

# Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión

Documento Formulación del Problema

Política Regulatoria y Competencia

Julio 2023

— [www.crccom.gov.co](http://www.crccom.gov.co) —

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

# Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión

## CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
2.1. Descripción y contextualización de la temática objeto de análisis.....	5
2.2. Antecedentes de las temáticas objeto de análisis.....	7
2.3. Marco legal y regulatorio de las temáticas objeto de análisis .....	12
2.4. Experiencias internacionales.....	13
2.5. Aspectos económicos relevantes, asociados a las temáticas objeto de análisis.....	17
2.5.1. Caracterización del servicio de televisión abierta.....	18
2.5.2. Caracterización del servicio de televisión por suscripción .....	23
2.6. Definición del problema .....	24
2.6.1. Problema identificado .....	28
2.6.2. Causas del problema .....	28
2.6.3. Consecuencias del problema .....	38
2.7. Conclusiones.....	42
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>42</b>
3.1. Objetivo General .....	43
3.2. Objetivos específicos .....	43
<b>4. GRUPOS DE VALOR ASOCIADOS AL PROYECTO.....</b>	<b>43</b>
<b>5. CONSULTA SECTORIAL.....</b>	<b>46</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>47</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>50</b>
<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>56</b>

# Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión

## 1. INTRODUCCIÓN

Acorde con las funciones asignadas por la Ley 1341 de 2009 (modificada por la Ley 1978 de 2019) a la Sesión de Comunicaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), en lo que respecta al servicio de televisión, entre los años 2020 y 2021 esta Comisión desarrolló el proyecto de "*Compilación y simplificación normativa en materia de televisión*", el cual permitió la expedición de la Resolución CRC 6383 de 2021<sup>1</sup>. A través de este ejercicio, fue incluido el Título XVI en la Resolución CRC 5050 de 2016, dentro del cual fueron compiladas las normas vigentes expedidas por las extintas Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), que tienen relación con las funciones asignadas a la mencionada Sesión de Comisión, sin que ello implicara alguna modificación de fondo, garantizando así la seguridad jurídica.

En complemento de lo anterior, y como parte del objetivo de simplificación normativa, en el mes de marzo de 2022, la CRC definió la denominada *Hoja de ruta de simplificación en materia de televisión*<sup>2</sup>, en la que se listaron las temáticas del servicio de televisión a analizar y actualizar en los siguientes años, así como, su priorización.

De esta manera se anunció al sector que para el año 2023 se adelantaría la revisión de las obligaciones regulatorias relacionadas con programación, obras nacionales, canales temáticos, publicidad, espacios institucionales y programas de interés, que actualmente se encuentran compiladas en los Capítulos 4, 5 y 6 del referido Título de la Resolución CRC 5050 de 2016. Para tal fin, en la modificación de la Agenda Regulatoria 2022-2023<sup>3</sup> y en la Agenda Regulatoria 2023-2024<sup>4</sup> la CRC incluyó el proyecto "*Revisión y actualización de los regímenes de programación y publicidad de televisión*".

En la primera etapa de este proyecto, la CRC diseñó y realizó una consulta sectorial con el fin de conocer los aspectos que, de acuerdo con los diferentes prestadores de servicios de TV, presentan dificultades en su aplicación y cumplimiento, así como sus posibles causas y consecuencias. Dicha consulta se realizó entre el 18 de noviembre y el 23 de diciembre de 2022 y fue atendida por 30 prestadores del servicio de TV que en su conjunto agrupan el 77% de los ingresos de este servicio.

A partir del análisis de las observaciones y propuestas presentadas en dicha consulta, así como del análisis de las motivaciones de las actuales medidas compiladas en los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 (que en su momento fueron expedidas por la CNTV y ANTV y en algunos casos son mandatos legales), la evolución de la regulación sobre estas materias en otros países

<sup>1</sup> Por la cual se compilan y se simplifican disposiciones contenidas en las normas de carácter general vigentes expedidas por las extintas Comisión Nacional de Televisión -CNTV- y Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-, relacionadas con las funciones de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC-, se adiciona el Título XVI a la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/resolucion\\_crc\\_6383\\_2021.htm](https://normograma.info/crc/docs/resolucion_crc_6383_2021.htm)

<sup>2</sup> Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Document%20o%20hoja%20de%20television.pdf>

<sup>3</sup> Ver disponible en: <https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/agenda/Agenda-Regulatoria-2022-2023-final.pdf>.

<sup>4</sup> Ver disponible en: <https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/agenda/agenda-regulatoria-crc-2023-2024.pdf>.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 3 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

y la información relacionada con cada temática que es reportada por los operadores o que es provista por empresas que compilan y suministran información sectorial de la industria televisiva, la CRC elaboró el presente documento con el fin de precisar la problemática a resolver en el marco del presente proyecto regulatorio, acorde con la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN) que desarrolla la CRC y lo señalado en la Hoja de ruta de simplificación en materia de televisión para 2023.

El documento está organizado en cinco capítulos: el capítulo uno corresponde a la presente introducción. En el segundo capítulo se desarrolla la identificación del problema a partir de la contextualización de la temática, la descripción detallada del marco legal y regulatorio, las experiencias internacionales recientes más relevantes para el caso colombiano, la caracterización del servicio de televisión y la formulación del problema junto con sus causas y consecuencias. En el capítulo tres se precisan los objetivos del proyecto y en el capítulo cuatro los grupos de valor identificados. Finalmente, el capítulo cinco contiene la consulta guiada que se plantea al sector en relación con lo presentado en este documento.

En este punto es importante mencionar que, de manera simultánea al presente proyecto regulatorio, esta Comisión se encuentra desarrollando el estudio "*Análisis de los mercados de televisión*"<sup>5</sup> que tiene por objeto realizar el análisis de competencia de los mercados relevantes minoristas y mayoristas de televisión, así como una revisión del marco normativo vigente con el fin de determinar potenciales barreras y oportunidades para la competencia en dichos mercados.

