



Bogotá D.C., 16 de febrero de 2024

Doctora  
**LINA MARÍA DUQUE DEL VECCHIO**  
Directora Ejecutiva  
**COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES-CRC**  
[revision\\_regulacion\\_tv@crcom.gov.co](mailto:revision_regulacion_tv@crcom.gov.co)  
Cl 59 a bis # 5 - 53, Ed Link Siete Sesenta P9.  
Ciudad

**Asunto:** Comentarios de COMCEL S.A. al proyecto de Resolución que modifica *“Por la cual se adoptan y se modifican algunas disposiciones relativas a las condiciones de programación, espacios institucionales y publicidad y comercialización del servicio público de televisión de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones”*

Respetada Doctora Duque,

En atención a la publicación para comentarios del documento del asunto, COMCEL S.A. se permite presentar las siguientes observaciones y comentarios:

## **I. COMENTARIOS GENERALES**

El documento publicado por la CRC formula modificaciones a la reglamentación en materia de televisión, especialmente, franjas de programación y las marcadas asimetrías regulatorias entre las diferentes modalidades del televisión, y la existencia de normatividad que no se ajusta a la realidad del sector teniendo en cuenta la irrupción de OTT (Over The Top) que traen la necesidad de equilibrar la televisión convencional con las plataformas a través de la desregulación, publicidad y programación.

Al respecto, debe indicarse que la industria de telecomunicaciones ha evidenciado significativamente el cambio en la tendencia de consumo de contenidos audiovisuales. En este sentido, es evidente que los servicios de OTT han sustituido el servicio tradicional de televisión por lo que se hace necesario que la regulación propicie la prestación de servicios de televisión que se sometan a cargas regulatorias que tiendan a equipararse con aquellas a las que están sujetos los servicios OTT audiovisuales, ya que solo así se equilibraran las condiciones de los diferentes actores del mercado y por ende, las desventajas competitivas para aquellos que prestamos servicios de televisión en servicios fijos.

A título de ejemplo, podemos encontrar que actualmente existen obligaciones a cargo de los operadores de televisión tradicional, que han perdido sentido en el nuevo panorama competitivo. Consideramos desequilibrado entre otras la obligación a cargo de los operadores de televisión por suscripción, de incluir dentro de la parrilla



de programación 5 canales temáticos satelitales de origen nacional, cuando los nuevos actores del mercado de ninguna manera cuentan con este tipo de restricciones en cuanto a sus contenidos, en este sentido, es preciso reiterar a la CRC la necesidad de desregular y no imponer más cargas regulatorias que acrecientan las marcadas cargas regulatorias con que cuentan los operadores tradicionales del servicio de televisión, de las cuales cabe resaltar, que estas obligaciones, significan costos adicionales en los que los operadores incurren que, por lo tanto, implican competir en desigualdad de condiciones contra las plataformas OTT.

De igual manera, consideramos necesario para la definición de las temáticas o proyectos a desarrollar en torno a la presente revisión regulatoria, que la CRC tenga en cuenta lo siguiente:

- Las restricciones sobre publicidad de bebidas alcohólicas son desiguales comparadas con otros medios, como las vallas o medios impresos, donde no se tienen este tipo de restricciones. Adicionalmente, la campaña de prevención al consumo es desigual para la TV comparada con otros medios, y genera pérdidas y costos adicionales.
- Es necesario que la Comisión revise las prácticas anticompetitivas que se generan a partir de la suscripción de contratos de exclusividad en materia de publicidad, los cuales resultan contrarios a los principios rectores de la buena fe y competencia del sector y no permiten que las casas productoras generen ingresos que permitan la inversión para la producción de contenidos propios nacionales.

