canal Capital, en su condición de medio público.

Abordamos el análisis, convencidos de que la cultura es un derecho fundamental, una dimensión esencial en la vida de la ciudad y como expresión que también contribuye a la construcción de ciudadanía, democracia y Estado Social de Derecho. Exploramos con ella el concepto de la cultura, como derecho, permite nombrar identidades, estimular la participación de audiencias activas y desafiar nuevas formas de contar la ciudad desde la gente y para la gente

Su vínculo con la cultura comenzó en la infancia, acompañada por sus padres a museos, talleres de poesía y cursos de artes plásticas en Cartagena. Aunque no siguió la carrera de artista plástica, su pasión por el arte se transformó en periodismo cultural.



Jenny Ballestas: periodismo y creatividad cultural en Canal Capital | Audiencias Capital



Canal Capital
522 K suscriptores

Suscribirse

10



Compartir

Preguntar

Guardar

Descargar



222 visualizaciones Fecha de estreno: 10 ene 2026

En el espacio Audiencias Capital, se abre un diálogo sobre cómo los medios públicos relatan la ciudad, defendiendo el derecho a la información, la libertad de expresión y el pluralismo. Esta vez, la conversación se centra en la cultura como derecho, herramienta de ciudadanía y dimensión esencial de la vida urbana.

La protagonista de esta historia es Jennifer Ballestas, conocida como Jenny, comunicadora social y periodista afrocaribeña que, durante siete años, creó contenidos culturales en Instagram. Hoy, su experiencia llega a la televisión pública, llevando la mirada de la calle y de las redes al informativo AHORA de Canal Capital.

Asistir a exposiciones, conocer artistas locales y narrar estas experiencias a través de su proyecto personal El parche cultural, y posteriormente mediante su marca personal.

En Bogotá, trabajó como estrategia digital del Museo Nacional, acercando las colecciones a la ciudadanía mediante canales digitales. Esta experiencia consolidó su vocación: «No fui artista plástica, pero ahora hablo del arte y lo doy a conocer al mundo», afirma.

EMISIÓN DEL 17 DE ENERO DE 2026

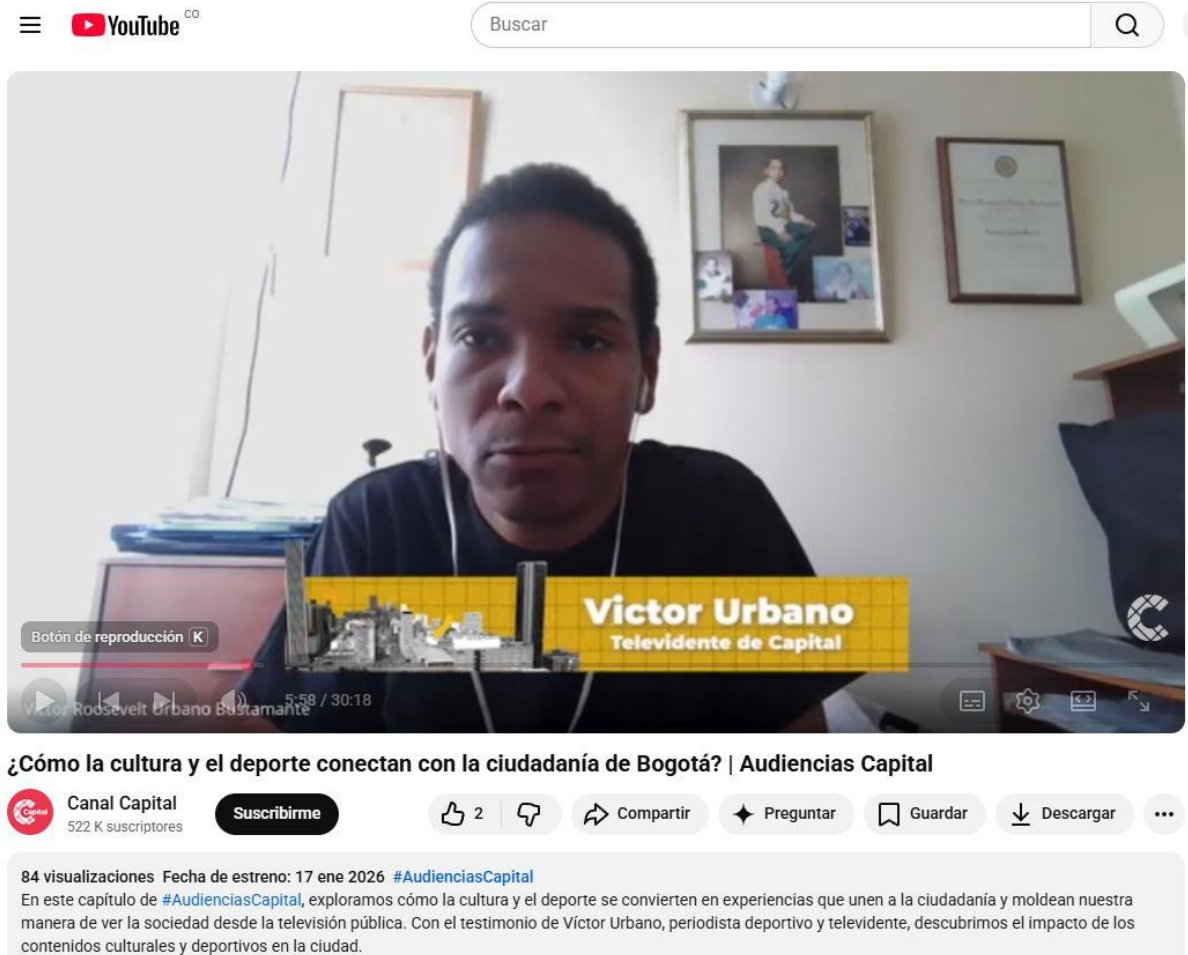
Capítulo 03 de la temporada

<https://www.youtube.com/watch?v=XmS84Ebay3o&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgjNfIc7bmeW7f6&index=1>

CUANDO LA CULTURA Y EL DEPORTE CONECTAN CON LA CIUDADANIA: EL TESTIMONIO DE VÍCTOR URBANO

En esta emisión abrimos un espacio para conversar sobre cómo los contenidos audiovisuales sobre cultura y deportes propician experiencias que conectan al Canal con la ciudadanía y transforman la manera en que nos vemos como sociedad.

La conversación con nuestro invitado, Víctor Urbano –televidente de Capital y narrador deportivo—nos permitió reflexionar sobre la importancia de difundir en televisión eventos culturales y deportivos pues, al tiempo que informan y entretienen, construyen imaginarios, amplían miradas y permiten que más voces se sientan representadas.



En particular, conversamos sobre el impacto de la transmisión por la señal abierta de Canal Capital del torneo de fútbol femenino Nottingham, desde el estadio del Barrio Olaya de Bogotá y un video periodístico en Instagram sobre 'Más Alla de las Nubes', evento cultural y circense que tuvo lugar en el Centro Cultural la Santamaría de Bogotá.

Reflexionamos con él sobre cómo y por qué los contenidos audiovisuales son herramientas que fortalecen el vínculo entre la televisión pública y la ciudadanía, en la medida en que develar cómo los ciudadanos experimentan esas experiencias se transforma nuestra visión sobre el estar y disfrutar juntos la ciudad y el reconocernos en ella.

Pusimos de presente, como bien lo ha dicho la Unesco, que el fútbol femenino está ganando cada vez un mayor reconocimiento a nivel global, tal como se evidencio con el entusiasmo que despertó la última copa mundial.

Explicamos que, a medida que el fútbol femenino se hace visible –por ejemplo con la transmisión de la Copa Nottingham Capital – quienes asisten a los estadios o quienes siguen los partidos a través de la televisión van descubriendo que el fútbol femenino promueve todos los valores inherentes al deporte, tiene la potente función de contribuir al desarrollo de sociedades integradoras y ser un motor poderoso para promover la emancipación de las mujeres y niñas y hacer que las sociedades sean más inclusivas.

YouTube ^{CO}



¿Cómo la cultura y el deporte conectan con la ciudadanía de Bogotá? | Audiencias Capital

 **Canal Capital**
522 K suscriptores [Suscribirse](#)

 2  [Compartir](#)  [Preguntar](#)  [Guardar](#)  [Descargar](#) 

84 visualizaciones Fecha de estreno: 17 ene 2026 [#AudienciasCapital](#)

En este capítulo de [#AudienciasCapital](#), exploramos cómo la cultura y el deporte se convierten en experiencias que unen a la ciudadanía y moldean nuestra manera de ver la sociedad desde la televisión pública. Con el testimonio de Víctor Urbano, periodista deportivo y televidente, descubrimos el impacto de los contenidos culturales y deportivos en la ciudad.

No escapó a nuestra conversación el dato que puso de presente la Unesco el Día Internacional de la Mujer de 2024: el 40 por ciento de las personas que participan en deportes son mujeres, pero los deportes femeninos solo reciben el 4 por ciento de la cobertura mediática. Por esa razón tuvo razón el invitado al subrayar, varias veces, que es hora de visibilizar los logros de las mujeres deportistas, entre ellas las jugadoras de fútbol aficionada y profesionales.

EMISIÓN DEL 24 DE ENERO DE 2026
Capítulo 04 de la temporada 2026

BOGOTARIO: SERIE CAPITAL PREMIADA POR LAS TELEVISIONES PÚBLICAS DE AMÉRICA LATINA

https://www.youtube.com/watch?v=eVFT09_1kEM&list=PLQ3o8Sxb8FcHPMGe1SgINFlc7bmeW7f6&index=2&t=397s



En este capítulo conversamos con Omar Mosquera, director de la serie 'Bogotario' para explicarles a las audiencias la importancia de una noticia que nos llena de orgullo: el reconocimiento que recibió Colombia en los premios TAL de televisión, EN un escenario latinoamericano que exalta los contenidos culturales, educativos y públicos que se producen en nuestra región.

Entre las producciones colombiano estuvo Canal Capital con 'Bogotario' microprograma que ha sabido narrar a la capital colombiana desde sus palabras, sus sonidos, sus barrios y sus historias. La serie fue premiada por su mirada profunda y sensible sobre la migración y la diversidad cultural.

La conversación tuvo como objetivo subrayar el valor del reconocimiento por parte de canales públicos de América Latina y explorar el aporte de narrativas que nos permiten entender quiénes y cómo somos al habitar la ciudad

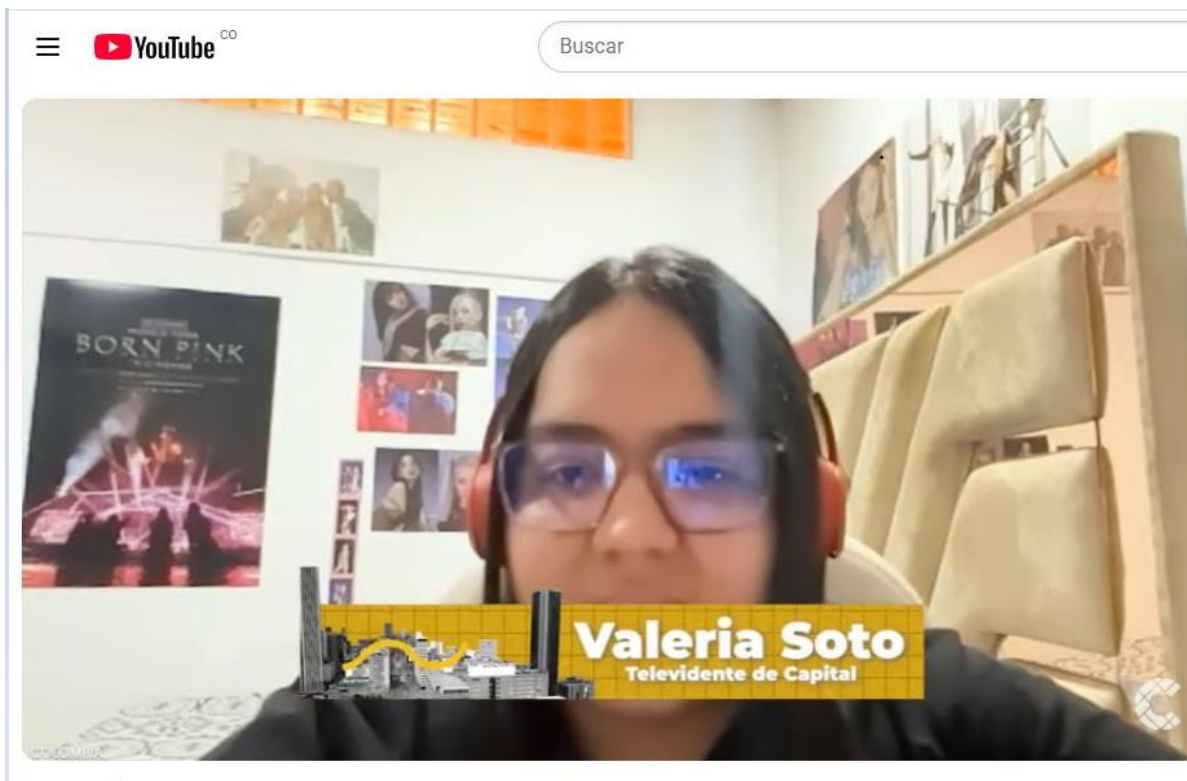


Profundizamos el análisis sobre el aporte social y político de 'Bogotario' al ocuparse de narrativas sobre la migración, a partir del testimonio de dos extranjeros –un argentino y un haitiano—radicados hace mucho tiempo en Colombia. Explicamos el concepto editorial de la serie ganadora sobre la migración como una fuerza que construye ciudad y el interés de los realizadores por provocar una mirada de la ciudad con otros ojos para sentirla, recorrerla y reconocerla desde su diversidad.

Además, valoramos el hecho de 'Bogotario' es una serie realizada por la productora Épica Studio y ponderamos las bondades de la alianza entre un canal pública y productora privada de televisión que concursó en una convocatoria pública abierta para buscar oferentes de una propuesta del proyecto.

TELEVIDENTE DE LA NEVERA SONORA ESPERA UN CAPÍTULO SOBRE MÚSICA POPULAR KOREANA Y SU BANDA FAVORITA

<https://www.youtube.com/watch?v=N-04d5Wz8Rk&list=PLg3o8Sxb8FCHPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=1>



En este capítulo compartimos con la audiencia un testimonio conmovedor. Valeria Soto es televidente de Capital, seguidora del programa ‘La nevera sonora’ y asidua lectora de las publicaciones del Canal en redes y plataformas digitales. Valeria es contadora pública, tiene 25 años y reside en El Espinal, municipio del departamento del Tolima. Consideramos que es un testimonio conmovedor porque devela cuánto pueden aportar televidentes anónimos al objetivo de construir una televisión pública cercana, diversa y conectada con la gente.

De la historia de Valeria tomamos nota en redes sociales, para ser precisos, gracias a un comentario suyo sobre un listado de canciones icónicas del K-POP, música popular coreana que el Canal publicó en Instagram.

Valeria celebró la publicación del listado y propuso que ‘La nevera sonora’ dedique un capítulo a explicar el por qué el K-POP se ha convertido en un fenómeno cultura que ha cruzado fronteras y empieza a trascender generaciones.



Durante la conversación con ella destacamos que la Unesco (Organización de Naciones Unidas para la educación, la ciencia y la cultura) ha reconocido el impacto global y cultural del K-POP porque fomenta la creatividad juvenil, la educación y el bienestar y, además, porque es una herramienta de conexión mundial y alivio emocional en medio de la crisis global.