De la misma manera, cabe anotar que la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC, acorde a lo señalado en los numerales 25, 26, 27, 28 y 30 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, introducidos por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019, se encuentra adelantando dos proyectos que también tienen por objeto revisar y actualizar diferentes aspectos la regulación que rige determinados aspectos de la emisión de contenidos televisivos. Por un lado, la "*Revisión de las medidas sobre sistemas de acceso para discapacidad auditiva*" busca determinar la pertinencia de actualizar la normativa vigente sobre los sistemas *closed caption*, subtitulación e interpretación en Lengua de Señas Colombiana, que son los mecanismos por los que las personas sordas e hipoacúsicas pueden acceder a los contenidos de la televisión colombiana. Por su parte, la "*Actualización de medidas de participación de los televidentes y protección a la niñez y la adolescencia*" revisa si las normas que protegen a esta población en su rol de televidentes son suficientes y están acordes a las nuevas dinámicas de consumos audiovisual.

Por tanto, en la revisión y actualización de las medidas regulatorias en materia de programación, publicidad y espacios institucionales se tendrán en cuenta, en los casos que aplique, los hallazgos de dichos estudios y proyectos regulatorios y las potenciales propuestas de intervención que se deriven de los mismos.

## 2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Con el fin de precisar la problemática a resolver en el presente proyecto regulatorio, a continuación, se realiza una descripción general del servicio de televisión y de las temáticas que serán objeto de revisión. Luego se revisan los antecedentes, el marco legal, la experiencia regulatoria o de intervención en otros países y las principales cifras económicas relacionadas con tales temáticas. Posteriormente se describe el problema identificado, junto con sus causas y consecuencias.

<sup>5</sup> Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-9>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 4 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

## 2.1. Descripción y contextualización de la temática objeto de análisis

De acuerdo con lo establecido en el artículo 1 de la Ley 182 de 1995<sup>6</sup>, la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, cuya prestación corresponde, mediante concesión, a las entidades públicas referidas en la misma Ley, a los particulares y comunidades organizadas, en los términos del artículo 365 de la Constitución Política.

En el mismo artículo se señala que técnicamente la televisión es un servicio de telecomunicaciones que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea, que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él.

En cuanto a la clasificación del servicio de televisión, en el artículo 18 de la mencionada ley se precisa una serie de criterios para su clasificación, a saber:

- Tecnología principal de transmisión utilizada<sup>7</sup>;
- Usuarios del servicio<sup>8</sup>;
- Orientación general de la programación emitida<sup>9</sup>;
- Niveles de cubrimiento del servicio<sup>10</sup>.

Ahora bien, los tipos de servicios a los que puede acceder una persona, según el criterio de usuarios, son televisión abierta o televisión por suscripción. Junto con esta última se ubica la televisión comunitaria; ambas, para efectos taxonómicos, se agrupan como televisión cerrada (Ver Ilustración 1).

El servicio de televisión abierta es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación, sin perjuicio de que, de conformidad con la regulación, determinados programas se destinen únicamente a determinados usuarios<sup>11</sup>.

La televisión abierta se divide en Nacional, Regional y Local: (i) televisión nacional: se refiere a las señales de televisión autorizadas para cubrir de manera permanente todo el territorio nacional; (ii) televisión regional: es el que cubre un área geográfica determinada, formada por el territorio del Distrito Capital o de más de un departamento; y (iii) televisión local: es el servicio prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios.

<sup>6</sup> Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_0182\\_1995.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_0182_1995.htm)

<sup>7</sup> TV radiodifundida, TV cableada y cerrada y TV satelital.

<sup>8</sup> TV abierta y TV por suscripción.

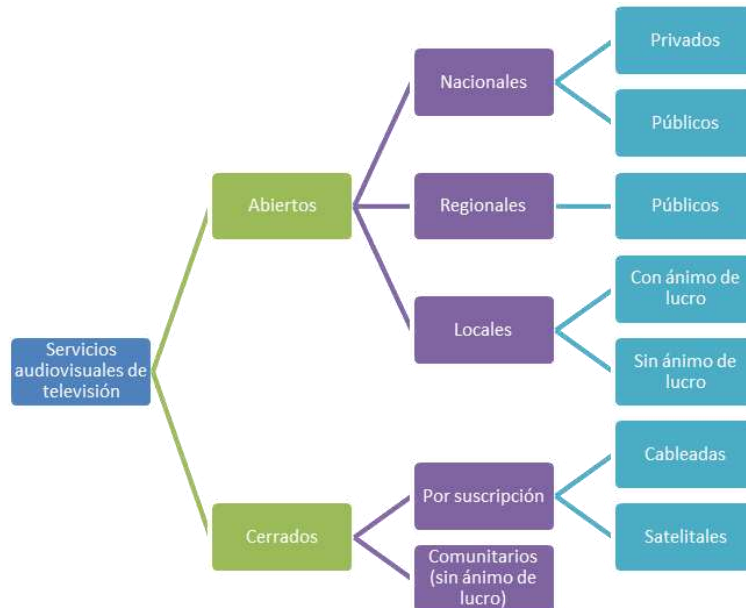
<sup>9</sup> TV comercial y TV de interés público, social, educativo y cultural.

<sup>10</sup> 1. Según origen y destino de la señal: TV internacional y TV colombiana, y 2. según su nivel de cubrimiento territorial: TV nacional, TV zonal, TV regional y TV local.

<sup>11</sup> Literal c) artículo 20 de la Ley 182 de 1995.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 5 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

**Ilustración 1. Servicios de contenidos audiovisuales de televisión en Colombia**



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, la televisión por suscripción<sup>12</sup> es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada y con sujeción a un mismo régimen jurídico de prestación, está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción; y la televisión comunitaria<sup>13</sup> es el servicio prestado por comunidades organizadas, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas y recreativas de una comunidad.

Ahora bien, en lo que respecta a las temáticas que se abordan en el presente proyecto<sup>14</sup>, es importante precisar que estas están definidas en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, así:

- **Espacios institucionales:** Son aquellos espacios de los canales de televisión abierta radiodifundida que hacen parte de la reserva del Estado, es decir, que, previa aprobación de la CRC, pueden ser utilizados por las entidades estatales para la radiodifusión de contenidos que buscan informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones, así como la promoción de la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos, la cultura y, en general, la divulgación de los fines y principios del Estado.
- **Programación de televisión:** Es la secuencia de contenidos o material audiovisual que se programa y emite en un canal de televisión, para lo cual el operador determina su horario, ubicación y movimientos de la parrilla. La programación incluye la radiodifusión de contenidos, incluida la publicidad<sup>15</sup>.

<sup>12</sup> Literal b) artículo 20 de la Ley 182 de 1995.