Sin perjuicio de lo anterior, remitimos los siguientes comentarios respecto de las alternativas planteadas por la Comisión:

## II. COMENTARIOS ESPECÍFICOS

### 2.1. Respetto del Artículo 16.4.5.1. “Contenido de la Programación”

El mencionado artículo establece: “**ARTÍCULO 16.4.5.1 CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN.** *El operador de televisión por suscripción está obligado a cumplir con los fines del servicio de televisión previstos en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995 y las normas relacionadas con la protección de la infancia y adolescencia y, por lo tanto, será el único responsable ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por el contenido de la programación, tanto de las señales de terceros como de la programación de su canal de producción propia.*”

Al respecto, es preciso que la CRC tenga en cuenta que este artículo establece la obligación a cargo de los operadores del servicio de televisión por suscripción de cumplir con los fines del servicio de televisión previstos en la Ley 182 de 1995 y demás normas relacionadas con la protección de la infancia y adolescencia, así como de establecer la responsabilidad en cabeza de los operadores ante la Comisión del contenido de la programación tanto de los canales de producción propia cuando aplique, como de las señales de terceros, normativa que resulta altamente gravosa teniendo en cuenta que la producción de contenidos especialmente de terceros, no está sometida al control de los operadores de televisión por suscripción, pues los contenidos



emitidos se encuentran bajo la órbita de libertad y autonomía de las casas productoras en las que no se tienen incidencia alguna.

En este sentido, es preciso que la comisión elimine la obligación en mención, debido a que esta excede la capacidad de control de los operadores de televisión por suscripción, teniendo en cuenta que se actúa únicamente como meros retransmisores del contenido, sin ningún tipo de injerencia ni posibilidad de modificación. Situación que resulta más grave, pues si un operador llega a modificar el contenido emitido por terceros podría incurrir en gravosas consecuencias jurídicas.

## 2.2. Respeto del artículo 16.4.5.3. “Canales temáticos satelitales”

El artículo en mención establece: “**ARTÍCULO 16.4.5.3 CANALES TEMÁTICOS SATELITALES.** Con el objeto de fomentar la industria de televisión colombiana, los operadores del servicio de televisión por suscripción, deberán incluir dentro de su parrilla de programación como mínimo cinco (5) canales temáticos satelitales de origen nacional, de conformidad con lo establecido en la presente resolución. Quedarán exentos del cumplimiento de la obligación establecida en el presente artículo aquellos operadores que cuenten con el canal de producción propia de que trata el artículo 16.4.8.1 de la presente resolución, siempre que en el mismo se emitan mínimo cinco (5) horas diarias de programación nacional propia.” (NSFT)

Este artículo establece en cabeza de los operadores del servicio de televisión por suscripción, la obligación de contar con mínimo cinco (5) canales satelitales de origen nacional, exceptuando de la misma a aquellos operadores del servicio que cuenten con un canal de producción propia con un contenido mínimo de 5 horas diarias de producción nacional propia. En relación con esta obligación se solicita a la CRC que en el ejercicio de un debido Análisis de Impacto Normativo (AIN) y bajo un enfoque de simplificación normativa, se elimine esta obligación pues resulta ser una carga regulatoria altamente costosa y desigual respecto a los nuevos actores del mercado (plataformas) que compiten en condiciones más flexibles, acrecentando con este tipo de medidas las altas asimetrías que presenta el sector.

## 2.3. Sobre los cambios regulatorios trascendentales en materia de publicidad que son necesarios para fortalecimiento de la competencia del sector.

Respecto de la emisión de publicidad, debemos reiterar lo indicado en anteriores comentarios, debido a que encontramos que el artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC No 5050 de 2016, delimita la publicidad en cuanto a horarios, tipo de contenido a publicitar y el tiempo permitido de emisión de publicidad por programación. Sobre el particular nos permitimos evidenciar las siguientes consideraciones:

**“ARTÍCULO 16.5.4.4 HORARIOS E INTENSIDAD DE LA PUBLICIDAD.** La publicidad de bebidas con contenido alcohólico en televisión únicamente podrá transmitirse en los horarios y con la intensidad que a continuación se establece:

- a) Publicidad Promocional: Dentro de un mes antes al evento cultural o deportivo entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, y durante la transmisión del evento deportivo o cultural que se promueve, patrocina o denomina.