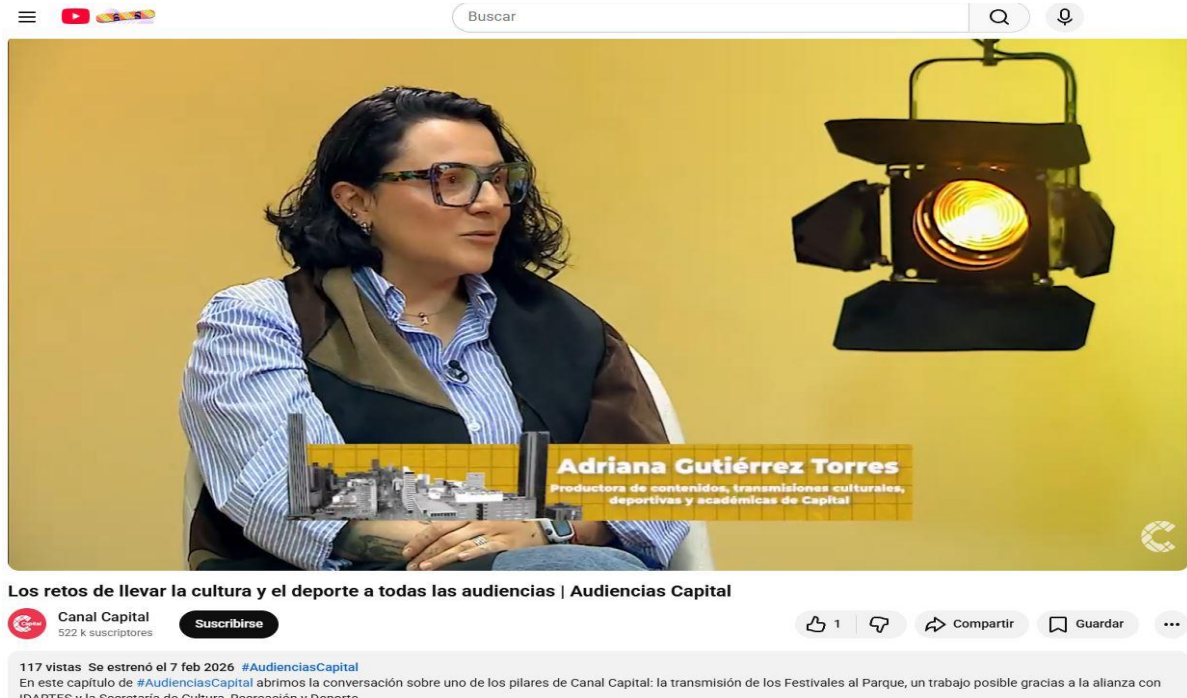
Así ocurrió con los conciertos virtuales de K-POP transmitidos durante la pandemia: ayudaron a millones de jóvenes a superar el estrés y la ansiedad, gracias a que difundieron mensajes positivos y reconfortantes

Como dijimos al final de la conversación, el testimonio de Valeria nos dejó con una certeza esperanzadora para Canal Capital y Canal Eureka: las audiencias no son números, son personas con historias, emociones, pasiones y voces que enriquece la televisión pública. Su encuentro y relación con el K_POP y con su banda favorita (Black Pink) nos puso de presente que desde cualquier rincón del país —desde Espinal, Tolima, hasta el otro lado del mundo— la música puede tender puentes, romper prejuicios y crear comunidades que se reconocen, se acompañan y crecen juntas

EMISIÓN DEL 07 DE FEBRERO DE 2026
Capítulo 6 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=dgN5YRtIQIs&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=3>

CAPITAL EN VIVO: COMUNICAR EL GOCE COLECTIVO EN FESTIVALES MUSICALES Y EVENTOS DEPORTIVOS

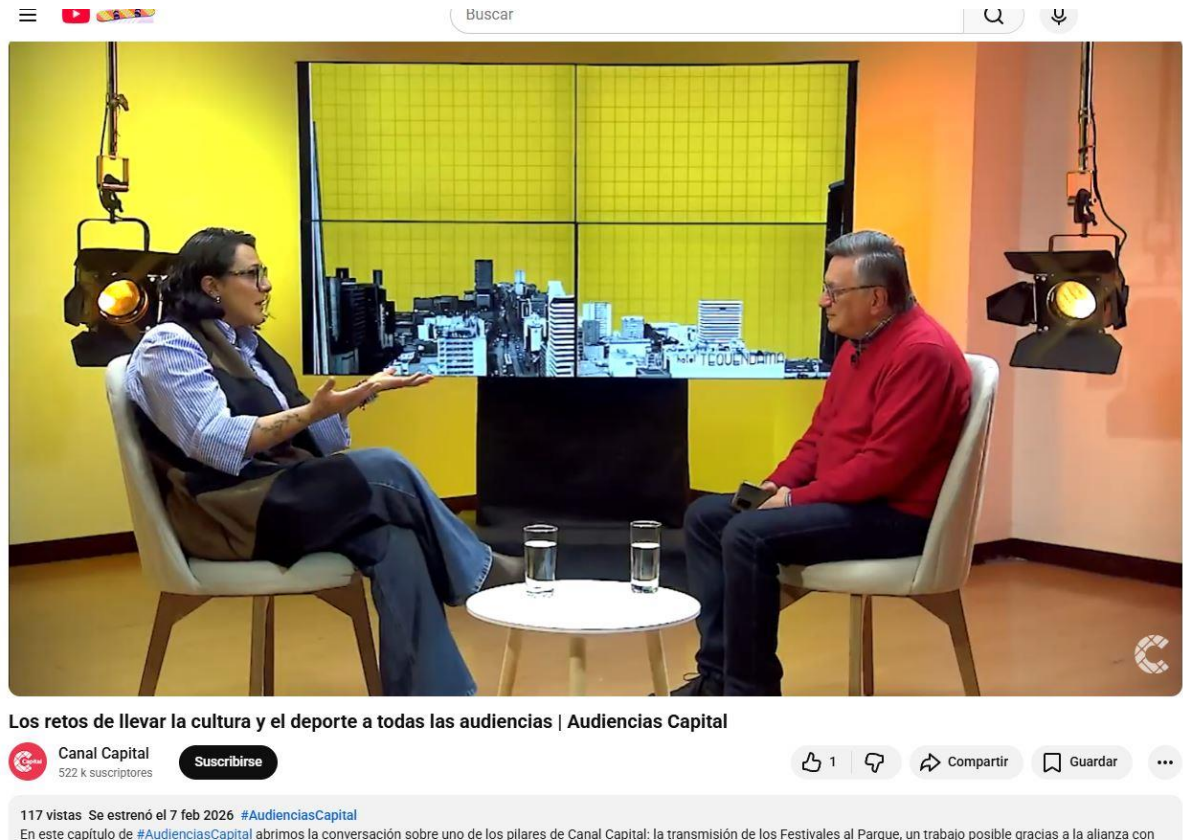


En este capítulo conversamos sobre nuestras proyectadas transmisiones 2026 en vivo desde los Festivales al Parque y los eventos deportivos analizando la relación entre esas experiencias colectivas y la construcción de una relación duradera y de calidad con nuestras audiencias.

Con Adriana Gutiérrez, productora líder de esas transmisiones, analizamos cómo lo que pasa en la pantalla y detrás de ella es un operativo complejo que, por ser planeado y pensado en función de las audiencias, contribuye a la apropiación y el goce colectivo de los escenarios y de la diversidad de expresiones culturales y eventos deportivos sobre los cuales, en general, no se ocupan los canales privados de televisión; por ejemplo, el Festival Centro que tuvo lugar entre el 29 de enero y el 1 de febrero, con el cual se abrió la agenda musical de Bogotá y de Canal Capital en 2026, celebrando la diversidad de sonidos y expresiones artísticas que dan vida a la ciudad.

Planteamos el encuentro con Adriana como una conversación indispensable y honesta frente a las audiencias del Canal teniendo en cuenta que la transmisión de los Festivales al Parque y eventos recreativos y deportivos son el mecanismo más representativo del Canal para cultivar la relación con las audiencias y para propiciar el encuentro de los habitantes de Bogotá con espacios públicos en los que echan raíces nuestros goces colectivos.

Aprender a hacer televisión transmitiendo este tipo de eventos es un aprendizaje específico y de largo aliento que no se cuaja de la noche a la mañana y, por tanto, requiere la conjugación virtuosa de talentos experimentados y nuevos, pero también exige tomar nota de las oleadas tecnológicas que han transformado la industria televisiva, el entretenimiento y la manera de relacionarnos con las audiencias. Estamos transitando y aprendiendo a convivir con las redes y plataformas digitales y a aprovecharlas para diversificar la oferta y para complementar la información que se provee a través de la señal abierta de televisión.



Al trabajo técnico de calidad, a la experiencia del equipo, a la innovación constante, a la complementariedad y sinergia entre la señal abierta de televisión y las redes y plataformas y una interacción más cara a cara con ellas y en tiempo real, se suma la búsqueda y mejoramiento continuo de las narrativas, lenguajes y formatos, poniendo a dialogar lo que pasa en los escenarios, con la experiencias de los públicos que asisten a ellos y con la de quienes los viven en sus casas, oficinas o en el transporte público, y no solo en Bogotá o Colombia sino también en cualquier lugar del mundo.

Al final de Capital, el Defensor resaltó la importancia de la participación activa de las audiencias poniendo de presente que todo lo que se mueve, se planifica y se transmite carecería de sentido sin el aporte de los televidentes o seguidores en redes y plataformas sociales, sin que compartan sus emociones, necesidades, valoraciones, críticas, sugerencias, comentarios o quejas.

EMISIÓN DEL 14 DE FEBRERO DE 2026
Capítulo 7 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=w5L6C3zDQsY&list=PLg3o8Sxb8FCHPMGe1SgJNFllc7bmeW7f6&index=2>

ELECCIONES, DEMOCRACIA Y DESORDEN INFORMATIVO (PRIMERA PARTE)

Abrimos este capítulo como un nuevo aporte a la reflexión que empezamos a finales de 2025 sobre los riesgos, amenazas y oportunidades que nos brinda el proceso electoral colombiano de 2026 para responder como ciudadanos y electores en la defensa, promoción y protección del derecho a la información veraz, oportuna, de calidad, plural, diversas y con contexto, como condición necesaria para la libertad de expresión y la participación política libre responsable en las urnas.

Invitamos al profesor Duque Soto, doctor en ciencias políticas de la universidad de Turín (Italia), docente e investigador de temas de comunicación política, periodismo y educación mediática e informacional, y autor de 'Detector de humo', serie de análisis que alcanza ya 50 capítulos en el portal 'Razón Pública'.



Abrimos este capítulo como un nuevo aporte a la reflexión que empezamos a finales de 2025 sobre los riesgos, amenazas y oportunidades que nos brinda el proceso electoral colombiano de 2026 para responder como ciudadanos y electores en la defensa, promoción y protección del derecho a la información veraz, oportuna, de calidad, plural, diversas y con contexto, como condición necesaria para la libertad de expresión y la participación política libre responsable en las urnas.

Invitamos al profesor Duque Soto, doctor en ciencias políticas de la universidad de Turín (Italia), docente e investigador de temas de comunicación política, periodismo y educación mediática e informacional, y autor de 'Detector de humo', serie de análisis que alcanza ya 50 capítulos en el portal 'Razón Pública'.

En esta primera de dos entregas, el invitado analizó con el Defensor un primer grupo de factores tecnológicos, políticos, culturales, económicos, sociales y las transformaciones en el ecosistema de comunicación global que explican porqué el desorden informativo –que es mucho más que la desinformación como la conocemos hoy– constituye una de las mayores amenazas para la institucionalidad democrática y la participación libre e informada de los ciudadanos en los procesos electorales como la elección del Congreso y del nuevo presidente o presidenta de Colombia.

Durante el análisis fuimos desglosando cada uno de esos factores que incluyen, por ejemplo, mentiras deliberadas, errores involuntarios, datos tergiversados, rumores, contenidos creados para confundir o para distraer el debate público o generar desconfianza, en muchos niveles y sobre muchos actores. El desorden informativo está plenamente identificado hace poco más de una década y sabemos cómo actúa, quién lo financia, cómo aprovecha nuestras vulnerabilidades y se adapta con eficacia en todos los contextos, se afianza como amenaza latente para los sistemas democráticos.

El crecimiento del desorden informativo ha encontrado terreno abonado en tres oleadas tecnológicas: los bots o programas automatizados; el Big Data y la Inteligencia artificial. La primera oleada permitió automatizar tareas repetitivas simulando que son realizadas por humanos; de esa manera comenzaron a ser difundidos mensajes sin un autor responsable.



La segunda oleada permitió la segmentación de las audiencias y la adopción de narrativas manipuladoras, a partir de perfiles psicológicos y emocionales específicos. Y la tercera oleada ha desarrollado técnicas para fabricar audios, vídeos e imágenes falsas o manipuladas.

Además de las oleadas tecnológicas, el desorden informativo se explica por tres dinámicas sociales que lo agravan: desconexión institucional, descontento ciudadano y desafección política. Pero, además, hay tres riesgos: el populismo que convierte la política en espectáculo; la polarización que transforma al adversario en un enemigo; y la llamada posverdad verdad, es decir, la confusión entre los hechos y la propaganda. La mezcla explosiva de populismo, polarización y de posverdad hace que quien difunde información no busca ser creíble si no sembrar dudas, indignación o miedos. En ese contexto y de ese modo, el desorden informativo resulta en una estrategia planificada para debilitar instituciones, distorsionar percepciones y condicionar el voto mediante un efecto concreto.

Según el profesor Duque, la desinformación ha existido siempre, pero, en estos tiempos está anclada a la forma y al modelo de negocio y de funcionamiento de las plataformas tecnológicas.

Ese modelo negocio se atravesó en la utopía de que internet permitiría romper el círculo de concentración de la propiedad de los medios de comunicación y que, por tanto, habría más y mejor libertad de expresión. El modelo, tal como opera hoy, es funcional a una estrategia deliberada del poder económico para hacerse al poder político; y es una estrategia ante la cual estamos muy desprotegidos legalmente, sin capacidad para regularla y para mitigar su incidencia nefasta en los sistemas democráticos.

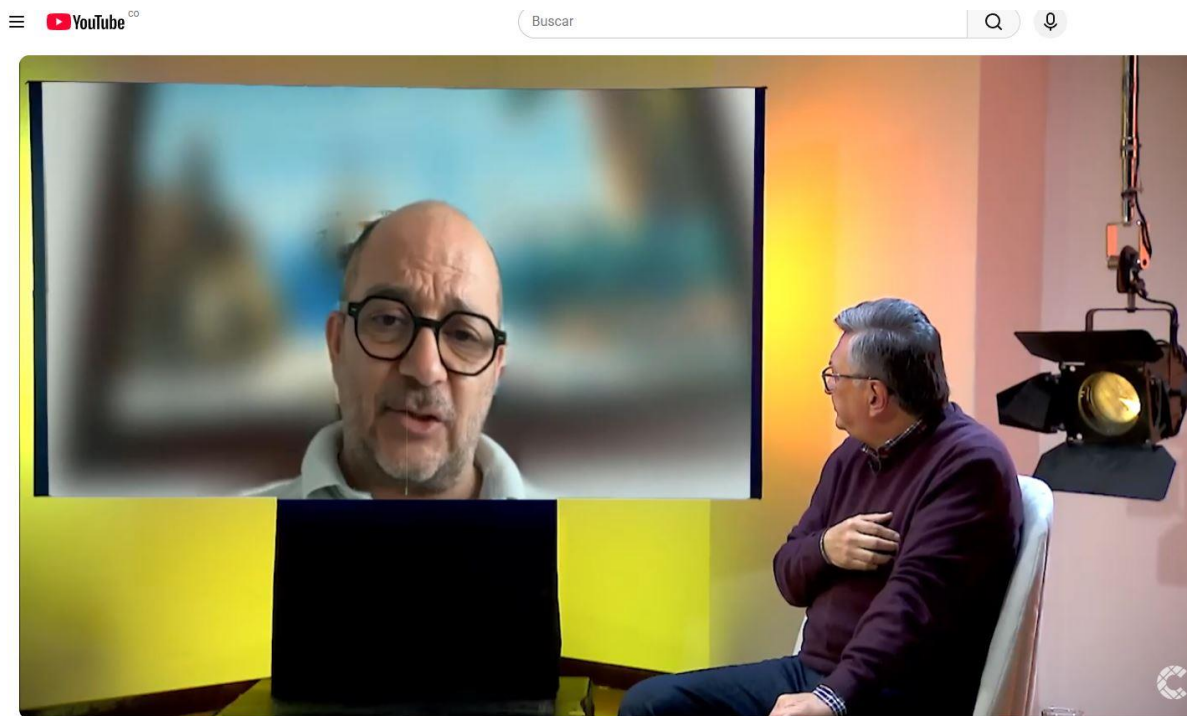
Resulta paradójico que sabiendo todo esto y entendiendo que el desorden informativo es un riesgo no siempre lo detectamos cuando estamos frente a él. La razón, explicó el invitado, es que no lo percibimos porque ocurre en un largo período de tiempo y cotidianamente, mediante cambios en instituciones como el sistema educativo y las familias, asociados a transformaciones profundas en los referentes de autoridad.