<sup>13</sup> Título I Definiciones. Resolución CRC 5050 de 2016.

<sup>14</sup> Según lo previsto para el año 2023 en la Hoja de ruta de simplificación en materia de televisión, publicada en marzo de 2022.

<sup>15</sup> Esta definición corresponde a la compilada por la Resolución CRC 6383 de 2021 en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual reprodujo la definición consagrada en el artículo 4 del Acuerdo 2 de 2012.

- **Publicidad en el servicio público de televisión:** Hace referencia a la inserción de mensajes o anuncios comerciales en la emisión de los canales, dentro de la programación y en los cortes especialmente destinados para ello.
- **Repetición:** Para efectos del servicio de Televisión Abierta se entiende como la(s) emisión(es) de contenidos, posterior(es) a la primera emisión (estreno), que efectúe el prestatario del servicio respectivo.

## 2.2. Antecedentes de las temáticas objeto de análisis

La Constitución Política de Colombia en sus artículos 20 y 73, garantiza la libertad de expresión y la libertad de prensa, siendo el primero un derecho esencial y universal que le asiste a toda persona, individual o colectivamente considerada, para expresar, transmitir y difundir su pensamiento; paralela y correlativamente, la libertad de informarse también es universal y entraña el derecho colectivo de las personas a recibir la información que los demás les comunican sin interferencias que la distorsionen<sup>16</sup>.

La televisión se convierte en una de las herramientas<sup>17</sup> que instrumentalizan la libertad de expresión e información, toda vez que los medios de comunicación audiovisual desempeñan una función esencial para garantizar tal libertad para las personas, en tanto sirven para difundir los propios pensamientos e informaciones y, al mismo tiempo, permiten acceder a las ideas, informaciones, opiniones y manifestaciones culturales de otras personas.

Bajo la Constitución Política de 1886, la Ley 14 de 1991<sup>18</sup> dispuso normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial, indicando que el servicio de televisión es un servicio público cuya prestación está a cargo del Estado, a través de Inravisión<sup>19</sup> y las organizaciones regionales, definiendo funciones, órganos de administración y dirección de dichas organizaciones.

Con la Constitución Política de 1991, sus artículos 76 y 77 crearon la hoy extinta Comisión Nacional de Televisión - CNTV, como un órgano encargado del manejo y regulación del servicio de televisión, con autonomía e independencia<sup>20</sup> y cuya creación fue desarrollada por la Ley 182 de 1995<sup>21</sup> y avalada por la jurisprudencia de la Corte Constitucional y el Consejo de Estado<sup>22</sup>.

Se aclara que esta definición no corresponde a la que se refiere la Sentencia de única instancia de la Sección Primera del Consejo de Estado del 16 de marzo de 2023 (Expediente: 11001 03 26 000 2011 00054 00), mediante la que se declaró nula la expresión "*incluida la publicidad*" de la definición de programación de televisión contenida en el inciso final del artículo 3 del Acuerdo 02 de 2011. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que el artículo 3 del Acuerdo 02 de 2011 fue derogado por el numeral 4.2. del artículo 4 de la Resolución CRC 6383 de 2021. Esta derogatoria se hizo expresamente por la figura de "desuso por duplicidad".

<sup>16</sup> Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 1980-81, OEA/Ser.L/V/II, pág. 122.

<sup>17</sup> Ver otros medios de comunicación: radio y prensa.

<sup>18</sup> Derogada parcialmente por la Ley 182 de 1995.

<sup>19</sup> Instituto Nacional de Radio y Televisión.

<sup>20</sup> "*La CNTV se encuentra sometida a los postulados constitucionales y también los legales, sin que goce de algún tipo de privilegio en la expedición de mandatos imperativos que supongan una equiparación con el rango de estos últimos preceptos*". Sentencia del 16 de marzo de 2023 del Consejo de Estado. Sección Primera. Expediente. 11001 03 26 000 2011 00054 00.

<sup>21</sup> La Ley 182 de 1995 establece la naturaleza jurídica, técnica y cultural al servicio de la televisión; así como la clasificación del servicio de televisión en función a cuatro criterios: a) Tecnología principal de transmisión utilizada; b) Usuarios del servicio; c) orientación general de la programación emitida y d) Niveles de cubrimiento del servicio; contenido de la televisión, entre otras temáticas.

<sup>22</sup> Ver Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Tercera, consejero ponente: Enrique Gil Botero, del 4 de octubre de 2007, radicación número: 11001-03-26-000-2004-00049-01(28968) y Sala de lo Contencioso Administrativo,

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 7 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En el año 2012, el constituyente derivado decidió<sup>23</sup> suprimir la CNTV y concedió un término de seis meses para expedir las normas de distribución de competencias entre las entidades que tendrían a su cargo la regulación y dirección del servicio público de televisión. Así pues, en ejercicio de esa facultad, el Congreso expidió la Ley 1507 del 10 de enero 2012 mediante la cual creó la Agencia Nacional de Televisión (ANTV) como una "Agencia Nacional Estatal de Naturaleza Especial, del Orden Nacional, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial, presupuestal y técnica, la cual formará parte del sector de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones".

A la ANTV no se le asignaron todas las competencias de la antigua CNTV, toda vez que se estableció la distribución de competencias en materia de televisión entre las entidades del Estado<sup>24</sup>, para lo cual se modificó la Ley 1341 de 2009 en lo correspondiente.

En ejercicio de sus funciones, y como se abordará más adelante, entre los años 1995 y 2019, la CNTV y la ANTV expidieron diferentes acuerdos y resoluciones de carácter general en materia de televisión.

El 25 de julio de 2019 fue expedida la Ley 1978, en virtud de la cual se suprimió y se ordenó la liquidación de la ANTV y, en consecuencia, se redistribuyeron las funciones en materia de televisión entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC, la Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC, la Agencia Nacional del Espectro - ANE y la Superintendencia de Industria y Comercio- SIC, manteniendo vigentes algunas disposiciones de la Ley 182 de 1995.

En el marco de lo reglado por la Ley 1978 de 2019 y las funciones asignadas a la CRC en materia televisión, por el artículo 19 de la mentada Ley, que modificó el artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, así como las actividades de revisión sistemática para simplificar su marco normativo<sup>25</sup>, esta Comisión determinó la necesidad de realizar una compilación y simplificación de los acuerdos y resoluciones vigentes de carácter general, que hubiesen sido expedidas por las extintas CNTV y por la ANTV, para que puedan ser consultadas de forma tal que exista claridad sobre las modificaciones que se han realizado a cualquiera de sus artículos.