- b) Publicidad Indirecta: Entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.
- c) Publicidad Directa: No podrá transmitirse en ningún horario por el servicio de televisión.

(...)." (SFT)

Respecto de los tipos de publicidad (indirecta, directa y promocional)<sup>1</sup> es preciso señalar que debe permitirse la publicidad directa en horarios o franjas visibles para los televidentes, debido que no tiene sentido conservar tal restricción cuando las tendencias y gustos de los televidentes se han modificado de acuerdo a la evoluciones tecnológicas o irrupción de plataformas que son accesibles para todo tipo de público, de este modo se estaría equilibrando cargas regulatorias con nuevos agentes como lo son las OTT. Así pues, no existe justificación a que continúen este tipo de medidas restrictivas y que resultar ser un obstáculo en el desarrollo del sector.

Por otro lado, es preciso señalar que el artículo citado también establece lo siguiente:

**"PARÁGRAFO 2o.** *Cada operador del servicio de televisión que emita publicidad de bebidas con contenido alcohólico deberá transmitir sin costo alguno una campaña explícitamente preventiva sobre los riesgos y efectos de su consumo, en franja familiar, por el equivalente al 10% del tiempo utilizado semanalmente para la publicidad de dichos productos"*

Al respecto, es necesario que la CRC revise dicha normativa, debido a que encontramos que esta obligación presenta duplicidad, pues la regulación exige que al momento que se realicen comerciales de este tipo deben advertirse los efectos dañinos del consumo de bebidas alcohólicas, su consumo excesivo, incluso, sus riesgos. Lo anterior, evidenciaría un exceso de normatividad restrictiva sobre un mismo tema que resulta desproporcionado no solo por doble emisión de contenido, sino porque además debe emitirse el contenido preventivo de manera gratuita, situación que resulta costosa para los operadores, quienes no reciben ningún tipo de beneficio y por el contrario pierden pauta.

Así las cosas, se reitera que la mejor alternativa de acuerdo con el documento emitido por la Comisión es la desregulación en materia de publicidad, incluyéndose en este punto la disminución de contenidos preventivos que se encuentran duplicados en su mayoría.

---

<sup>1</sup> Resolución CRC No. 5050 de 2016: **"ARTÍCULO 16.5.4.4 HORARIOS E INTENSIDAD DE LA PUBLICIDAD (...)** a) *Publicidad Promocional: Dentro de un mes antes al evento cultural o deportivo entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, y durante la transmisión del evento deportivo o cultural que se promueve, patrocina o denomina.*

b) *Publicidad Indirecta: Entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.*

c) *Publicidad Directa: No podrá transmitirse en ningún horario por el servicio de televisión."*



### III. CONCLUSIONES

Consideramos necesario que la Comisión tenga en cuenta las siguientes consideraciones finales:

- La Comisión debe considerar que si bien las facultades de la CRC no están orientadas a regular los servicios OTT, la crítica del sector está dirigida a que se observe la evolución de las tendencias del mercado y como a través de la autorregulación se contribuye al bienestar social, razón por la cual deben equilibrarse las cargas y desregular los medios tradicionales, pues muchas de las obligaciones existentes son un obstáculo para la innovación y generan asimetrías entre los agentes tradicionales y los disruptivos, sin ninguna justificación.
- Es necesario que se revisen las normas que delimitan la publicidad, tiempo para realizar publicidad, tipo de material que se emplea para hacer publicidad, la definición normativa de la publicidad permitida directa e indirecta debido a que pueden ser un obstáculo para el desarrollo del sector, específicamente de los operadores de televisión que trabajan por posesionarse y ser competitivos.

Así, pues, con los comentarios indicados esperamos contribuir en la revisión normativa de contenidos audiovisuales, para el beneficio del sector.

Cordialmente,

  
**MARÍA TERESA CASTAÑEDA GUERRERO**  
Gerente de Regulación y Relación con Operadores  
**COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A.**