EMISIÓN DEL 21 DE FEBRERO DE 2026

Capítulo 8 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=hWrkChCs-Mw&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=2>

ELECCIONES, DEMOCRACIA Y DESORDEN INFORMATIVO (SEGUNDA PARTE)



En esta segunda parte de la conversación con el profesor Álvaro Duque **analizamos otro grupo de factores** que explican el desorden informativo y las razones por las cuales se constituye hoy en una seria amenaza para la estabilidad democrática y la participación libre e informada de los ciudadanos en procesos electorales como el que tendremos en Colombia con la elección del Congreso y quien haya de suceder al presidente Gustavo Petro.

1. La incapacidad que tenemos para saber dónde y quienes generan la información. Es lo que el profesor Duque llama la uberización de la información, queriendo decir que todos sabemos que Uber existe, que pagamos por el servicio, pero no sabemos dónde está la plataforma, a donde va el dinero o donde está ubicada la empresa.
2. La aparición en redes y en medios de comunicación de personas que, sin tener conocimiento de un tema, hablan más de la cuenta, hablan de lo divino y de lo humano. esas personas son los ultracrepidarios, palabra de origen griego, que nos remite al refrán español “zapatero a tus zapatos. Tristemente hoy pesa mucho en la opinión pública lo que dicen, por ejemplo, los llamaos influenciadores. Son personas que hablan en redes y en medios sobre lo humano y lo divino, sin conocimiento suficiente, incluido el mundo de la política.

3. El Reality Show que monetiza la polarización. Las redes y plataformas funcionan con el modelo de la “economía de la atención”. Entre más tiempo interactuamos con ellas, más información sobre nosotros les entregamos, a diario, y gratuitamente. Esa información es vendida a terceros sin nuestro conocimiento o consentimiento informado. Nuestra huella digital en redes genera riqueza porque es usada para explotar nuestras pasiones y emociones, exacerbadas por la polarización. En eso consiste la economía de la atención.
4. El manejo de cifras que parecen objetivas, pero que, son engañosas. Una de las estrategias más usadas es la de la propaganda que selecciona, manipula, subestima o ignora el contexto y pondera o exagera solo aquella que favorece a un candidato en un proceso electoral.
5. La inteligencia artificial generativa que se suma al impacto de las cuatro V: la velocidad con la que se difunde la información; el volumen exponencial de la información; la viralidad que alcanza algún tipo de información; y la verosimilitud, es decir, la incapacidad que tenemos para descifrar que tan cierta o falsa es.

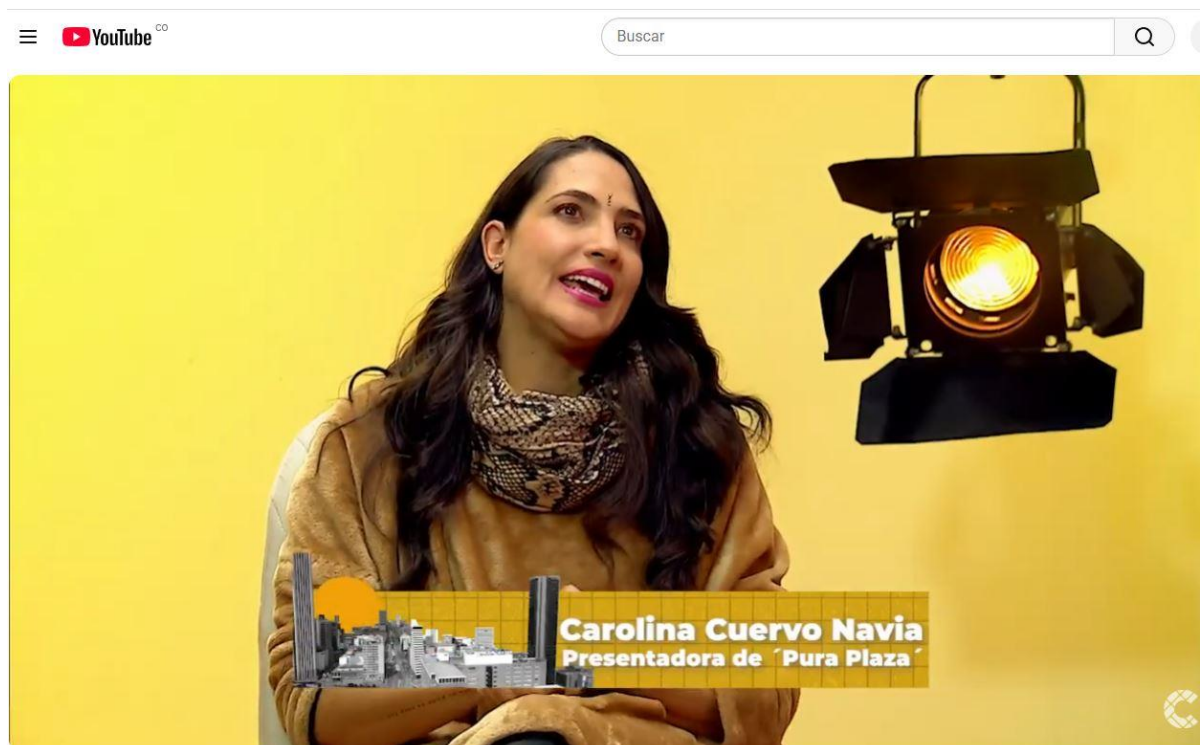
EMISIÓN DEL 28 DE FEBRERO DE 2026

Capítulo 9 de la temporada 2026

ESTRENO CAPITAL:

SERIE GASTRONÓMICA POR DOCE PLAZAS DE MERCADO BOGOTANAS

<https://www.youtube.com/watch?v=IwC6-GDtXg0&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=1>



Pura Plaza: la serie explora los sabores gastronómicos de Bogotá | Audiencia Capital

En este capítulo pusimos la mirada sobre 'Pura Plaza', serie de Canal Capital estrenada el domingo 21 de febrero. Conversamos con Carolina Cuervo, actriz, escritora y chef de cocina, quien presenta la serie que consta de 12 capítulos de 24 minutos, dos especiales dedicados al contexto histórico de seis plazas de mercado y seis videocast.



Durante la conversación explicamos a las audiencias porqué la serie nos invita redescubrir la ciudad desde el corazón de sus plazas de mercado, a partir del reconocimiento de que son territorios vivos donde convergen el campo y la ciudad, donde confluyen la tradición con la innovación y donde cada plato sus ingredientes tienen una historia para contar.

Analizamos cómo 'Pura Plaza' contribuye a valorar cultural, social y humanamente estos espacios públicos, donde convergen hombres y mujeres que han de la gastronomía popular, durante décadas, no solo una fuente de trabajo sino auténticos museos vivos de convivencia, pluralidad y mezcla de culturas y tradiciones tanto culinarias como territoriales en un país con tanta diversidad como Colombia.

Además, reflexionamos sobre la contribución de la serie al entendimiento de los nexos umbilicales entre el mundo rural y el mundo urbano, es decir, de su inevitable interdependencia y, por tanto, de la importancia de valorar y proteger los aportes del mundo rural a la vida urbana, a su seguridad alimentaria, energética y ambiental y a su diversidad cultural y social.

Según Carolina Cuervo, conocer el origen y el proceso de los alimentos desde el campo a la mesa –como lo hace la serie– nos obliga a detenernos a pensar de dónde vienen, quién los cultiva y cuánto sacrificio y conocimiento se requieren para producirlos, transportarlos y comercializarlos en los centros urbanos; y nos obliga también a informarnos sobre condiciones a veces extremas de violencia, exclusión, desplazamiento, confinamiento y conflicto armado.

EMISIÓN DEL 07 DE MARZO DE 2026
Capítulo 10 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=De2V73ESrUk&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=3>

EN LAS PLAZAS DE MERCADO ESTÁ COLOMBIA: SABORES, MEMORIA Y TELEVISIÓN PÚBLICA



Darwin Durán, comunicador social, generador de contenidos en redes digitales sobre gastronomía colombiana, felicitó a Canal Capital por Pura Plaza, serie que estrenamos el 21 de febrero de 2026, en la que participan personajes de plazas de mercado icónicas, conversando sobre su oficio, sobre la memoria del lugar, sobre el papel de las mujeres y el aporte de las nuevas generaciones de cocineros y cocineras que innovan el arte culinario.

Al felicitar a Capital en Instagram, Darwin escribió: “Felicitaciones por exaltar el sabor de las plazas de mercado. Soy Darwin ‘El cucharón viajero’ y soy un defensor de la comida de plaza. espero estar pronto visitando los sabores de Bogotá. Darwin vive en Bucaramanga. Y desde allí, nos dijo que le pareció emocionante la forma como se aborda el tema de las plazas de mercado en la serie del Canal.

Al explicar el origen de sus afectos por el tema nos explicó su proyecto en redes (El Cucharón Viajero) y porqué está convencido de que las plazas nos acercan y nos traen el campo a las ciudades. Según Darwin, una serie como Pura Plaza contribuye a preservar las tradiciones gastronómicas locales que pueden verse amenazadas por la homogeneización de las culturas si no actuamos propositivamente en el ecosistema digital global y si no impulsamos políticas públicas que incentiven la innovación local de la industria gastronómica. Esa convicción en él nació realizando un documental sobre platos ancestrales del pueblo Wayuu en el departamento de la Guajira.

Analizamos porqué Pura Plaza es una serie documental que contribuye también a despojarnos de ideas preconcebidas sobre la cocina popular: “Con frecuencia creemos que lo exquisito estás en las zonas gastronómicas, las zonas G, donde los platos son servidos por meseros profesionales y con protocolos y etiquetas que no encontramos en las plazas de mercado”. Darwin coincidió con el planteamiento: “cada vez que viaja por el país para producir contenidos gastronómicos descubro que, detrás de cada plato, hay una o varias historias, ancladas a la identidad de cada pueblo, a su idiosincrasia y a la identidad territorial. En cada plazo de mercado está Colombia”.



El valor cultural y gastronómico de las plazas de mercado | Audiencia: Capital

El Defensor recordó que en el capítulo sobre la Plaza de la Perseverancia en Bogotá fuimos testigos de la diversidad cultural y la diversidad regional. Vimos a una cocinera afrocolombiana, desparpajada, orgullosa de ser quien es y de representar a los pueblos negros del pacífico colombiano; escuchamos el testimonio de una mujer que saca pecho para hablar de su vida y de lo que significa su presencia en esa plaza de mercado, en la que también vimos un cuadro del Sagrado Corazón y otro de la Virgen del Carmen; y frente a esos dos cuadros de iconografía religiosa un hombre negro y una mujer blanca saboreaban con avidez los platos de plaza. Viendo una escena como la descrita uno entiende que tienen razón quienes afirman que las plazas de mercado son museos vivos en los que está Colombia.

Consideramos como muy significativo el hecho de que un hombre como Darwin haya decidido meterse a las cocinas de sus entrevistados porque su presencia física puede ayudar a transformar un imaginario social y cultural muy arraigado, según el cual, “los hombres en la cocina huelen a rila de gallina” como si las cocinas y la gastronomía fueran lugares u oficios indeseables para los hombres. Nos preguntamos si, en efecto, una serie como Pura Plaza o los contenidos de ‘El Cucharon viajero’ pueden ayudar a transformar prejuicios como el señalado, por cuenta del cual tantos hombres nos privamos de placer de cocinar.

Emisión del 14 de marzo de 2026

Capítulo 11 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=i9lgldqjiac&list=plg3o8sxb8fchpmge1sgjnfllc7bmew7f6&index=2>

CICLOVIVA:

CONEXIÓN CAPITAL CON LO QUE SOMOS Y SENTIMOS POR BOGOTÁ

Al finalizar 2025, la ciclovía de Bogotá fue reconocida internacionalmente como un modelo de recreación, de movilidad activa y de calidad de vida. El reconocimiento lo otorgó el World Best Cities, que anualmente publica una clasificación de las grandes urbes. Bogotá fue clasificada en el puesto 51. Un factor determinante fue la ciclovía como expresión de una política pública de recreación activa y de apropiación del espacio público.

La ciclovía, circuito interconectado de 127 kilómetros, se ha consolidado no solo como espacio deportivo y recreativo sino también como una plataforma social y cultural, como experiencia de interacción comunitaria y modelo de innovación social, movilidad activa, salud pública y apropiación de la ciudad.



Cicloviva explora la vibrante cultura de la Ciclovía bogotana | Audiencias Capital

Por esos méritos, dijimos, la ciclovía de Bogotá es protagonista de primera línea en la programación de Canal Capital. Tanto que el domingo 22 de febrero comenzó la segunda temporada del programa **Cicloviva** con un especial dedicado a la bicicleta y al ciclismo, símbolos de movilidad sostenible, de bienestar y de transformación urbana. Para contarnos qué podemos esperar en este 2026 de la segunda temporada, en sus expresiones de identidad, de convivencia y en las formas de apropiarnos de ese espacio público y de convivencia invitamos a Andrés Simón, nuevo presentador o contador de historias, como prefiere llamarle el director del programa.

Al iniciar la conversación, el Defensor de Audiencias quiso reflexionar sobre las ventajas que puede tener para el programa el hecho de que Andrés Simón ha participado desde muy joven en varios proyectos de televisión, varios de ellos en vivo, es actor y, además, exitoso creador de contenidos en redes digitales. La principal ventaja, dijo, es estar cara a cara con la gente, saber que nos estamos viendo tal y como decimos, hacemos y pensamos, sin posibilidad de echar reversa, y expuestos a interactuar y recibir opiniones y reacciones de la audiencia.

El contacto cara a cara permite que la gente experimente que, en efecto, es un programa sobre y desde la ciudad, de ellos y para ellos. Se sienten no solo partícipes, con voz propia y rostro, es decir, identificados y reconocidos desde el territorio. Lo más bacano, lo más bonito, es estar en la calle, sintiendo y viviendo con la gente, percibiendo la emoción de quien monta en bicicleta, de quien se come un raspao, se toma un salpición o corre al lado de su perro.



Reflexionamos sobre el aporte de la ciclovía a la promoción de la actividad física, a la relajación y a la interacción con lugares y personas, como condiciones necesarias para preservar la calidad de vida corporal, emocional y mental y una mayor exigencia del autocuidado ante el creciente fenómeno del estrés, los problemas de movilidad y congestión urbana, y las presiones laborales. La ciclovía como punto de encuentro, como pretexto para realizar actividades conjuntas o simplemente para conversar, actualizarnos sobre la vida de los demás, darnos un abrazo o una voz de aliento, o para dar o recibir un consejo.

Coincidimos en que Cicloviva es un programa que pondera las cualidades de la ciclovía como experiencia de inclusión, por ejemplo, para las personas con discapacidad física; como espacio seguro para el disfrute de muchos bienes y servicios recreativos y culturales que ofrece la ciudad; como punto de encuentro con personalidades de la vida pública y con gente del común que comparten historias de vida inspiradoras, liderazgos innovadores o temas de conversación con frecuencia relegados en la agenda mediática; pero también como un espacio público en donde se comparten aprendizajes sociales, buenas prácticas de respeto, relacionamiento social y convivencia o de cultura ciudadana.

Comentamos que cuanto acontece en la ciclovía –que es un espacio público cambiante, dinámico y que se transforma día a día– puede ser pretexto para propiciar debates públicos informados, por ejemplo, sobre las dinámicas de la vida urbana; nuevas formas de movilidad y de transporte; las dinámicas sociales y económicas de los barrios y localidades; nuestro sentido de arraigo y pertenencia a la urbe, el cuidado colectivo de la ciudad como casa de todos. ¿Cómo puede Canal Capital con un programa como Cicloviva contribuir al logro de esos propósitos?