En desarrollo de dicho proyecto regulatorio, la CRC consideró necesario adelantar las siguientes actividades: (i) identificar y analizar aquellas disposiciones regulatorias en las que pudieron operar los fenómenos del decaimiento o de la derogatoria tácita; (ii) revisar aquellas disposiciones que podrían encontrarse en otros actos administrativos de carácter general expedidos por la CNTV y la ANTV y en las leyes, incluyendo las definiciones y otras disposiciones regulatorias; (iii) identificar las normas en desuso de conformidad con los criterios mencionados en la Resolución CRC 5586 de 2019<sup>26</sup>, los cuales corresponden a: evolución tecnológica, evolución del mercado, duplicidad normativa y normas transitorias<sup>27</sup>; e (iv) incluir en la Resolución CRC 5050 de 2016, todas las disposiciones objeto de

Sección Primera, consejera ponente: María Elizabeth García González, del veinticuatro (24) de mayo de 2012, radicación número: 25000-23-24-000-2011-00187-01(AP).

<sup>23</sup> Mediante el Acto Legislativo número 2 de 2011, en su artículo 1 derogó el artículo 76 y en el 2 modificó el artículo 77 de la Constitución, razón por la cual la CNTV se liquidó.

<sup>24</sup> Ley 1507 de 2012. Título III. Capítulo I. De la distribución de competencias.

<sup>25</sup> En el 2018 la Comisión desarrolló el proyecto regulatorio denominado "Diseño y aplicación de metodología para simplificación del marco regulatorio de la CRC", atendiendo al enfoque integral de mejores prácticas en materia de mejora normativa o regulatoria. Ver disponible en: <https://cocom.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-71-8>.

<sup>26</sup> Por la cual se eliminan normas en desuso del marco regulatorio expedido por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

<sup>27</sup> De acuerdo con la Resolución CRC 5586 de 2019, se consideran normas en desuso aquellas que cumplen alguno de los siguientes factores: "1. Evolución del mercado: se presenta cuando las condiciones en el mercado que dieron origen a la regulación

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 8 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



compilación<sup>28</sup>; lo anterior se atendería en dos frentes diferentes: “*el primero, relacionado con la identificación de las medidas regulatorias que se encuentran en desuso; y el segundo, una hoja de ruta de simplificación del marco regulatorio – en ese momento- expedido por la CRC*”<sup>29</sup>.

Como resultado del referido proyecto regulatorio y del primero de los frentes, se profirió la Resolución CRC 6383 de 2021 “*Por la cual se compilan y se simplifican disposiciones contenidas en las normas de carácter general vigentes expedidas por las extintas Comisión Nacional de Televisión -CNTV- y Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-, relacionadas con las funciones de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC-, se adiciona el Título XVI a la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones*”.

En cuanto al segundo frente, se definieron las temáticas a abordar en los próximos años, así como su priorización, para ello en la Hoja de ruta publicada en marzo de 2022 se anunció al sector que para el año 2023 se adelantaría la revisión de las obligaciones regulatorias relacionadas con programación, obras nacionales, canales temáticos, publicidad, espacios institucionales y programas de interés, que actualmente están compiladas dentro del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Posterior a la publicación de la mencionada Hoja de Ruta, la Comisión identificó<sup>30</sup> la pertinencia de incluir dentro de las temáticas a revisar en 2023 lo correspondiente a la normativa aplicable sobre las señales especializadas o segundas señales en Televisión Digital Terrestre - TDT, en específico en lo referente a las condiciones en materia de repetición de programas, que estaba previsto inicialmente para el año 2024. Bajo este contexto, la CRC incluyó como modificación de la Agenda Regulatoria 2022-2023 el proyecto “*Programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión*” con el objetivo de revisar y actualizar las condiciones regulatorias que le aplican a la prestación del servicio de televisión en materia de programación (incluidas las restricciones de repeticiones), publicidad y espacios institucionales.<sup>31</sup> Esta inclusión, también fue contemplada para la Agenda Regulatoria 2023-2024.

Entre el 18 de noviembre y el 23 de diciembre de 2022 la CRC realizó una consulta sectorial, dirigida a los canales y operadores del servicio de televisión, con el fin de conocer su percepción sobre las obligaciones regulatorias relacionadas con programación, espacios institucionales y publicidad, contenidas en los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de Resolución CRC 5050 de 2016. En su oportunidad se recibieron respuestas de 30 prestadores del servicio de televisión (ocho canales de TV abierta –

*ex ante han dejado de existir o cuando debido a cambios en otros elementos como la demanda o la oferta, dicho mercado evoluciona o deja de existir, de tal manera que es inviable continuar con la aplicación de la norma existente. 2. Evolución tecnológica: se materializa por la implementación de tecnologías que han modificado ciertas características de la prestación de servicios de telecomunicaciones o transformado los modelos de negocio de los agentes involucrados directa o indirectamente y, por lo mismo, la norma ya no es aplicable para los agentes del sector. 3. Duplicidad normativa: hace alusión a la existencia de dos o más normas que cumplen funciones iguales o similares, por cuanto una de ellas se puede considerar como no aplicable o redundante. 4. Normas transitorias: se refiere a aquellas normas que eran aplicables durante un periodo de tiempo determinado y dicho periodo ya finalizó”.*

<sup>28</sup> Resolución CRC 6383 de 2021. Pág. 2.

<sup>29</sup> Hoja de Ruta de simplificación en materia de Televisión. Marzo de 2022. Ver disponible en: [https://crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Documento\\_hoja\\_de\\_ruta\\_de\\_televisi%C3%B3n.pdf](https://crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Documento_hoja_de_ruta_de_televisi%C3%B3n.pdf).

<sup>30</sup> La identificación y clasificación se realizó de acuerdo con la metodología de Saaty (1977-1980) y los porcentajes correspondientes se muestran en la tabla 3 del documento Hoja de Ruta, donde también se encuentra como anexo el ejercicio realizado.

<sup>31</sup> Agenda regulatoria CRC 2022 – 2023, pág. 34. Ver disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/agenda/agenda-regulatoria-crc-2023-2024.pdf>.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 9 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

nacional y regional-, cuatro canales de TV Local, siete operadores de TV por suscripción y once asociaciones de TV Comunitaria) que en su conjunto agrupan el 77% de los ingresos de este servicio.

Otro antecedente, que resulta necesario referenciar corresponde a reciente sentencia de única instancia, expedida por la Sección Primera del Consejo de Estado, la cual, entre otros aspectos, hace alusión a los conceptos de programación y publicidad, indicando que si bien hacen parte de la operación y explotación del servicio de televisión, son disimiles y por ende no son equivalentes, de acuerdo con el trato dado por el Congreso de la República, en la Ley 182 de 1995; concluyendo que “la expresión “incluida la publicidad” contenida en el último inciso del artículo 3 del Acuerdo 002 de 2011 expedido por la CNTV, genera el reproche de ilegalidad al desconocer lo dispuesto por el Legislador en los artículos 5 (literales c) y h) y en el artículo 29 de la enunciada Ley 182 de 1995” y por ende declara nulo el aparte del inciso final del artículo 3 del Acuerdo 02 del 30 de junio de 2011<sup>32</sup>.

De esta manera, la Resolución CRC 6383 de 2021 compiló en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016 unas definiciones, y entre ellas, reprodujo de manera idéntica la contenida en el artículo 4 del Acuerdo 2 de 2012<sup>33</sup>, particularmente la referida a programación de televisión, por lo que, como ya se anunció, si bien la definición de programación de televisión es la contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, compilada por la Resolución CRC 6383 de 2021, que reprodujo la definición del artículo 4 del Acuerdo 02 del 4 de abril de 2012, disposición a la que no se extienden los efectos de la nulidad declarada por el Consejo de Estado, no es menos cierto, que le corresponde a la Comisión, considerar los argumentos expuestos por el Consejo de Estado, a efectos de analizar desde esa óptica, la mejora o actualización de las disposiciones relacionadas con publicidad, contenidas en el Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, que se pretende con el presente proyecto regulatorio.

Es importante mencionar, tal y como se indicó previamente, que en el documento de Agenda Regulatoria 2023-2024, se tiene previsto el desarrollo del proyecto regulatorio denominado “2.1. Análisis de mercados de televisión”<sup>34</sup>, que tiene como objetivo general realizar el análisis de competencia de los mercados relevantes minoristas y mayoristas de televisión, así como una revisión del marco normativo vigente con el fin de determinar potenciales barreras y oportunidades para la competencia en dichos mercados. Este proyecto contempla dos fases: la primera referida a la revisión y actualización del mercado relevante minorista de televisión multicanal; y la segunda fase, que a partir de los insumos de la primera, contendrá la definición y análisis de competencia de los mercados mayoristas de televisión, incluyendo los aspectos concernientes a la pauta publicitaria en estos medios de comunicación, además de una revisión del marco normativo vigente que permita determinar posibles barreras y oportunidades para la competencia en los mercados analizados.

De la misma forma, y tal como se anticipó en el acápite de *Introducción* del presente documento, la Sesión de Contenidos Audiovisuales, se encuentra adelantando dos proyectos regulatorios enfocados a abordar (i) las medidas sobre sistemas de acceso para discapacidad auditiva y (ii) las medidas de

<sup>32</sup> El numeral 4.2. del artículo 4 de la Resolución CRC 6383 de 2021, denominado *Derogatorias* indica que, entre otros, el artículo 3 del Acuerdo 02 de 2011 se deroga expresamente por la figura de “*desuso por duplicidad*”.

<sup>33</sup> El numeral 4.5. del artículo 4 de la Resolución CRC 6383 de 2021, denominado *Derogatorias* indica que, las definiciones, entre otras, de programación de televisión del artículo 4 del Acuerdo CNTV 2 de 2012 se compilan con la Resolución CRC 6383 de 2021.

<sup>34</sup> Producto de los cambios tecnológicos y culturales que han alterado las dinámicas del sector de televisión, esto es, la interacción entre los diferentes servicios audiovisuales y de telecomunicaciones, llamado “convergencia digital”, la Comisión consideró necesario ampliar la visión planteada de manera inicial en la Agenda Regulatoria 2022-2023, en donde se había plasmado la importancia del análisis del traslado de la pauta publicitaria a plataformas tecnológicas y su impacto en los medios de comunicación denominados “tradicionales”. Los documentos del proyecto “Análisis de mercados de televisión” pueden ser consultados en el siguiente enlace: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-9>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 10 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

participación de los televidentes y de protección a la niñez y la adolescencia. De esta manera, se evidencia un nexo de causalidad directo entre los proyectos 1.1<sup>35</sup>, 1.6<sup>36</sup>, 2.1<sup>37</sup> y 2.6<sup>38</sup> de la Agenda Regulatoria 2023-2024<sup>39</sup>, siendo necesario avanzar de manera paralela y articulada en la metodología de Análisis de Impacto Normativo – AIN, permitiendo acompasar las temáticas, los entregables y plazos indicativos de los cuatro proyectos regulatorios, atendiendo, entre otros, los argumentos del Consejo de Estado – Sección Primera en la Sentencia proferida el pasado 16 de marzo de 2023.

### 2.2.1 Otros estudios relacionados

Dado que uno de los criterios para la clasificación de la televisión, es en función de los usuarios y este la cataloga como televisión abierta y televisión por suscripción, vale la pena traer a colación el Proyecto Regulatorio denominado *"Revisión de la Reglamentación de Contenidos en el Servicio de Televisión Abierta"*, formulado por la ANTV en el año 2019, con el objetivo general de realizar una revisión de la normatividad existente en materia de regulación de contenidos de televisión abierta, a efectos de trazar los siguientes objetivos: (i) analizar la efectividad de la normatividad vigente para la prestación del servicio de televisión digital terrestre; (ii) precisar por medio de la regulación el alcance de los conceptos de gratuidad y desencadenamiento en la utilización del multiplex digital, (iii) precisar las obligaciones de los concesionarios del servicio frente al canal principal y subcanales del multiplex digital, (iv) actualizar el marco regulatorio en materia de contenidos para la Televisión Digital terrestre, e (v) identificar los aspectos sujetos de modificación, actualización o eliminación, bajo el contexto actual de prestación del servicio.