INTEGRIDAD DE LA INFORMACIÓN ELECTORAL: UNA GUIA PARA ENTENDER, VERIFICAR Y DECIDIR



¿Cómo garantizar la integridad de la información en elecciones? |

Invitamos a Mauricio Vera, de la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, a presentar la Guía de Integridad de la Información en Contextos Electorales, publicada conjuntamente con el Consejo Nacional Electoral, la Registraduría Nacional del Estado Civil, la Misión de Observación Electoral (MOE) y Colombia Check.

Tras hacer una presentación general de los objetivos. ¿Por qué una guía de información sobre integridad de la información en procesos electorales? Porque hoy, como nunca, se necesita que **quienes generan información u opinión, en los medios o en las redes**, cuenten con herramientas para **asumir la responsabilidad** que les cabe frente a la veracidad, la imparcialidad, el pluralismo y las libertades de expresión, opinión e información.

Cuando hablamos de integridad de la información estamos pensando en un entorno informativo con **fuentes de información precisas, confiables y basadas en la evidencia**, es decir, que se pueda comprobar. Si se cumple esa condición, las personas puedan estar expuestas a ideas plurales y diversas, tomar decisiones informadas y ejercer mejor sus derechos. Y cuando hablamos de **pluralismos** nos referimos a un valor constitucional **sin el cual los ciudadanos no podemos elegir reflexiva y libremente** entre las alternativas existentes. El pluralismo nos permite elegir lo mejor para cada uno, según nuestras propias convicciones.

Presentamos una breve descripción sobre cada uno de los cinco capítulos, a saber:

- El primero se ocupa de explicar la **veracidad** como principio democrático que exige que la **información** sea **verificable y comprobable**.
- El segundo aborda el principio de **imparcialidad** y su conexión con la **neutralidad** y la **objetividad** –aunque algunos prefieren hablar de transparencia–, aunque hay quienes dicen que es mejor hablar de transparencia que exige cualquier contenido informativo.

- El tercero describe el **ecosistema de la información electoral**, las lógicas con las que se producen, distribuyen, consumen y se apropian los contenidos electorales y problemáticas complejas y difíciles de atender, como la **desinformación**, los **discursos de odio**, los **sellos algorítmicos**, las **burbujas informativas** o el uso inadecuado de la **inteligencia artificial**.
- El cuarto capítulo describe las **normas electorales** vigentes y el papel de entidades como el Consejo Nacional Electoral la registraduría y la propia comisión de regulaciones para garantizar que la elección sea confiable, transparente y justa.
- El quinto capítulo nos acerca a la **alfabetización mediática**, es decir, a las **competencias ciudadanas** que debemos desarrollar para analizar, crear, reflexionar e interactuar frente a los contenidos.

Con el Comisionado nos concentramos en el tercer capítulo, el cual comienza con una pregunta compleja: ¿Cómo proteger la integridad de la información una vez que esté circulando sabiendo que hoy disminuye la interacción con la televisión, la prensa y los sitios web de noticias, mientras aumenta de una manera brutal la dependencia de las redes sociales y las plataformas de video?

En Colombia, el 60 por ciento de la población joven busca información en redes digitales, pero la población adulta es la que se interesa por verificarla con los medios tradicionales.

Explicó el Comisionado que, aunque en los medios hay intereses políticos o económicos, y en muchos puede haber sesgos informativos notables, permanece vigente un sistema organizacional y empresarial al cual es posible legalmente exigir responsabilidad social o penal si la hubiere.

En las redes y plataformas no es fácil identificar la fuente originaria de la información, las audiencias carecen de mecanismos formales para presentar quejas o reclamamos –como el Defensor del Televidente, la propia Comisión de Regulación de Comunicaciones o el sistema judicial para proteger sus derechos–, las fuentes son anónimas y, por lo general, no tienen una dirección física para localizarlas

Además, los contenidos creados en redes son creados por miles y en todo tiempo y lugar por los usuarios de las redes y plataformas, con un agravante: en su difusión intervienen motores de búsqueda con algoritmos que deciden qué información aparece en las búsquedas y en los resultados.

El riesgo es claro: el algoritmo de la plataforma perfila, personaliza y dirige ciertos contenidos a determinado tipo de audiencias, con base en el conocimiento que tienen de cada usuario, a partir de los usos que cada quien hace de las redes.

Pero el usuario también determina la construcción del algoritmo: en la medida en que cada uno de nosotros busca un contenido para satisfacer las necesidades propias de información de acuerdo a sus perspectivas del mundo—lo cual permite a la plataforma identificar mis gustos, tendencias, creencias, intereses— el algoritmo se va cerrando. De esa manera, la burbuja de la red lo va encerrando y lo aísla de múltiples perspectivas. La responsabilidad del ciudadano entonces es enorme.



Reflexionamos sobre un hecho relevante para Colombia: la persistencia del conflicto armado que enrarece, con enorme influencia, discursos y expresiones chocantes, inusuales, contrarias a lo socialmente aceptado; o exacerba expresiones indecentes, escandalosas o excéntrica que, no obstante, gozan de protección constitucional, es decir, se inscriben en el marco de la libertad de expresión.

La pregunta obligada es cómo ejercer la libertad de expresión de manera responsable, no solo desde la perspectiva de los periodistas y los medios sino también desde la óptica de los ciudadanos del común que producen o replican contenidos o desde los creadores o influenciadores que actúan al margen de las responsabilidades sociales exigidas por ley a los medios. La discusión, entonces, llega a plantearse no tanto en si la información es veraz o falsa sino en clave de derechos, es decir, en saber cuándo y cómo una información vulnera mis derechos ciudadanos.

Abordamos también el impacto de la inteligencia artificial generativa que ha modificado estructuralmente la manera en que se produce y circula hoy la información a nivel global, impactando nuestras percepciones, creando confusión entre lo que es real y menguando nuestra capacidad natural y evolutiva de distinguir y debatir sobre lo que es creador artificialmente o por los seres humanos. La frontera entre una y otra creación es cada vez más difusa, borrosa y difícil de identificar,

EMISIÓN DEL 28 DE MARZO DE 2026

Capítulo 13 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=KbBJ7bYVA04&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=1>

ALOCUCIONES PRESIDENCIALES Y PLURALISMO INFORMATIVO

Invitamos a Sadi Contreras, Comisionado de la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), a presentar el balance del cumplimiento de un fallo de tutela del Consejo de Estado sobre las alocuciones televisivas del presidente de la República, en el primer trimestre de 2026.

El fallo de tutela –septiembre de 2025– amparó el derecho al pluralismo informativo a un grupo de ciudadanos que consideraba abusivo el uso de la figura de la alocución por parte del presidente Gustavo Petro Urrego. Según el alto tribunal, las alocuciones presidenciales son un mecanismo de comunicación excepcional, ante circunstancias urgentes que ameritan interrumpir la programación ordinaria de todos los canales de televisión, públicos y privados.



El fallo de tutela ordenó a la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) precisar, ajustar o establecer criterios y protocolos de obligatorio cumplimiento por parte del Jefe de Estado, cada vez que solicite una alocución presidencial. En cada una de las solicitudes, la Presidencia debe justificar con suficiencia porqué la alocución cumple con los criterios de urgencia y excepcionalidad y demostrar que el tema a tratar tiene relación directa y bien establecida con las funciones constitucionales del Jefe de Estado.

En cumplimiento de la tutela, la CRC emitió el 31 de diciembre de 2025 una Resolución en la que determinó que, en los programas del Defensor del Televidente, los Canales de televisión deben presentar, trimestralmente, un balance del cumplimiento de la tutela, con base en los informes que la CRC publica en su página Web, dos días después de cada una de las alocuciones del Mandatario.

El Comisionado explicó cómo, en cada solicitud, la Presidencia de la República debe justificar, con mínimo seis horas de antelación a la hora prevista, si efectivamente es urgente, si es de interés público y de alcance nacional, si corresponde a un hecho sobreviniente y si no existen otros mecanismos de comunicación sobre el tema propuesto; e indicando el tiempo que considera necesario para dar las explicaciones suficientes --se ha establecido en media hora con posibilidad de ampliarlo hasta una hora, en casos muy especiales--.

El Comisionado explicó el alcance de la frecuencia y temporalidad de las alocuciones. El Consejo de Estado consideró tanto la afectación económica por interferencia o suspensión de programas de alta audiencia (con el efecto colateral de reducción de ingresos publicitarios), como el riesgo de que, en una alocución frecuente, extensa y en horario de alta sintonía, se monopolice el uso del espectro electromagnético y se excluya del debate público la controversia, el pluralismo, la imparcialidad informativa y la participación de voces distintas a la del presidente de la República, especialmente de los sectores de la oposición.



Alocuciones presidenciales en Colombia y pluralismo informativo | Audiencias Capital

Según el Comisionado, el Consejo de Estado parece admitir que si un Presidente de la República, bajo la figura de la alocución presidencial, se toma dos o tres horas del horario prime, obligando a todos los canales a encadenarse, para exponer en solitario sus puntos de vista sobre un tema X, cabe el debate de cómo se afecta el equilibrio entre oposición y gobierno, es decir, sobre el pluralismo informativo y la oportunidad de conocer versiones diversas e informadas sobre un mismo hecho.

Para él, es un debate legítimo que debe darse, pero también otro pendiente sobre la línea editorial, el tratamiento informativo y la responsabilidad de los canales públicos frente a sus audiencias, teniendo en cuenta que por su misión y visión deberían ser más abiertos y diversos.

Se trata –dijo– de que un Gobierno es responsable si entiende que los canales públicos se financian con recursos del Estado, deben ser garantes del pluralismo y la diversidad, sin exclusiones, y abrirse a la participación de todos los sectores. Casi contrario, es el de un gobernante irresponsable, es decir, aquel que considera que la línea editorial de los medios públicos debe seguir su línea ideológica, violando el principio del pluralismo informativo e irrespetando la libertad de expresión de los ciudadanos y la autonomía editorial de los medios públicos.

Sobre el balance del primer trimestre, y en cumplimiento de lo ordenado para nosotros como Canal en la Resolución de la CRC, informamos que, hasta el pasado 25 de marzo, el presidente Gustavo Petro había realizado tres alocuciones presidenciales.

- La del **14 de enero**, sobre el alcance de los **decretos derivados de la declaratoria de la emergencia**, fue solicitada por una hora. la comisión la autorizó por media hora, pero duró tan solo 16 minutos.
- La del **15 de febrero** se usó para explicar los **efectos de la suspensión provisional** del decreto que había fijado **el salario mínimo de 2026**. El gobierno había solicitado autorización para una hora, la cual le fue concedida, pero finalmente duró 21 minutos, tiempo de la intervención pregrabada enviada por la presidencia.



Alocuciones presidenciales en Colombia y pluralismo informativo | Audiencias Capital



Canal Capital
524 k suscriptores

Suscribirse



Compartir



Guardar



- En la del **3 de marzo**, sobre **seguridad nacional durante las elecciones legislativas**, la CRC solicitó al gobierno precisar expresiones como “transparencia electoral” y “aspectos que puedan que puedan amenazar el normal funcionamiento de la democracia. El gobierno planteó una extensión de 10 minutos, los cuales le fueron concedidos. No obstante, el presidente utilizó solo 20 de los 40 minutos autorizados

En palabras del Comisionado, la CRC está muy satisfecha con el balance del primer trimestre. “Hay que reconocer que la Presidencia de la República, en cabeza del señor presidente Gustavo Petro, desde el momento del fallo, desde que tuvimos que emitir la primera circular y luego el acto regulatorio con los criterios, el Presidente de la República ha sido muy respetuoso. Seguramente en algún trino se expresa no conforme, pero ha respetado tanto la decisión del Consejo de Estado como la decisión regulatoria de la CRC

EMISIÓN DEL 04 DE ABRIL DE 2026
Capítulo 14 de la temporada 2026

HISTORIAS EN MOVIMIENTO. CICLOVIVA, RELATOS DE CIUDAD

<https://www.youtube.com/watch?v=VEb7F3k78Ow&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=4>

El objetivo del capítulo fue entender cómo y por qué los contenidos de Canal Capital dialogan con la ciudad, sus habitantes y las múltiples formas de sentirla, apropiarla y vivirla. CicloViva es un programa que, desde lo cotidiano, logra algo muy poderoso: contar historias que develan quiénes somos y qué nos da identidad como habitantes de Bogotá. CicloViva es la propuesta de Canal Capital que convierte la ciclovía en mucho más que un recorrido: la transforma en escenario de encuentro, espacio de memoria y reflejo de la diversidad que nos habita como ciudad. Conversamos con Juan Acevedo, su director, para entender cómo y por qué se relatan ciertas historias y no otras.



Audiencias Capital: Cicloviva, la ciudad que se cuenta en movimiento

Tomamos nota de las decisiones editoriales, cómo se eligen las historias y las voces que nos permiten asumir el reto de narrar a Bogotá desde lo humano, lo cercano y lo colectivo. Juan nos explicó el ADN editorial del programa, sus apuestas narrativas y el papel que juegan las audiencias en la construcción de los contenidos.

Cicloviva persigue tres objetivos:

- Capturar la esencia humana de la ciclovía: lastimosamente, con frecuencia, no encontramos motivos para hablar bien de Bogotá. Y resulta que la ciclovía es uno de esos buenos motivos. Miles hablan bien de ese espacio colectivo, de la experiencia personal y familiar, de la vida sana, de la recreación y el deporte, de cómo se apropian del espacio, etc.
- Desarrollar ciertos lenguajes televisivos, inspirados en los de las redes y plataformas digitales, innovando en los formatos tradicionales de la televisión, experimentando con celulares y apelando a estéticas, movimientos y montajes más ágiles para captar la atención del público habituado a consumir digitalmente contenidos.
- Desarrollar el concepto de historias en movimiento, es decir, historias que nacen y se desarrollan en la calle. Es en la calle donde miramos qué está pasando, descubrimos personajes, conversamos con ellos y, a través de ellos, llegamos a más historias, lugares y experiencias de vida. Propiciamos conversaciones relajadas, con interacciones espontáneas y respetando las dinámicas propias de lo que acontece en la ciclovía.

Se trata de descubrir qué hay detrás de cada historia, más allá de lo que vemos en pantalla, gracias a una actitud de búsqueda y una intención deliberada de descubrir otras posibles miradas de la ciudad. No se trata de un simple registro de lo que se ve en la ciclovía sino de interpretar los lugares, lo que simbolizan, lo que dicen sobre nosotros, nuestras formas de convivir y lo que nos une, en medio de la diversidad, el pluralismo y las diferencias.



Audiencias Capital: Cicloviva, la ciudad que se cuenta en movimiento

En ese proceso de indagación son determinantes las decisiones editoriales: ¿Qué contamos? ¿A quién o quiénes escuchamos? ¿Desde dónde narramos y cuáles son nuestras perspectivas? Son preguntas básicas para un medio público como Canal Capital con el reto de construir relatos que no solo informen sino también que generen identidad y pertenencia a la ciudad y, al mismo tiempo, provoquen y abran conversaciones inaplazables sobre la vida en la urbe. Por tanto, siempre serán pertinentes preguntas como: ¿Cuáles son las historias que vale la pena contar? ¿Qué miradas o visiones están aún ausentes o cuáles sobre representadas?

EMISIÓN DEL 11 DE ABRIL de 2026
Capítulo 15 de la temporada 2026

INFORMACIÓN ELECTORAL.

V ERACIDAD, IMPARCIALIDAD Y VIRALIDAD

<https://www.youtube.com/watch?v=Xa-AkXEI2Ek&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=3>



En tiempos electorales, necesitamos información que nos permita decidir con libertad y conciencia. Hoy, ese ideal se enfrenta a un obstáculo de envergadura: el debate público está saturado de ruido, desinformación, contenidos manipulados, discursos de odio y verdades a medias que circulan, sobre todo, en entornos digitales.

Por fortuna los electores colombianos tenemos hoy a nuestro alcance una herramienta clave: la guía para proteger la integridad de la información en contextos electorales, creada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), el Consejo Nacional Electoral (CNE), la Registraduría, la Misión de Observación Electoral (MOE) y Colombia Check. Es un documento gratuito, de fácil acceso, pensado para fortalecer nuestra participación informada y libre.

En esta emisión quisimos acercar de nuevo a las audiencias de Capital a esa guía, invitarlas a leerla, difundirla y a tomar nota de la conversación con nuestro invitado, Sadi Contreras Fuset, Comisionado de la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).