Este proyecto regulatorio, fue archivado por la Junta Nacional de Televisión<sup>40</sup>, indicando que *"de cara a la aprobación de la ley de modernización del sector TIC, no habría lugar a continuar con la elaboración del documento de desarrollo y debe ser el nuevo ente regulador quien evalué la pertinencia de regular en esta materia, en tal sentido este tema debe ser incluido dentro del acta de entrega de la entidad"*.

Adicionalmente, es importante referenciar dos documentos elaborados por el Departamento Nacional de Planeación – DNP, el primero de ellos data del año 2016 sobre *"El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado"*<sup>41</sup> y el segundo del año 2020 denominado *"Industria de contenidos audiovisuales y plataformas digitales: análisis desde el derecho de la competencia"*<sup>42</sup>.

Sobre el informe del 2016, vale la pena resaltar las siguientes conclusiones: (i) el sector audiovisual debe contar con una normatividad e institucionalidad convergente, en cabeza de la CRC, adicionalmente; (ii) una definición más clara de las competencias, sobre todo en materia de control y vigilancia; (iii) revisar la posibilidad de replantear las cargas existentes a los SCA<sup>43</sup> tradicionales cerrados —por

<sup>35</sup> Actualización de medidas de protección a la niñez y adolescencia

<sup>36</sup> Revisión de las medidas sobre sistemas de acceso para la población con discapacidad auditiva.

<sup>37</sup> Análisis de mercados de televisión.

<sup>38</sup> Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV.

<sup>39</sup> Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/agenda/agenda-regulatoria-crc-2023-2024.pdf>

<sup>40</sup> Sesión 333 del 11 de junio de 2019.

<sup>41</sup> Disponible en:

[https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev\\_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf)

<sup>42</sup> Ver disponible en: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/24187>.

<sup>43</sup> Servicios de comunicación audiovisual.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 11 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

suscripción— y a la televisión abierta privada<sup>44</sup> y (iv) revisar y actualizar el esquema de televisión comunitaria.

En lo que respecta al documento de la vigencia 2020, se resalta que se identificó que la dinámica competitiva en la industria de contenidos audiovisuales y plataformas digitales tiene un impacto evidente en los productos ofrecidos: *"A raíz de la proliferación de servicios de transmisión de contenidos a través de Internet, de la evolución de los servicios por pedido y la visibilidad de alternativas para los consumidores es posible sostener que cada vez es más común ver múltiples opciones disponibles una al lado de la otra, de hecho, en la misma plataforma"*<sup>45</sup>. En el documento se señala la necesidad de enfocar los esfuerzos del regulador en la industria de contenidos audiovisuales, en el marco de la economía creativa y de la producción de contenido, dado que es un sector que está experimentando *"grandes avances y una transformación acelerada, impulsado por el progreso tecnológico y los hábitos cambiantes de los consumidores"*<sup>46</sup>.

Finalmente, es preciso mencionar nuevamente la Resolución CRC 6383 de 2021. Como se indicó, a través de dicho acto administrativo, se identificaron las medidas regulatorias que se encontraban en desuso, relacionadas con las funciones asignadas a la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la CRC, sin que ello implicara alguna intervención estructural; resultando necesario avanzar y culminar con la siguiente fase, consistente en la actualización de la normativa asociada a las temáticas priorizadas en la Hoja de ruta de simplificación en materia de televisión y en la Agenda Regulatoria, esto es, las disposiciones contenidas en los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de Resolución CRC 5050 de 2016.

### 2.3. Marco legal y regulatorio de las temáticas objeto de análisis

Tal como se identificó en la sección anterior, la legislación que actualmente rige al servicio de televisión en Colombia corresponde a las leyes 14 de 1991<sup>47</sup>, 182 de 1995<sup>48</sup>, 335 de 1996<sup>49</sup>, 680 de 2001<sup>50</sup>, 1341 de 2009<sup>51</sup> y 1978 de 2019<sup>52</sup>.

<sup>44</sup> Informe final. DNP. *"El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado"*. Pág. 159.

<sup>45</sup> Informe 2020. *"Industria de contenidos audiovisuales y plataformas digitales: análisis desde el derecho de la competencia"* Pág. 23.

<sup>46</sup> Ibidem. Pág. 5.

<sup>47</sup> Por la cual se dictan normas sobre el servicio de televisión y radiodifusión oficial. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_0014\\_1991.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_0014_1991.htm)

<sup>48</sup> Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Disponible en [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_0182\\_1995.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_0182_1995.htm)

<sup>49</sup> Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_0335\\_1996.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_0335_1996.htm)

<sup>50</sup> Por la cual se reforman las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de Televisión. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_0680\\_2001.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_0680_2001.htm)

<sup>51</sup> Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_1341\\_2009.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_1341_2009.htm)

<sup>52</sup> Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones. Disponible en: [https://normograma.info/crc/docs/ley\\_1978\\_2019.htm](https://normograma.info/crc/docs/ley_1978_2019.htm)

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 12 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

## Ilustración 2. Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016



Fuente: Elaboración propia

Las temáticas regulatorias que serán objeto de revisión en el presente proyecto, como ya se indicó, corresponden a las medidas regulatorias expedidas por las extintas CNTV y ANTV en materia de programación, espacios institucionales, publicidad y programas de interés, compiladas en los capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de Resolución CRC 5050 de 2016 y cuyas secciones se listan en la ilustración 2. Lo anterior sin perjuicio, de revisar y actualizar las disposiciones contenidas en otros Títulos de la mentada resolución, que tengan un nexo de causalidad con dichas temáticas y que su regulación sean competencia de la Sesión de Comunicaciones.

## 2.4. Experiencias internacionales

Con el fin de identificar la evolución de la regulación sobre las temáticas de programación, publicidad y espacios institucionales en otros países, así como también sobre señales TDT y subseñales, la CRC procedió a revisar experiencias de España<sup>53</sup>, Reino Unido, Estados Unidos, Argentina y México<sup>54</sup>.