Abrimos la conversación con esta pregunta: ¿cómo creen ustedes que estamos en materia de veracidad en la información en la actual coyuntura electoral de Colombia? Según el Comisionado, la experiencia reciente en otros países, el impacto de la desinformación a través de redes y plataformas digitales, la creciente polarización política y el peso mayor que tienen hoy los contenidos de plataformas y redes comparados con los de los medios tradicionales, son suficientes para advertir sobre riesgos y daños potenciales sobre la institucionalidad democrática y el proceso electoral mismo. Las transformaciones tecnológicas y el todavía inexplorado mundo de la inteligencia artificial hacen que, cada vez más, se borre la frontera que delimitaba el campo de la televisión.



Información electoral: veracidad, imparcialidad y viralidad | Audiencias Capital

Hoy puede hablarse de la “nueva televisión”, esto es, todos los contenidos audiovisuales que se transmiten sobre cualquier plataforma, llámese señal abierta, cable, satélite o internet. Son autopistas por lo que corren contenidos audiovisuales, con mecanismos novedosos de consumo de información, donde los usuarios y receptores –a diferencia del pasado– se interrelacionan en tiempo real y proactivamente. Son audiencias activas y participativas. Hoy los usuarios de redes son participativos, interactúan entre ellos y con los medios.

El hecho es que, hoy, en Colombia:

- Solo el 35% de las personas confía en las noticias que consume.
- Únicamente el 39% considera que la información de los medios de comunicación tradicional es confiable. Imagínense ustedes,
- el 62% de los niños, niñas y adolescentes de Colombia desconfía de la información que encuentran en plataformas digitales, especialmente en redes sociales y en YouTube.
- Dos de cada tres influencers no verifica sus contenidos antes de publicarlos.

Nos preguntamos, por tanto, ¿qué impacto tiene tal nivel de desconfianza en las elecciones y en la democracia? La respuesta pasa por advertir que los medios tradicionales están regulados, pero las redes y plataformas no. Nadie es doliente hoy, desde el Estado, de un proceso regulatorio que establezca unas reglas mínimas que garanticen estándares de verificación de la información que se difunde, especialmente en redes y plataformas.

Lo evidente es que se está pasando, sin límites, de la libertad de información al libertinaje, sin consecuencias para quienes hacen daño. ¿Cuál es la responsabilidad exigible a los generadores de contenido, independientemente de que sean periodistas, influenciadores o ciudadanos del común? Ser lo más imparciales posibles, esto es, que la carga de subjetividad propia de los seres humanos no impida conocer todas las voces posibles, con la mayor dosis de diversidad y pluralismo, y con el contexto necesario. La imparcialidad es una condición necesaria para que quienes decidan sean las audiencias receptoras de la información.



Información electoral: veracidad, imparcialidad y viralidad | Audiencias Capital

Otra condición necesaria es que la información sea veraz, es decir, que pueda ser verificada por todos. Cuando una información es veraz hay, generalmente, varias maneras de comprobarla. Tiene mucho valor el servicio informativo de los operadores públicos y privados de televisión, en la medida en que actúen con responsabilidad, conforme a estándares éticos y al marco constitucional, legal y regulatorio; así, la veracidad puede estar garantizada de mejor manera en los operadores tradicionales de televisión.

Lo que debería ocurrir siempre es que cuando un lector, oyente o televidente dude de un contenido en redes, pueda corroborar consultando la información de los medios tradicionales sobre el tema. Los portales que verifican noticias –como Colombia Check, por ejemplo– y la Inteligencia Artificial misma son recursos y herramientas disponibles, aun cuando su acceso y uso es todavía incipiente para este propósito.

En cualquier caso, las nuevas tecnologías pueden ser aliadas de la transparencia informativa en un escenario global como el actual, en el que la liberación, manejo y creación de contenidos pueden estar en manos de un porcentaje pequeño de creadores de contenidos que puede hacer mucho daño. La ventaja, no obstante, es que hemos pasado del consumo pasivo de información, a un consumo activo y reactivo mediante el cual podemos controvertir lo que se nos quiera imponer. Las bodegas digitales, por ejemplo, que corresponden a cuentas que en muchos casos no son reales, desinforman intencionalmente o nos hacen creer que toda una nación o una sociedad respalda a un líder determinado. Son cuentas pequeñas porcentualmente hablando, pero desinforman sobre alguien o algo, positiva o negativamente, creando tendencias y procesos virales que revisten de verdad y credibilidad informaciones falsas.

Un panorama como el descrito exige que quien genere información –periodista, influenciador o ciudadano del común– tiene el deber de diligencia, según el cual, quien genera contenidos debe asegurarse que ha contrastado la información, ha consultado a fuentes confiables, las cita y, además, evita replicar publicaciones de origen dudoso o que, claramente, pueden causar daño. En otras palabras: generar contenidos no es decir todo lo que se me da la gana sino aquello que obtengo como información, cumpliendo requisitos mínimos éticos y del oficio. El deber de diligencia debe funcionar también frente a rumores que circulan en redes y plataformas, o en conversaciones cotidianas, porque de tanto replicarse se vuelven un referente de verdad. Si no aplico la diligencia debida convierto en verdad lo que no es verdad o lo que posiblemente no sea verdad. Eso implica que el consumidor es igualmente responsable de la diligencia debida. El mejor camino para llegar a la verdad es consultar y contrastar la información con diversidad de fuentes. Que millones de personas repitan una información no es garantía de que haya sido verificada o sea confiable.

EMISIÓN DEL 18 DE ABRIL DE 2026

Capítulo 16 de la temporada 2026

<https://www.youtube.com/watch?v=ZQEfQu9DS6s&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=2>

MAMACITAS EN BICI:

COMUNICACIÓN COMUNITARIA PARA

EL CAMBIO, CON ENFOQUE DE GÉNERO

En este capítulo conversamos sobre ‘**Mamacitas en bici**’, proyecto de comunicación comunitaria para el cambio y la transformación social con enfoque de género y para población vulnerable. El defensor invitó a Eliana González Torres, una de sus líderes y cofundadoras para analizar la importancia que tiene para Canal Capital el haber contado la historia del proyecto en una reciente transmisión del programa **Cicloviva**, el cual se emite en vivo desde la ciclovía de Bogotá.



Mamacitas en Bici: un colectivo que reivindica los derechos de las mujeres | Audiencia Capital

En su relato, Eliana Gonzáles contó que poco después de tener su primer hijo descubrió que a nivel barrial decenas de mujeres se movilizaban en bicicleta desempeñando roles de cuidado. Conversando con varias de ellas surgió la idea de contactar a colectivos u organizaciones promotoras del uso de la bicicleta como medio de transporte, con el propósito de obtener asesoría y apoyo para organizarse y conversar sobre los temas del cuidado, mientras se usa la bicicleta.

Ella misma empezó a transportarse con su hijo recién nacido, mientras observaba a decenas de otras madres haciendo maromas adaptando las bicicletas para transportar a sus hijos cuando necesitan llevarlos al jardín, a la guardería, al colegio o llevarlos consigo a sus lugares de trabajo, para hacer comprar o llevar el mercado a casa.

Lo que más le apasionó fue poder encontrarse con otras historias y compartir la propia, todas ellas atravesadas por un montón de adversidades. Pronto entendió que no era la única que vivía tales adversidades y que cada una tenía historias singulares que merecían ser contadas, visibilizadas y tomadas como referentes de un estilo de vida signada por el uso cotidiano de la bicicleta.

Historias con un elemento en común: la mayoría de mujeres madres empezaron a usar la bicicleta por el tema de la maternidad, por la necesidad de agilizar los viajes y por economía. “Cuando uno va en bicicleta, aparte de la fuerza que hace para poderse mantener en movimiento y lograr el equilibrio que se apoya la cadera, se juntan la expresión corporal, la conciencia y la maternidad”. Por eso, hicieron propio el eslogan “de mi vientre nace la fuerza del pedal”. Pero el instinto del cuidado no se pierde cuando el vientre se posa sobre la bicicleta, cuando la madre necesita llevar alimento al hijo o transportarlo a la guardería o a la escuela.



Mamacitas en Bici, un colectivo que reivindica los derechos de las mujeres | Audiencias Capital

“Cuando mi hijo era pequeño, a mí muchas veces me gritaban que era irresponsable pedalear con mi hijo. Yo no estaba haciendo nada malo. Pedaleaba para llegar a un punto en el que podía dejar a mi hijo al cuidado de alguien o porque debía ir conmigo porque no tenía con quien dejarlo. Mi hijo me acompañaba todo el tiempo en bicicleta. Yo la adapté con un sillón especial y usaba posapiés para evitar accidente. Obviamente él iba con su casco, usábamos chalecos reflectivos y procurábamos todas las medidas de seguridad que podíamos tener. Se trataba de entender que en esa bicicleta íbamos dos seres humanos, que sobre esas ruedas había vidas y que los demás no podían pasar por encima de esas vidas”. Estamos hablando pues de la bicicleta como medio de transporte y no simplemente como un medio recreativo o deportivo, pero con una premisa: uso la bicicleta y me siento segura en la medida en que otros me cuiden, respeten los límites y las reglas. Esa condición necesaria hace parte de lo que en ‘Mamacitas en Bici’ llaman “practicar la crianza en tribu”, es decir, que todos estamos llamados a convocarnos, percibirnos y a actuar como tribu autocuidadora y protectora de todos.

En la parte final del programa reflexionamos sobre qué significa que Mamacita en Bici se conciba como un proyecto social y comunicativo para la transformación y el cambio social con enfoque de género, e indagamos sobre los aprendizajes que el proyecto puede aportar para Canal Capital como medio público.

EMISIÓN DEL 25 DE ABRIL DE 2026
Capítulo 17 de la temporada 2026

POBLACIÓN SORDA Y DEBATES PRESIDENCIALES: DEMOCRACIA SIN BARRERAS

<https://www.youtube.com/watch?v=J3S-JL-htLg&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgINFlc7bmeW7f6&index=1>

En esta emisión reflexionamos sobre un tema fundamental en una democracia: el acceso a la información, en igualdad de condiciones, como condición necesaria para la participación efectiva de las personas sordas o con baja audición, especialmente durante y con ocasión de los debates televisivos entre los aspirantes a la Presidencia de la República.



Población sorda y acceso a la información electoral | Audiencias Capital

En un contexto electoral, garantizar que todas las personas puedan informarse no es un gesto opcional, es un derecho. Y cuando hablamos de la población sorda, ese derecho pasa por reconocer su lengua, su cultura y sus formas de comunicación. ¿Qué significa realmente una democracia accesible? ¿Estamos asegurando que todas las voces — incluidas las de quienes se expresan con las manos— sean comprendidas, respetadas y tenidas en cuenta en los debates públicos?

Con Giovanni Melindres, director del Instituto Nacional para Sordos (INSOR) conversamos sobre los avances, los retos y las acciones necesarias para cerrar las brechas en el acceso a la información, con ocasión de escenarios relevantes como los debates presidenciales transmitidos por televisión.

Garantizar la accesibilidad en los debates presidenciales televisivos es garantizar la democracia comunicativa, la participación política efectiva, el poder ciudadano de las personas sordas y la posibilidad real de que las voces, incluso la de quienes se expresan con las manos, sean escuchadas, comprendidas y respetadas en un proceso electoral que implica elegir opciones que afectan la vida de todos.



El pluralismo es fundamental para el ejercicio democrático a la luz de la Constitución que concibe el derecho de todos a informarnos de manera democrática. Para el caso de la población sorda existen leyes y resoluciones que plantean acciones concretas para la población sorda y la obligatoriedad de que la información sea accesible y transparente; por ejemplo, la ley 1712 de 2014.

La población sorda ha transitado un largo camino para acabar con la invisibilidad institucional y consolidar el reconocimiento de las personas sordas como sujetos de derechos con identidad cultural y lingüística propias. Sabemos que ese reconocimiento sigue siendo de papel en muchos momentos y situaciones, especialmente cuando se evalúa desde el ejercicio político, la participación ciudadana y los liderazgos públicos de personas sordas o instituciones que las representan

Hoy, las personas sordas pueden acceder a la información a través del intérprete de lengua de señas colombiana, la participación de presentadores sordos o la subtitulación en pantalla. Sin embargo, estos logros no son suficientes. Se trata de seguir abriendo el espectro de oportunidades a través de la política pública. No se puede depender de las buenas voluntades. Se requiere compromiso, voluntad política y coordinación entre la Comisión de Regulación de Comunicaciones, los operadores públicos y privados de televisión, las organizaciones de la sociedad civil –como la Federación Nacional de Sordos de Colombia, el Insor y las campañas presidenciales mismas.

Se sabe, por un estudio auspiciado por la CRC, que la población sorda es muy diversa. Se requiere, por tanto, que los medios de comunicación avancen en el conocimiento de las características sociodemográficas, culturales y regionales de la población sorda y de las innovaciones tecnológicas que pueden ponerse al servicio de la inclusión comunicativa de las personas sordas, para garantizarles no solo el seguimiento de los debates presidenciales sino también para que puedan opinar, dialogar, controvertir, contrastar fuentes o gestionar sus demandas e intereses ante los medios, los partidos, los movimientos políticos y los candidatos a la Presidencia.

También es necesario garantizar la mayor idoneidad posible de los intérpretes de lengua de señas que apoyen la transmisión de los debates. Idoneidad no solamente por el conocimiento de la lengua de señas sino también por competencias específicas para que el servicio prestado responda a estándares de transparencia y de eficacia comunicativa. Todavía persisten algunos intérpretes con un desempeño bajo o muy básico, lo cual, obviamente vulnera los derechos de las personas sordas. Y ocurre no solo en los servicios de televisión sino también en las redes y plataformas digitales, con el agravante de que se está usando la inteligencia artificial mediante avatares, práctica que no garantiza la mejor comprensión de la información.

Queda mucho por hacer con el desarrollo tecnológico, a pesar de que ha habido una evolución importante en las aplicaciones para las personas sordas. Los sistemas de subtitulación y otras herramientas pueden mejorar la precisión de la información transmitida en tiempo real y no necesariamente automática. Se requieren herramientas para verificar la autenticidad y la calidad de la información, para que ésta llegue de manera comprensible y para que las personas sordas que hoy tienen bajo nivel de lectura de la subtitulación, puedan superar esa barrera.

02-MAY-2026 Capítulo 18 de la temporada 2026:
**MAFE DÍAZGRANADOS: REPORTERA CAPITAL QUE
NARRA A BOGOTÁ DESDE LA CULTURA**

<https://www.youtube.com/watch?v=shtr3U--RrM&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=6>



La periodista de 29 años impulsa un cubrimiento cultural enfocado en barrios, diversidad y participación ciudadana en Bogotá. En una ciudad marcada por la diversidad, la cultura se convierte en una forma de comprender sus dinámicas y transformaciones. Desde el periodismo público, contar esas historias implica mirar más allá de lo evidente y acercarse a los territorios. Nacida en Santa Marta, con seis años de vida en Medellín y más de 12 en Bogotá, su trayectoria personal ha estado marcada por el contacto con distintas culturas. Esa experiencia le permite reconocer las diferencias y coincidencias entre regiones, así como la riqueza del lenguaje, las costumbres y las formas de habitar el territorio. Antes de especializarse en este campo, Díaz Granados cubrió noticias generales, incluyendo emergencias y denuncias. Con el tiempo, identificó que la cultura siempre estuvo presente en sus historias. Hoy se distancia del entretenimiento para centrarse en la cultura como una construcción social que refleja valores, memoria e identidad.

María Fernanda Díaz Granados, periodista y creadora de contenidos digitales, asumió en Canal Capital el reto de narrar Bogotá desde su dimensión cultural. Con 29 años, su trabajo se enfoca en visibilizar procesos artísticos, sociales y comunitarios que construyen Identidad en la ciudad. Su trabajo se desarrolla principalmente en barrios y localidades, donde busca relatos impulsados por la ciudadanía. Desde iniciativas independientes hasta espacios comunitarios, destaca proyectos que promueven el arte y fortalecen el tejido social, mostrando una cara menos visible de Bogotá.

La periodista resalta el papel fundamental de las audiencias en su labor. A través de redes sociales, mantiene un diálogo constante con ciudadanos que aportan ideas y recomendaciones. En una ciudad con una agenda cultural activa, su apuesta es seguir construyendo relatos desde los territorios, donde asegura, siempre hay nuevas historias por contar.