Este ejercicio tiene como propósito conocer las experiencias internacionales de diferentes reguladores de telecomunicaciones y sus disposiciones en cuanto al servicio de televisión; a efectos de tenerlas en cuenta a la hora de revisar las disposiciones compiladas en los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

<sup>53</sup> Las regulaciones de los países miembros de la Unión Europea derivan de la transposición en cada país de las indicaciones generales establecidas por la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual. Comisión Europea. 2018. Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

<sup>54</sup> Acorde con las tendencias internacionales revisadas en la hoja de ruta de simplificación en materia de televisión.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 13 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

### 2.4.1. Programación

Las franjas de programación están contempladas en la mayoría de las regulaciones consultadas. Así, en Reino Unido<sup>55</sup>, los programas no aptos para niños deben ser transmitidos luego de las 21:00 horas y antes de las 5:30. Para servicios premium la franja familiar termina a las 20:00. En España<sup>56</sup>, para la televisión abierta, se establece un horario de protección general entre las 6:00 y las 22:00 horas y tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, durante las cuales no podrán emitirse contenidos calificados como no recomendados para menores de 12 años: de lunes a viernes, de las 8:00 a las 9:00 horas y de las 17:00 a las 20:00 horas; sábados, domingos y festivos de ámbito estatal: de las 9:00 a 12:00 horas.

Argentina<sup>57</sup> y Estados Unidos<sup>58</sup> limitan la emisión de televisión para niños y adolescentes de las 6:00 a las 20:00 horas. La norma mexicana, excepción en la región, contempla contenidos aptos para adultos a partir de las 19:00 hasta las 5:59 horas.

En cuanto a cuotas de programación, en España, acorde con la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual, los prestadores televisivos deben reservar para obras europeas el 51% del tiempo de emisión anual de su programación; de este, el 10% debe ser para obras europeas de productores independientes. En México<sup>59</sup> no hay una cuota, pero los concesionarios comerciales que tengan más de 20% de programación nacional podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad permitido por la Ley, hasta en dos puntos porcentuales, mientras que los operadores que presten el servicio de radiodifusión para uso comercial que cubran con producción nacional independiente cuando menos un 20% de su programación, podrán incrementar el porcentaje de tiempo de publicidad hasta en cinco puntos porcentuales.

En Argentina, los servicios de televisión abierta deben emitir un mínimo del 60% de producción nacional; con un mínimo del 30% de producción propia que incluya informativos locales; hay cuotas de producción local independiente para la TV abierta según cobertura del operador. La TV abierta debe emitir ocho estrenos anuales de películas nacionales.

La norma estadounidense contempla la exigencia para los operadores de TV de incluir por lo menos 156 horas anuales de TV para niños, en el horario de 6:00 a 22:00.

### 2.4.2. Espacios institucionales

La norma española indica que el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales debe fijar un catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad que han de emitirse por televisión en abierta y con cobertura estatal (eventos especialmente deportivos). El prestador titular puede comercializarlos y, si no hay ofertas, está obligado a emitirlos en su señal de televisión abierta.

En México, por su parte, los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión deben realizar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta 30 minutos (continuos o discontinuos), dedicadas a difundir

<sup>55</sup> OFCOM. 2020. Broadcast Code. <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

<sup>56</sup> España. 2022. Ley General de Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>

<sup>57</sup> Argentina. Ley 26.522. Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual. <https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf>

<sup>58</sup> FCC. 2021. The Public and Broadcasting. <https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting>

<sup>59</sup> México. 2022. Ley General de Telecomunicaciones y Radiodifusión. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftr.htm>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 14 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

temas educativos, culturales y de interés social. Los tiempos de transmisión son administrados por la Secretaría de Gobernación, dependencia que escucha al concesionario y de acuerdo con este fija los horarios en sus horas de transmisión.

El regulador argentino ENACOM puede ordenar a los medios de comunicación la emisión gratuita de los avisos de interés público y sancionar a los mismos por eventuales incumplimientos. Estos no pueden tener una duración mayor a los 60 segundos, salvo si hay una emergencia pública.

### 2.4.3. Publicidad

La norma británica, expedida por OFCOM, señala que, para la TV comercial, se permite un promedio de 12 minutos por cada hora de transmisión para publicidad o anuncios de televentas, y los programas de televentas y autopromoción están exentos de esta condición. En TV pública, el promedio es de 7 minutos diarios, que se elevan a 8 minutos en el horario de 18:00 a 23:00. Los cortes no pueden exceder 3 minutos 50 segundos. Si un operador dedica en un programa menos tiempo del permitido a publicidad, puede solicitar que se le permita ponerla en otros momentos. En el caso de los programas infantiles, si el programa dura 30 minutos o menos no puede ser interrumpido por publicidad.

Los programas de televentas deben durar por lo menos 15 minutos, y solo pueden ser emitidos de 00:00 a 6:00. Para canales comerciales, los cortes comerciales deben estar separados por mínimo 20 minutos. No puede haber patrocinio en noticias y programas de actualidad. La publicidad está separada reglatoriamente de la programación. Se prohíbe el *product placement* (*emplazamiento de productos dentro de programas*), y la publicidad virtual en transmisiones de eventos solo puede reemplazar la publicidad in situ.

La publicidad está prohibida en los servicios financiados por tarifas de licencia de la BBC, pero está permitida en otros operadores del servicio público de televisión, con estrictas especificaciones como el momento en que puede insertarse publicidad cuando es un programa con partes autónomas (tipo magazines), el número de cortes permitidos según duración. No se permite publicidad en programas educativos, religiosos o infantiles.

En España se pueden emitir anuncios publicitarios máximo por 144 minutos entre las 6:00 horas de la mañana y las 18:00 horas y máximo de 72 minutos entre las 18:00 y las 24:00 horas. En la emisión de publinreportajes y telepromociones deberá superponerse, permanentemente y legible, una transparencia con la indicación "publicidad". La transmisión de películas para la televisión (con exclusión de las series, los seriales y los documentales), largometrajes y programas informativos televisivos puede ser interrumpida 1 vez por cada 30 minutos.

Las retransmisiones de acontecimientos deportivos por televisión únicamente pueden ser interrumpidas por mensajes de publicidad aislados solo cuando el acontecimiento se encuentre detenido. En dichas retransmisiones se pueden insertar mensajes publicitarios, siempre que no interrumpan el desarrollo del acontecimiento. No se permite insertar publicidad televisiva ni televenta durante los servicios religiosos.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas de televenta siempre que tengan una duración ininterrumpida mínima de 15 minutos. Se regula el uso de transparencias, sobreimpresiones, publicidad virtual y pantalla dividida en la programación. La TV pública nacional (RTVE) no puede emitir publicidad.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 15 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En México, el tiempo destinado a publicidad comercial en las estaciones abiertas no puede exceder el 18% del tiempo total de transmisión por cada canal de programación. La contabilización de la duración de la publicidad comercial no incluye los promocionales propios de la estación, ni las transmisiones correspondientes a los espacios de reserva del Estado y otros a disposición del poder ejecutivo, ni programas de oferta de productos o servicios.