Como toda gran urbe, Bogotá se construye, se reinventa y se transforma cada día. Se evidencia en sus calles, barrios y localidades. La dimensión cultural de Bogotá se vive y se cuenta con narrativas diversas y plurales. Artistas, gestores culturales o funcionarios de la administración confluyen en el mundo de las artes, los saberes, la historia, la memoria y las identidades con las cuales nos reconocemos en el pasado y el presente y en las que nos proyectan hacia el futuro.

En esta emisión nos convocamos para conversar sobre el rol del periodismo cultural y de Capital como canal de televisión pública. Apelamos a la mirada de esta joven periodista, comunicadora social y creadora de contenidos digitales, que ha asumido el reto de narrar a Bogotá desde la dimensión cultural con una pasión contagiosa

Analizamos porqué cuando hablamos de cultura, hablamos también de encuentros, de trayectorias de vida y de las distintas maneras en que las personas se relacionan con el territorio; sobre cómo cada experiencia, cada espacio habitado y cada raíz personal aportan a la construcción de un universo complejo, diverso y dinámico; y también sobre la importancia de divulgar recorridos personales por la ciudad, historias de vida y visiones diversas que cohabitan en una urbe de las características de Bogotá.

09-MAY-2026 Capítulo 19 de la temporada 2026:
**LALA OCAMPO: LA VOZ APASIONADA QUE CONECTÓ
LA FILBO CON LAS AUDIENCIAS DE CAPITAL**

<https://www.youtube.com/watch?v=gVefQ24q7pY&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=5>



Con Lala Ocampo explicamos el papel de Canal Capital en la cobertura de la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBO) y en la democratización del acceso a la cultura. La Feria Internacional del Libro de Bogotá volvió a consolidarse como uno de los escenarios culturales más importantes del mundo hispanohablante y, en esta edición de 2026, Canal Capital apostó nuevamente por acercar sus contenidos a las audiencias dentro y fuera de la ciudad. La periodista y presentadora Lala Ocampo compartió en Audiencias Capital cómo la pasión por la lectura y el periodismo cultural han marcado su trabajo durante tres años consecutivos en la cobertura de la FILBO.

Durante la conversación, Ocampo resaltó que su vínculo con los libros comenzó desde la infancia, cuando un tío le enviaba textos interactivos y cuentos que despertaron en ella el hábito de la lectura. Desde entonces, aseguró, la literatura se convirtió en una parte fundamental de su vida y en la base de su ejercicio periodístico. Explicó que el trabajo de Canal Capital en la FILBO no solo buscó informar sobre autores reconocidos o grandes lanzamientos editoriales, sino también abrir espacio a voces emergentes, escritores independientes y proyectos autogestionados que normalmente no cuentan con grandes plataformas de difusión: “Yo creo que ese es el objetivo de este cubrimiento de la Feria Internacional del Libro: que la gente pueda vivir la experiencia de la feria cuando no pueden estar allá”, señaló. Y destacó que buena parte de la curaduría de entrevistas y contenidos surge de recorridos espontáneos por los pabellones de Corferias, donde el equipo descubre nuevas propuestas literarias, autores jóvenes, poetas indígenas y narradores de distintas regiones del país.



Para Lala Ocampo, ese tipo de experiencias reflejan la importancia de democratizar la cultura y demostrar que la literatura no pertenece únicamente a élites académicas, sino que puede conectar con personas de distintos contextos y territorios.

La periodista también habló sobre la relación cercana que logra construir con autores y lectores durante las entrevistas. Reconoció que, aunque en ocasiones siente nervios al conversar con escritores que admira profundamente, procura asumir cada encuentro desde la honestidad de una lectora apasionada más que desde una posición de superioridad académica.

La edición 2026 de la FILBo tuvo como lema ‘Escucharnos es leernos’, una invitación a comprender la lectura como un espacio de encuentro, diálogo y construcción colectiva. Desde esa perspectiva, Canal Capital reforzó su apuesta por convertir la televisión pública en un puente entre la ciudadanía y los grandes eventos culturales de la ciudad.

Analizamos el impacto que tiene el contar historias que conectan, democratizar el acceso a la cultura y comunicar con talento, conocimiento, experiencia y, sobre todo con vocación y pasión. Un reto, sin duda, enorme cuando estamos frente a un evento como la feria internacional del libro que este año nos puso a conversar sobre la lectura como un espacio de encuentro la literatura no solo como una experiencia que se lee sino que también se vive.

Con esa perspectiva, Canal Capital se convirtió este año, una vez más, en la puerta de acceso al que es considerado uno de los escenarios culturales más importantes en el mundo de habla hispana. Más que una feria, la FILBO es un punto de encuentro donde autores, editores, traductores, libreros y lectores se dan cita para tejer una conversación colectiva que cruza fronteras y generaciones. entre páginas y encuentros, la FILBO no solo impulsa la industria editorial, sino que también promueve el debate público sobre las realidades actuales, propicia aprendizajes con nuevas voces, conecta culturas y reafirma el poder de la lectura como un puente para entender el mundo.

16-MAY-2026 Capítulo 20 de la temporada 2026:
MUJERES EN BICICLETA Y SU DERECHO A VIVIR SIN MIEDO

<https://www.youtube.com/watch?v=kYpNlgTEQFk&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=4>



En este capítulo retomamos la conversación sobre los desafíos que enfrentan las mujeres que se movilizan en bicicleta por Bogotá, especialmente frente al acoso callejero, la inseguridad y barreras sociales, culturales y económicas.

Lo hicimos de la mano de Juan Pablo Molano Garzón, consejero local de la bicicleta en la localidad de Suba, en donde ejerce como líder comunitario y promotor de la iniciativa Agenda Mujeres al Pedal, un proyecto ciudadano que decidió pasar de las denuncias a las acciones concretas para visibilizar las violencias basadas en género que viven muchas ciclistas en las calles y ciclorrutas de la capital.

Es de destacar que invitamos a Juan Pablo, quien, a través del correo electrónico defensoria@canalcapital.gov.co nos escribió lo siguiente:

“Por medio de la presente, me permito solicitar de manera respetuosa un espacio de entrevista en el programa Ciclo Viva de Canal Capital, con el propósito de compartir los principales hallazgos, reflexiones y aprendizajes derivados del desarrollo de la iniciativa Agenda Mujeres al Pedal, así como aportar una perspectiva desde mi rol como consejero local de la bicicleta de Suba y líder del bicitaller comunitario”.

A través de recorridos acompañados, conversatorios nocturnos, talleres pedagógicos y redes de cuidado, la iniciativa ha logrado reunir a decenas de mujeres y hombres alrededor de un mensaje claro: movilizarse sin miedo en bicicleta también es un derecho. Por eso analizamos la convergencia virtuosa de la participación ciudadana, con la movilidad sostenible y la construcción colectiva de entornos seguros para todos y todas.

Con él, analizamos cómo, a través de una iniciativa comunitaria como ésta, se pueden promover reflexiones y acciones pedagógicas transformadoras sobre el respeto, el cuidado comunitario y la prevención de las violencias basadas en género, en el espacio público.



Durante el capítulo tuvimos oportunidad de analizar cómo temas que parecen cotidianos, como movilizarnos en bicicleta, también abren debates profundos sobre convivencia, seguridad, corresponsabilidad y transformación social. Recordamos que, en abril pasado, el Distrito y la Región activaron la '**Ruta segura vuelta a la sabana**' sobre la autopista norte, un corredor vial en el que para muchas mujeres pedalear implica enfrentar acoso callejero, intimidación y condiciones de inseguridad que restringen su autonomía y su derecho a moverse libremente por la ciudad. La nueva estrategia refuerza el acompañamiento institucional a iniciativas como las que estamos comentando hoy con nuestro invitado, incorporando acciones específicas para prevenir violencias contra las mujeres en el espacio público.

Con Juan Pablo aprovechamos la ocasión para explicar cómo estas iniciativas invitan a repensar el papel de los hombres frente a las violencias basadas en género y la necesidad de construir nuevas formas de relacionarnos en el espacio público. Se trata de que iniciativas que mezclan movilidad sostenible, cultura ciudadana y respeto en el espacio público pueden generar transformaciones reales en un territorio.

Iniciativas como las que lidera nuestro invitado nos recuerdan que, cuando la ciudadanía participa, propone y se organiza, sí es posible impulsar cambios transformadores porque, como afirman los expertos, la movilidad no es neutral dado que las mujeres enfrentan riesgos diferenciados en el espacio público que afectan la forma como se apropian de la ciudad, sus tiempos y sus oportunidades.

23-MAY-2026 Capítulo 21 de la temporada 2026:
**REFLEXIONES SOBRE EL CUBRIMIENTO DEPORTIVO CON EL
ATLETA OLÍMPICO CARLOS SANMARTÍN**

<https://www.youtube.com/watch?v=eix4m-629Pk&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgINflc7bmeW7f6&index=3>



En este capítulo, invitamos a las audiencias a mirar el deporte desde una perspectiva distinta: más allá del cubrimiento de las medallas, los récords deportivos o los hechos noticiosos que ocurren en una competencia.

Nos preguntamos qué historias estamos dejando por fuera del cubrimiento televisivo del mundo deportivo. Por ejemplo: ¿cómo se construye un campeón? ¿qué papel juegan el territorio, la familia, las oportunidades socio económicas y el acceso a los escenarios deportivos en la vida de un atleta? ¿qué responsabilidades tenemos los periodistas y medios al contar historias de los atletas, de sus procesos profesionales y de los contextos en los que ocurren?

El atleta olímpico Carlos Sanmartín, quién participó recientemente como invitado al programa 'Cicloviva' de Canal Capital, reflexionó con nosotros sobre el papel de los medios en el cubrimiento deportivo y la necesidad de contar las historias humanas de cada atleta. Más allá de las medallas, los récords y las competencias, **el deporte se vive en territorios olvidados**, familias que sostienen sueños, niños sin escenarios deportivos y atletas que deben abrirse camino entre carencias y oportunidades.

Carlos Sanmartín, reflexión acerca de las dimensiones de la vida del deporte que se quedan por fuera en el cubrimiento del mundo deportivo e invitó a repensar la manera en que los medios de comunicación narran el deporte en Colombia. Para él, el cubrimiento deportivo suele concentrarse únicamente en los resultados, dejando por fuera las historias humanas y sociales que existen detrás de cada logro.



“Colombia tiene talento donde se quiera ir a buscar”, afirmó el deportista, nacido en Granada, Meta, y criado en Cabuyaro, un pequeño municipio llanero que, según recordó, durante años careció de infraestructura y oportunidades para disciplinas individuales como el atletismo. “Cabuyaro ha crecido enormemente en el ámbito deportivo después de que fui a los Juegos Olímpicos, no sé si a raíz de eso o ya era algo que ya venía en planes, pero el municipio ha venido avanzando muchísimo, no solo en atletismo, hoy en día contamos con talento muy bueno en boxeo, en patinaje, en taekwondo y son escenarios que ya tiene el municipio hoy en día”, destacó

Sanmartín relató cómo tuvo que entrenar prácticamente solo en su infancia y cómo incluso llegó a ser conocido como “el loco del pueblo” por correr en las calles de su municipio. Sin embargo, destacó el papel fundamental de su madre, entrenadores y personas que le tendieron la mano para continuar su proceso deportivo hasta llegar a representar al país en escenarios internacionales.

Insistió en que los medios pueden contribuir a transformar la mirada sobre el deporte si comienzan a mostrar no solo el éxito final, sino también los procesos, las dificultades económicas, las barreras de movilidad y las desigualdades que enfrentan miles de jóvenes deportistas. “El apoyo de los medios de comunicación serviría muchísimo porque es una parte de inspiración, motivación también para que cada persona siga trabajando por sus sueños. Además, es importantísimo mostrar desde los comienzos todos esos pasos que dan todos los deportistas”, expresó.

Otro de los temas centrales de la conversación fue la relación entre territorio y oportunidades. Sanmartín aseguró que Bogotá se convirtió en la ciudad donde pudo desarrollar plenamente su carrera deportiva gracias a la infraestructura y las posibilidades que encontró en la capital. “Bogotá es la ciudad de las oportunidades”, afirmó el atleta, quien también defendió el valor de los espacios públicos como la ciclovía y los escenarios deportivos gratuitos para promover el bienestar, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.

Finalmente, la conversación también abrió una reflexión sobre el papel social del deporte. Para Sanmartín, fortalecer los escenarios deportivos y ampliar su cubrimiento mediático no solo impulsa nuevos talentos, sino que también ayuda a construir tejido social y mejores oportunidades para las comunidades. “El deporte hace que una persona sea útil para la sociedad y no un problema para la sociedad, porque eso es lo que genera el deporte y no solo el deporte competitivo, sino el aprovechamiento del tiempo libre, la recreación y todo eso lo vamos a encontrar cuando masificamos los escenarios, cuando damos el cubrimiento, todas estas cosas que la verdad tienen que sumar para que tengamos una ciudad soñada”, concluyó.

30-MAY-2026 Capítulo 22 de la temporada 2026:
**MANGE: PASIÓN, CONOCIMIENTO Y EMPATÍA AL
PRESENTAR LA NEVERA SONORA**

<https://www.youtube.com/watch?v=7EnjOdhvkzk&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgiNFllc7bmeW7f6&index=2>



En este capítulo, Mange, presentadora de ‘La Nevera Sonora’ de Canal Capital conversó sobre las razones que explican el éxito del programa y el papel de la televisión pública en la promoción, difusión y transformación de la dimensión cultural de Bogotá. En Bogotá la música cuenta historias, construye memoria y retrata la manera en que una ciudad se transforma. Esa es precisamente la apuesta de **La Nevera Sonora**, uno de los formatos culturales más sólidos y frescos de Canal Capital, que en 2026 continúa consolidándose como una plataforma para visibilizar artistas emergentes, sonidos alternativos y nuevas conversaciones sobre cultura en Bogotá.

Mange compartió detalles de su historia de vida, su conexión con la música y la manera en que **la televisión pública** puede convertirse en un archivo vivo de los movimientos culturales de la ciudad. Lejos de llegar desde los caminos tradicionales de la televisión. Relató que su aterrizaje **en Canal Capital** fue posible gracias a su experiencia en el mundo de la ilustración y la música independiente. Su trabajo creando portadas para artistas emergentes y hablando de cultura musical en redes sociales llamó la atención del director del programa, Andrés Salgado, quien la invitó a participar en el proyecto. “Yo no tenía entrenamiento en televisión. Entré aquí porque empecé a hacer videos empecé a hacer videos hablando sobre una de las

cosas que más amaba en el mundo que era la música, en específico sobre las portadas de los artistas, porque también soy ilustradora”, comentó. Consideró que por su estilo **espontáneo y auténtico** se convirtió en una de las marcas del programa. La presentadora reconoce que, con el tiempo, dejó atrás el miedo a las cámaras para construir una conversación mucho más natural con las audiencias, alejándose del tono rígido que históricamente ha caracterizado a algunos formatos televisivos.



Más allá de hablar de bandas o lanzamientos musicales, **La Nevera Sonora** se ha consolidado como un ejercicio de investigación y memoria cultural. El programa busca registrar fenómenos musicales emergentes, escenas independientes y transformaciones sociales que muchas veces no encuentran espacio en otros medios de comunicación.

Para Mange, el valor de este tipo de contenidos radica en que quedan documentados desde un medio público, permitiendo que futuras generaciones puedan entender cómo evolucionó la cultura bogotana. “Hay cosas que están siendo históricas en este momento. Lo que hacemos hoy podrá ser consultado por una persona en 10, 20 o 30 años”, explicó.

La conversación también puso sobre la mesa el papel que cumple Bogotá como epicentro cultural de América Latina. Festivales masivos, circuitos alternativos, artistas independientes y movimientos urbanos conviven en una ciudad que, según la presentadora, atraviesa uno de sus momentos de mayor efervescencia cultural. En ese contexto, el programa se ha propuesto ampliar las conversaciones sobre música más allá de los géneros tradicionales. En sus capítulos aparecen desde artistas de joropo y vallenato hasta nuevas corrientes digitales como el plug o el rap experimental que nace en internet.

Uno de los espacios más destacados del formato es **La Lonchera**, sección dedicada a músicos emergentes que, en muchos casos, tienen allí su primera aparición en televisión. La apuesta editorial busca democratizar el acceso a las pantallas y reconocer escenas musicales que históricamente han permanecido invisibilizadas. “Es una sección muy linda porque es como voto de fe que nosotros hacemos en los artistas y es decirles “frescos, nosotros siempre estamos acá y por eso queremos creer en ustedes desde el momento uno”, afirmó Mange.

La entrevista dejó ver otro de los pilares del programa: la interacción permanente con las audiencias.

A través de redes sociales y dinámicas en calle, el equipo busca construir una conversación abierta con los televidentes para descubrir nuevas escenas, artistas y movimientos culturales que nacen en distintos rincones de Bogotá. Ese diálogo, según la presentadora, resulta fundamental **para** entender cómo la música atraviesa la vida cotidiana de las personas y refleja las distintas realidades sociales de la ciudad. Es importante para Canal Capital la participación de la audiencia para seguir construyendo un cubrimiento cultural que refleje la riqueza y diversidad de Bogotá, aportando a la construcción de contenidos que informan e inspiran.

ENTRE PANTALAS, REDES Y PLATAFORMAS CONVERSAN CAPITAL Y SUS AUDIENCIAS



La transformación digital redefine la relación entre TV pública y audiencias | Audiencias Capital

Las redes sociales y las plataformas digitales han cambiado profundamente la manera en que las personas consumen contenidos, acceden a la información y se relacionan con los medios de comunicación.

Con Julián Bejarano, periodista del equipo digital de Canal Capital, analizamos los retos y oportunidades que enfrenta la televisión pública en medio de la transformación digital. Al comentar los que han traído las redes sociales y las plataformas digitales a la televisión pública, Julián explicó cómo el Canal adapta sus contenidos a los nuevos hábitos de consumo de información y fortalece la interacción con las audiencias a través de múltiples canales digitales.



Profundizamos en el papel que cumplen las redes sociales como espacios de interacción permanente entre el Canal y la ciudadanía. A través de comentarios, mensajes y reacciones, las audiencias participan activamente en la construcción de contenidos, aportan sugerencias, plantean inquietudes y contribuyen a fortalecer los procesos de comunicación pública.

Uno de los aspectos destacados de la conversación fue la importancia de escuchar a las audiencias en tiempo real. Desde el equipo digital de Canal Capital se monitorean permanentemente los comentarios que llegan a través de plataformas como Facebook, Instagram, YouTube y TikTok, con el propósito de recoger opiniones, responder inquietudes y mejorar continuamente la experiencia de los usuarios.

Según el invitado, la presencia digital del canal se realiza con base en una línea editorial basada en el respeto, la responsabilidad informativa y la cercanía con la ciudadanía.

Lejos de recurrir a prácticas sensacionalistas para obtener mayor visibilidad, la apuesta consiste en ofrecer contenidos de calidad que reflejen la realidad de Bogotá y fortalezcan la participación de las audiencias.

Pasamos revista al impacto de las redes sociales y plataformas digitales en nuestra vida cotidiana y en el impacto sobre la transformación de la televisión y la forma en que consumimos información, teniendo en cuenta que la televisión ya no se ve únicamente en la tradicional pantalla de la señal abierta sino también en el celular, en Youtube, en Facebook, Instagram o TikTok.

Es un hecho que las audiencias interactúan y conversan en tiempo real sobre lo que ven en pantalla tradicional y en las redes y plataformas de los canales de televisión. Por ello, durante la conversación nos hicimos preguntas como éstas:

- ¿cómo se transforma un canal público en medio de esta revolución digital?
- ¿cómo dialogan Canal Capital y Canal Eureka con las nuevas audiencias?

- ¿qué responsabilidades existen detrás de cada publicación, de cada comentario y de cada contenido que circula en redes?
- ¿por qué y cómo es de importante escuchar a las audiencias y de qué manera sus comentarios, opiniones, sugerencias, quejas o reclamos ayudan a construir los contenidos de la parrilla de programación?

Lo innegable es que las redes y plataformas digitales siguen creciendo exponencialmente y transformando de manera vertiginosa. En parte, esas dinámicas nos hacen sentirnos desbordados por el auge y el uso de las redes. Lo cierto es que llegaron para quedarse y para instalarse en nuestras vidas y, cómo no, para revolucionar las relaciones de las audiencias con los medios, las maneras de informar y el ejercicio mismo del periodismo.

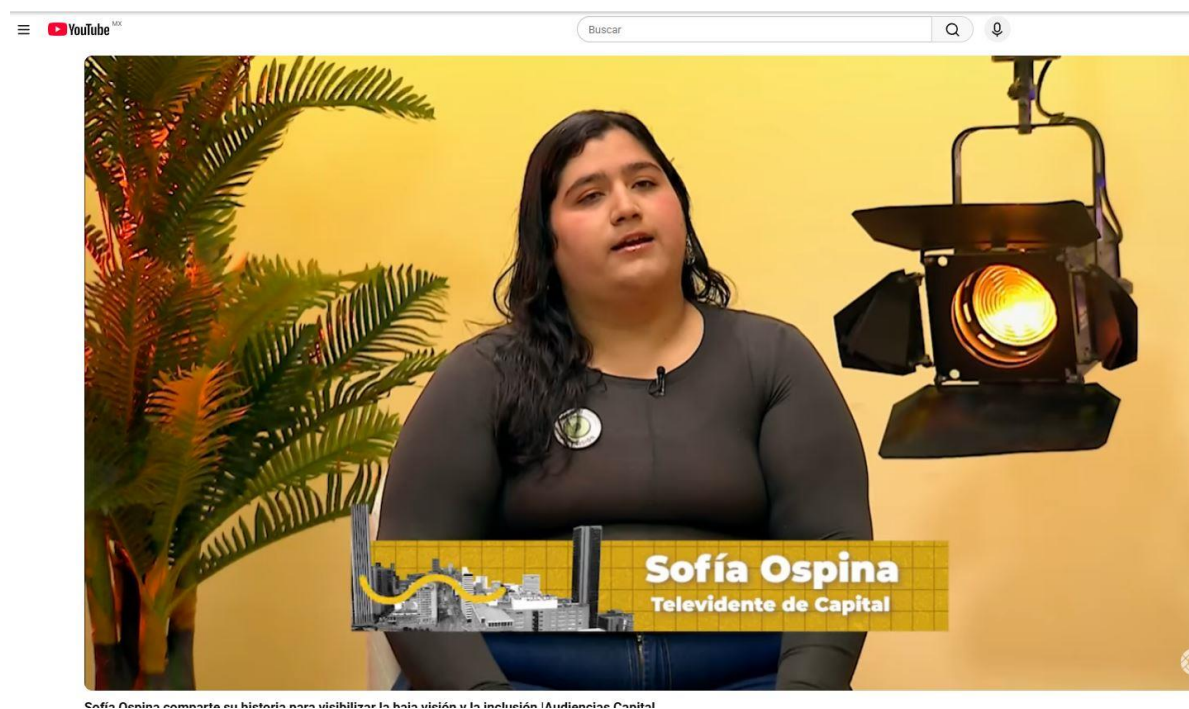
Enlace Web en Canal Capital:

<https://www.canalcapital.gov.co/actualidad/redes-sociales-plataformas-digitales-y-television-publica/>

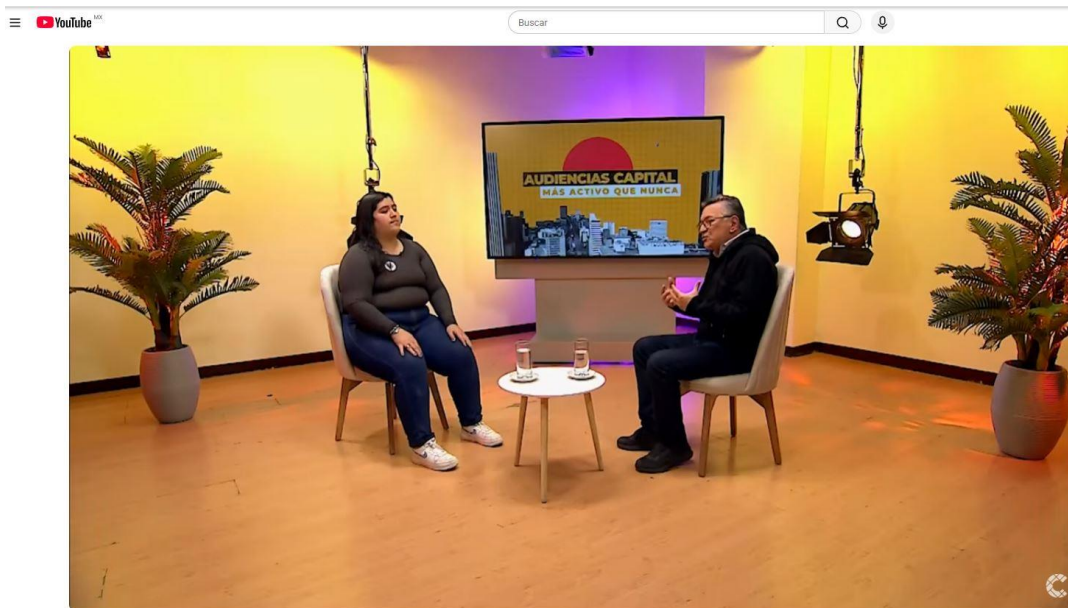
Enlace en Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=prDQxFxFe78s&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=1>

Capítulo 24 de 2026
Programa del 13 de junio
**VER CON EL CORAZÓN:
VIVIR O RESISTIR A CIEGAS O CON BAJA VISIÓN**



Con tan solo 20 años, Sofia Ospina compartió con nosotros y las audiencias su experiencia de vida como persona invidente, para ayudarnos a comprender cómo Canal Capital puede contribuir a promover la inclusión, la autonomía y el acceso a la información de este sector poblacional.



Sofía fue invitada al programa a raíz de este mensaje que nos envió a través del correo electrónico defensoria@canalcapital.gov.co

Cordial Saludo

Mi nombre es Sofía Ospina Llanos, tengo 20 años, soy escritora, autora de dos libros y creadora del movimiento Amar Sin Asfixiar. Pero más allá de cualquier título, soy una historia que representa a muchas personas que hoy están viviendo procesos en silencio.

Convivo con retinosis pigmentaria desde los 6 años, una condición visual progresiva que no solo transformó mi manera de ver el mundo, sino también mi forma de sentirlo, entenderlo y enfrentar la vida. Durante muchos años no supe cómo asumirlo. Viví en negación, con miedo, con frustración, tratando de encajar en un mundo que no estaba hecho para alguien que poco a poco iba perdiendo la visión.

Mi historia no empezó fácil. Crecí enfrentando bullying escolar, dudas constantes sobre mi condición y momentos que me marcaron profundamente. Uno de los más duros fue cuando a mi mamá le diagnosticaron un cáncer cerebral, un glioblastoma grado IV, que casi le quita la vida. A eso se sumó la separación de mis padres y un proceso emocional que me llevó a tocar fondo.

Hubo un momento en el que todo se volvió demasiado pesado. Un momento en el que sentí que no había salida. Incluso llegué a intentar acabar con mi vida.

Pero esa no es la historia que quiero que se quede.

Porque después de ese punto empezó algo distinto. Un proceso real de reconstrucción. Empecé a entender mi vida desde otro lugar, a reconciliarme conmigo misma, a aceptar mi condición, a sanar relaciones, a dejar de ver mi realidad como un castigo y empezar a verla como una posibilidad.

De ese proceso nació mi primer libro: “Ver con el Corazón: la guía definitiva para vivir plenamente con baja visión”. No es solo un libro informativo, es una herramienta emocional y práctica pensada para personas que viven con baja visión, ceguera total

o condiciones visuales progresivas, y que muchas veces no saben cómo continuar con su vida ni cómo gestionar lo que sienten.

Sin embargo, mi propósito nunca ha sido únicamente comercial. Junto a una persona de Argentina que también vive con retinosis pigmentaria, hemos entregado becas para que personas que no tienen los recursos puedan acceder a este contenido. Porque el verdadero valor está en el impacto, en lo que transforma, en lo que despierta en quienes lo leen.

Con el tiempo, este mensaje empezó a salir del papel y convertirse en espacios reales. He realizado charlas, encuentros y conversaciones con personas que necesitan escuchar que su vida no se acaba por una condición, que no están solos y que sí es posible reconstruirse.

Uno de los momentos más significativos fue mi participación como paciente invitada en la campaña “Ver es Sanar”, liderada por Bayer, realizada en el Hotel W de Bogotá. Allí hice parte de un conversatorio junto a especialistas en salud visual, en un espacio donde la voz médica y la voz del paciente se encontraron de manera real, humana y necesaria.

Posteriormente, vivimos una experiencia en completa oscuridad en un restaurante atendido por personas con discapacidad visual, donde todo cambia cuando uno deja de ver y empieza a sentir. Esa experiencia resume gran parte de mi mensaje: cuando un sentido se limita, otros comienzan a desarrollarse, pero sobre todo, cambia la manera de vivir.

Hace poco lancé mi segundo libro: “Amar Sin Asfixiar”, escrito junto a mi padre. Este libro no solo es una obra, es el inicio de un movimiento. Habla sobre algo que muchas familias viven pero pocas saben identificar: la sobreprotección. Explora cómo el amor, cuando no se gestiona bien, puede limitar en lugar de impulsar, especialmente en contextos donde hay una condición como la mía.

El eje de todo lo que hago es claro: una condición no define quién eres. No determina hasta dónde puedes llegar ni cómo debes vivir tu vida. No estás condenado a quedarte en el dolor ni en el miedo. Sí, la condición es parte de la historia, pero no es el final de ella.

Hoy mi propósito es visibilizar, inspirar y generar conversaciones reales. Quiero que más personas conozcan esta historia, no por reconocimiento personal, sino porque sé que puede ayudar a otros a replantear su vida, a encontrar sentido en medio de la dificultad y a entender que sí hay un camino después del dolor.

Esto no es solo mi historia. Es la historia de muchas personas que aún no tienen voz.

Y por eso necesita ser contada.

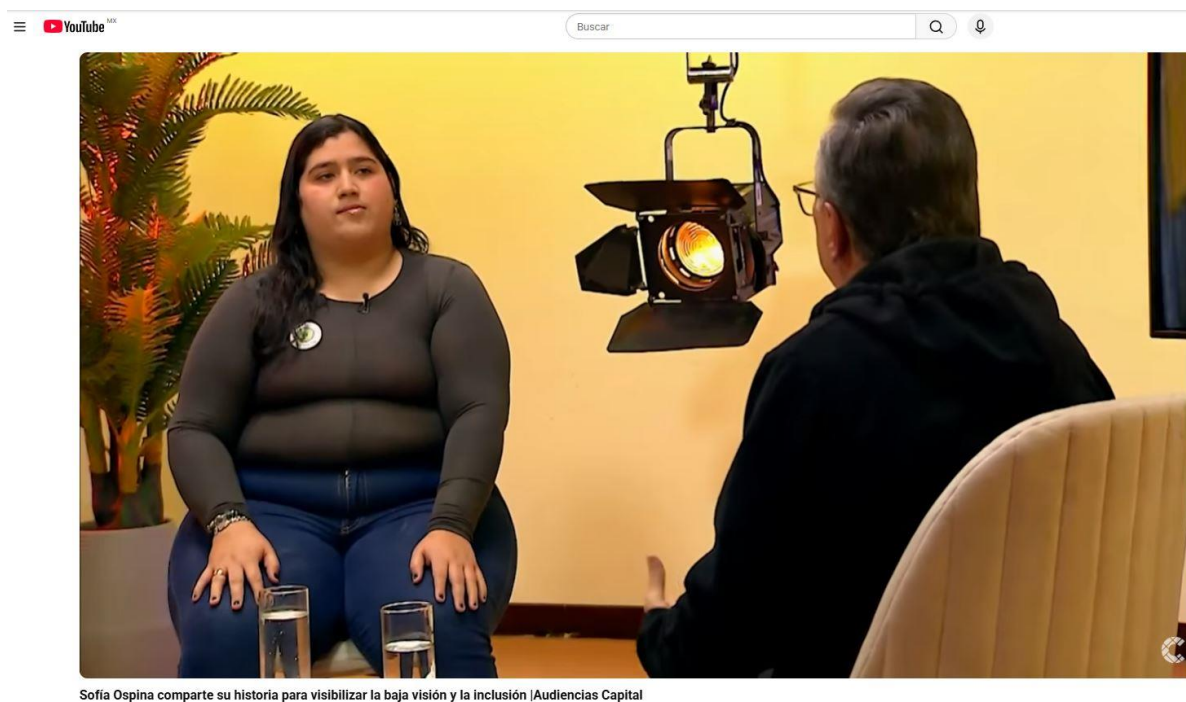
Contacto y redes:

Sofía Ospina Llanos

Autora-Escritora- Creadora del Movimiento ‘Amar sin Asfixiar’

Sofía fue enfática en afirmar que aún existe un gran desconocimiento sobre las enfermedades visuales y sus implicaciones más allá del aspecto médico pues suele haber información sobre síntomas y tratamientos, pero son escasos los espacios que muestran cómo estas condiciones impactan la vida cotidiana, las relaciones personales y los proyectos de vida.

Y por eso, invitó a fortalecer la visibilización de las personas con discapacidad visual y a generar más contenidos accesibles que permitan informar, orientar y sensibilizar a la ciudadanía.



Sofía Ospina comparte su historia para visibilizar la baja visión y la inclusión |Audiencias Capital

Además, destacó la importancia de escuchar las experiencias de quienes viven estas condiciones para comprender mejor sus necesidades y desafíos.

Y no menos importante fue su reflexión sobre la autonomía de las personas con discapacidad visual. A su juicio, la sobreprotección puede convertirse en una barrera para el desarrollo personal, por lo que insistió en la necesidad de brindar apoyo sin limitar la capacidad de decisión de las personas con discapacidad. Su testimonio dejó una reflexión sobre la importancia de construir una sociedad más incluyente, donde la accesibilidad, la empatía y el reconocimiento de las capacidades individuales permitan garantizar una participación plena en todos los espacios.

Enlace Web en Canal Capital:

https://www.canalcapital.gov.co/actualidad/inclusion_y_accesibilidad_en_audiencias_capital/

Enlace en Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=0jK-aRzcfjQ&list=PLg3o8Sxb8FcHPMGe1SgjNFllc7bmeW7f6&index=1>

Capítulo 25 de la temporada 2026
Programa del 23 de junio
AUDIENCIAS, CULTURA Y TERRITORIO:
PIPE JAIME EN CAPITAL Y POPULAR AL PARQUE

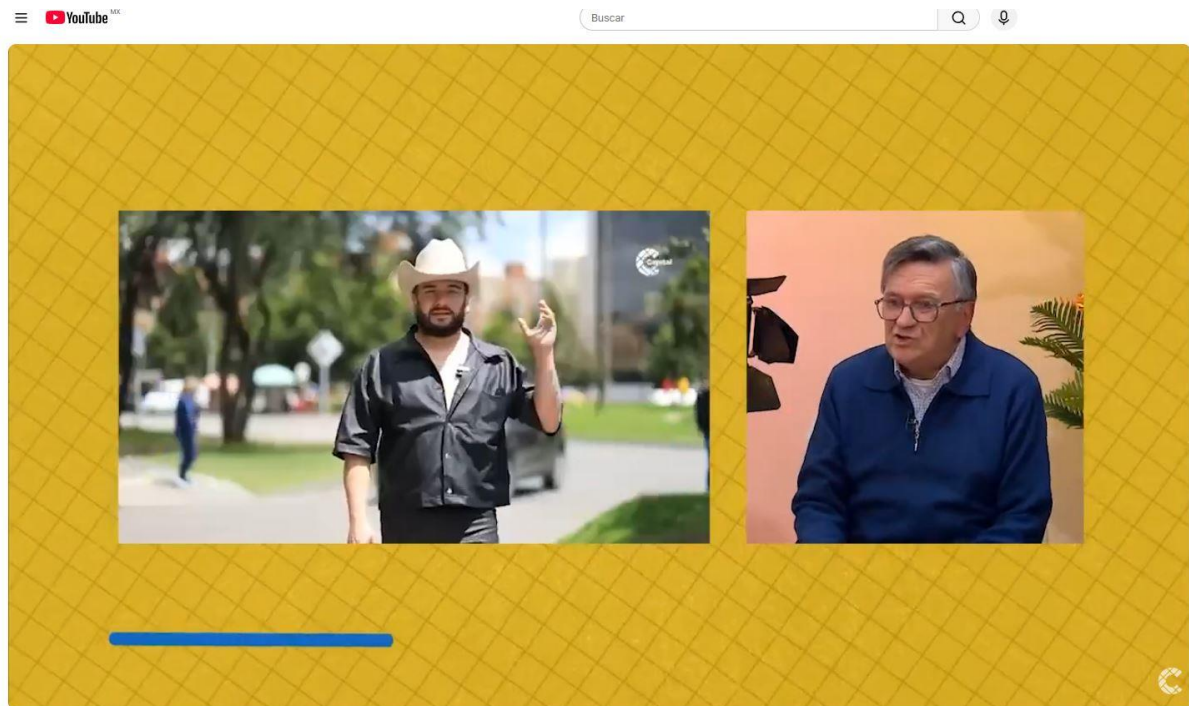


En este capítulo, el cantante Pipe Jaime —quien participó por primera vez en el Festival Popular al Parque 2026— reflexionó ante las audiencias de Capital sobre la importancia del papel de Canal en la difusión de su música y de su proyecto artístico, antes y durante la transmisión en vivo del evento cultural.

La conversación se centró en su experiencia en el escenario y en el papel de Capital en la divulgación de nuevos talentos como él y el impacto de transmitir en vivo un certamen masivo como Popular al Parque, desde un escenario emblemático como el parque metropolitano Simón Bolívar.

Durante el espacio, se resaltó cómo los festivales al parque se han consolidado como escenarios de encuentro ciudadano y acceso a la cultura, permitiendo que miles de personas disfruten de la música tanto de forma presencial como a través de transmisiones en televisión y plataformas digitales.

El artista relató que su trayectoria inició en el vallenato como acordeonero, participando en proyectos como el de Beto Villa Junior y Los Hijos de Matilde Lina, además de presentaciones en festivales como el Francisco el Hombre. Sin embargo, explicó, la pandemia marcó un punto de inflexión en su carrera, llevándolo a consolidar su proyecto en la música popular junto a su esposa, quien también es su mánager.



Pipe Jaime destaca el apoyo de Canal Capital en su crecimiento artístico | Audiencia Capital

Pipe Jaime destacó que ese cambio de rumbo le permitió replantear su carrera desde cero, apostándole a un proyecto propio en el que la identidad musical y la construcción de marca personal han sido fundamentales. Según explicó, esta decisión fue clave para abrirse camino en un género cada vez más competitivo.

El artista también resaltó que su presencia en Popular al Parque 2026 representó una oportunidad importante para proyectar su música, especialmente gracias a la difusión realizada por Canal Capital antes, durante y después del festival. Señaló que este acompañamiento le permitió llegar a nuevas audiencias y fortalecer su comunidad digital, a la que denomina “la familia Pipe Jaime”.

Valoró como muy importante la experiencia de compartir escenario con otros artistas y el impacto emocional de presentarse ante miles de personas. Señaló que su paso por el festival no solo fortaleció su carrera, sino que también reafirmó su enfoque en la interpretación y la conexión con el público como elementos centrales de su propuesta artística.

El Festival, dijo, es un escenario que le permitió encontrarse con miles de personas tanto en el Parque Simón Bolívar como a través de la transmisión en vivo de Canal Capital y de sus redes y plataformas digitales.

Hablamos también sobre el reto de construir una carrera artística, de la importancia de las redes sociales y de cómo Capital y otros canales públicos pueden contribuir a visibilizar nuevos talentos y acercar y disfrutar expresiones culturales como la música popular a nuevas audiencias.



Pipe Jaime destaca el apoyo de Canal Capital en su crecimiento artístico | Audiencias Capital

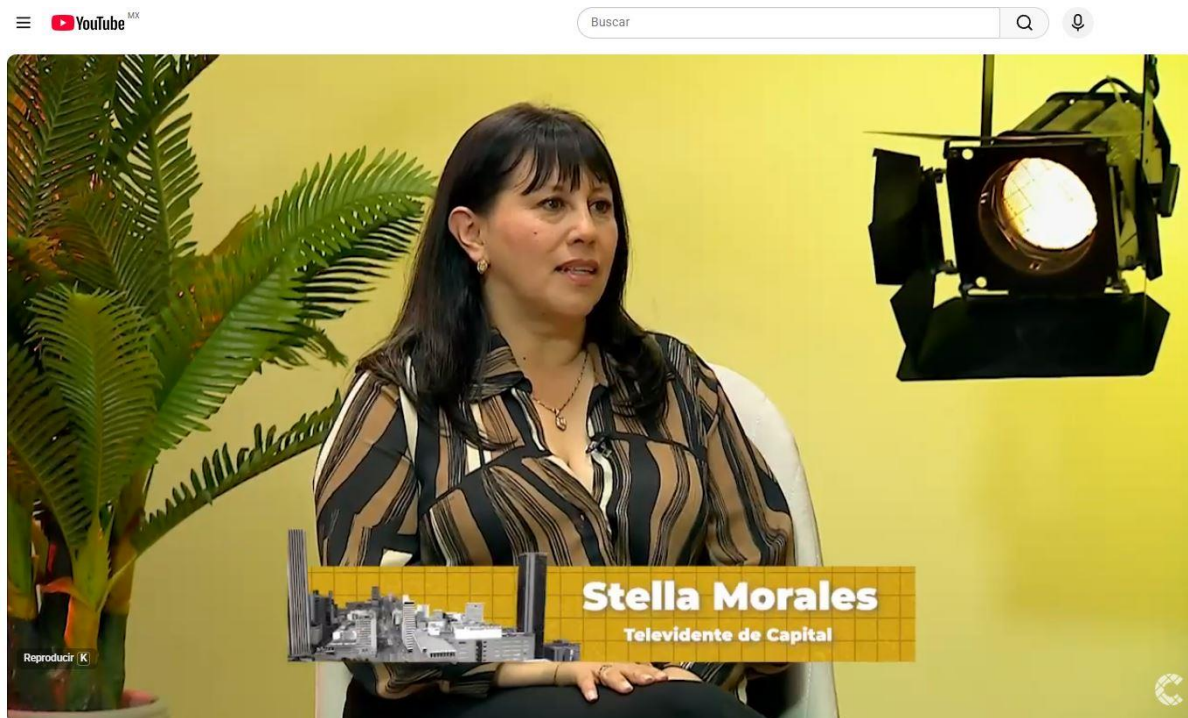
Enlace Web Capital:

<https://www.canalcapital.gov.co/actualidad/pipe-jaime-destaca-el-impulso-de-canal-capital-en-su-vida-artistica/>

Enlace en Youtube:

<https://www.youtube.com/watch?v=EG3VPjFVXw&list=PLg3o8Sxb8FchPMGe1SgJNFllc7bmeW7f6&index=2>

Capítulo 26 de la temporada 2026
Programa del 27 de junio
AQUÍ NO HAY QUIEN VIVA:
COMEDIA PARA CONVERSAR SOBRE CONVIVENCIA
ENTRE VECINOS DE LA URBE



Aunque la comedia 'Aquí no hay Viva' fue producida hace casi dos décadas por RCN Televisión, su difusión en Canal Capital en 2026 ha cautivado a viejas y nuevas audiencias por su potencial para provocar conversaciones sobre convivencia, diversidad, ciudadanía y resolución de conflictos en vecindarios urbanos.

Desde su primera emisión a comienzos de año, 'Aquí no hay quien Viva' ha encontrado eco en los televidentes gracias a sus historias sobre vecinos, conflictos cotidianos, diferencias generacionales y situaciones que hacen parte de la vida en comunidad.

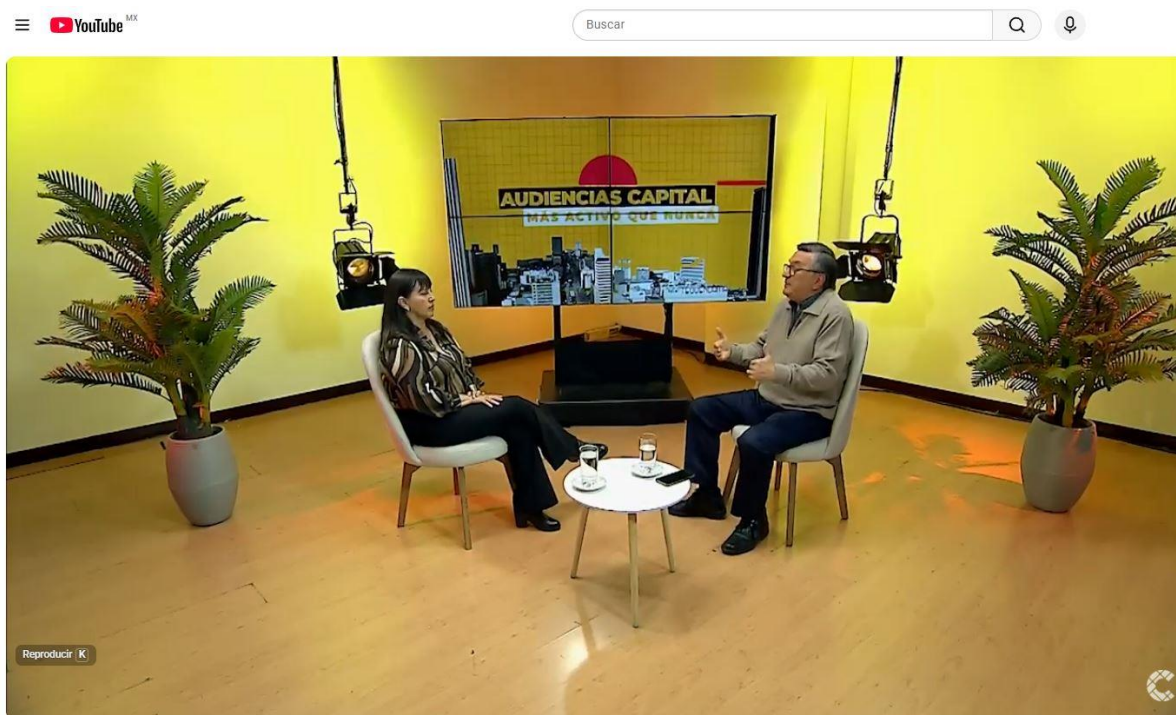
En compañía de Stella Morales, quien hizo parte del equipo de producción de la serie como asistente de dirección, y quien celebró en Instagram la emisión este año por Canal Capital, recordamos anécdotas detrás de cámaras, así como su mirada sobre la vigencia de las historias y personajes que marcaron a toda una generación de televidentes.

"Es de las series que de verdad atrapan al televidente porque es muy divertida. Siempre la llevo con el corazón y cuando vi que ustedes la estaban pasando dije: 'No, la vuelvo a ver, la repito'", afirmó.

A lo largo de la conversación analizamos situaciones que siguen presentes en la vida urbana, como los desacuerdos por el uso de zonas comunes, el incumplimiento de normas de convivencia, las diferencias entre generaciones y los cambios en las dinámicas familiares y vecinales.

La invitada también destacó que muchos de los conflictos retratados en la ficción continúan siendo parte de la realidad actual y todos ellos pueden evitarse o tramitarse mediante el diálogo y la comunicación.

Analizamos el rol de algunos personajes emblemáticos como Wilson –el portero del edificio–, el destacado elenco que integró la producción, y el abordaje de temas que para la época eran innovadores y disruptivos, como las transformaciones de la vida urbana, el desarrollo urbanístico, las diversidades sexuales y los diferentes modelos de familia.



Aquí no hay quien viva, una serie que refleja la realidad de vivir en comunidad | Audiencias Capital

Así mismo evocamos anécdotas sobre el proceso de realización de la serie, el trabajo de un elenco integrado por reconocidos actores colombianos y la construcción de personajes que, entre la comedia y la crítica social, lograron conectar con las audiencias.