Los concesionarios restringidos (de televisión por suscripción) pueden transmitir, diariamente y por canal, hasta 6 minutos de publicidad en cada hora de transmisión; para los concesionarios de uso social indígenas y comunitarias de radiodifusión, el tiempo destinado a venta de publicidad para los entes públicos federales y, en su caso, los de las Entidades Federativas y Municipios, no puede exceder del 6% del tiempo total de transmisión por cada canal.

La FCC de Estados Unidos indica que los operadores de cable no pueden transmitir más de 10.5 minutos de comerciales por hora en los programas infantiles en fin de semana, y 12 minutos en semana. El volumen promedio de los comerciales debe ser igual al de los programas que acompañan. No se regula la cantidad ni tipo de publicidad para las estaciones comerciales, aparte de las disposiciones para TV infantil y publicidad política. Además, la TV no comercial puede aceptar patrocinios y contribuciones, pero debe diferenciarlos de anuncios publicitarios. Los patrocinios de publicidad política deben estar claramente identificados.

En Argentina, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual indica, para la TV abierta, un máximo de 14 minutos de anuncios comerciales por hora de emisión. Para la TV suscripción son hasta 8 minutos en el canal de producción propia. Los proveedores de canales para suscripción) pueden insertar hasta 6 minutos por hora.

Los avisos publicitarios deben ser de producción nacional cuando sean emitidos por los servicios de radiodifusión abierta o en los canales o señales propias de los servicios por suscripción o insertas en las señales nacionales. Los servicios de televisión por suscripción sólo pueden insertar publicidad en la señal correspondiente al canal de generación propia.

Por otro lado, los licenciarios de servicios audiovisuales en Argentina no pueden celebrar contratos de exclusividad con empresas comercializadoras de publicidad. Además, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual lleva un Registro Público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias. La inscripción en este registro es obligatoria para la comercialización de espacios en los servicios de radiodifusión.

#### 2.4.5. Señales TDT y subseñales

Respecto a las normas diferenciales de programación o publicidad para las señales secundarias de TDT, hay pocas menciones, principalmente dado que el concepto de señal secundaria o subseñal no está presente en la mayoría de las regulaciones.

De los países revisados, en México se encontró la ley indica que "*cada canal de multiprogramación autorizado a los concesionarios de uso comercial, público y social que presten servicios de radiodifusión, se deberá cumplir con las mismas reglas y disposiciones aplicables en términos de contenido, publicidad, producción nacional independiente, defensor de la audiencia, tiempos de Estado, boletines, encadenamientos y sanciones*".

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 16 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



Por su parte, en Argentina hay un banco de contenidos públicos para que todo operador de TDT afiliado a un plan del Gobierno nutra sus subseñales, pero no se registra mayor regulación al respecto.

En síntesis, en las experiencias de otros países se observan tendencias legislativas y regulatorias internacionales en las materias del presente proyecto, tales como:

- Mantenimiento de las franjas de programación como base de las medidas relacionadas a la protección de la niñez y la adolescencia. Al respecto, se percibe una tendencia a simplificar estas franjas para la televisión abierta.
- Exigencia de cuotas de programación nacional (o regional, en el caso de la Unión Europea) para apoyar el fomento de las industrias nacionales de contenidos.
- Tendencia a flexibilizar las normas sobre publicidad en la televisión para, sin dejar desprotegido al televidente, permitir más control y gestión de los operadores sobre sus fuentes de ingresos.
- Se mantienen las obligaciones de espacios institucionales o disposición del Estado, en algunos casos mayores que las de Colombia, aunque en la mayoría de los países están enfocadas en la información sobre emergencias y las campañas educativas.

## 2.5. Aspectos económicos relevantes, asociados a las temáticas objeto de análisis

La televisión, en sus aspectos tanto de producción como de emisión, hace parte de las industrias culturales y las industrias de contenido, junto con los sectores editorial, cine, radio, discografía, contenido celulares, música independiente, audiovisual independiente, contenido web, videojuegos y *cross media*<sup>60</sup>. Estas industrias tienen una participación en el PIB Nacional de aproximadamente 3%, de acuerdo con las cifras de la cuenta satélite de Cultura y Economía Naranja del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)<sup>61</sup>.

La industria televisiva, en particular, tiene una dinámica de mercado que se origina en la fase de producción de contenidos, en la que se crean los programas que luego se emiten por los canales de televisión. Estos contenidos pueden ser realizados por productoras que hacen parte de la empresa emisora o por terceros. Las empresas emisoras de los canales (operadores) seleccionan los programas teniendo en cuenta su audiencia potencial y el costo de adquisición; finalmente, los espacios producidos o adquiridos se insertan en la parrilla de programación lineal del canal de televisión.

Respecto a los dispositivos para la recepción del servicio, la encuesta de tecnologías de información publicada por el DANE en 2022 señala que la proporción de hogares colombianos que cuentan con televisor fue 89,5%, distribuido, según el tipo de terminal, así: el 35,5% de los hogares cuenta con un televisor convencional a color y 59,8% con televisor LCD, plasma o LED.

<sup>60</sup> Uso de diferentes tipos de canales, medios y soportes (Internet, vídeos, televisión, móviles, prensa y radio) para enviar un mismo mensaje.

<sup>61</sup> Industrias creativas PIB Colombia <https://www.larepublica.co/economia/industrias-creativas-representan-3-del-pib-que-logran-generar-522-000-empleos-3372319>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 17 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

La encuesta señala también, en cuanto a la señal de televisión utilizada, que en 2021 el 39,2% de los hogares consumió televisión por señal abierta, el 45,1% lo hizo a través de cable, el 8,1% por transmisión satelital y el 0,3% mediante IPTV (por las siglas en inglés para *Internet Protocol Television* o televisión por protocolo de Internet)<sup>62</sup>.

Del Estudio sobre la Industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia (2021)<sup>63</sup> se obtiene que las fuentes tradicionales de ingresos para los prestadores de redes y servicios de televisión abierta han sido la pauta publicitaria y los fondos públicos, mientras que en la modalidad de TV cerrada los ingresos se originan en el pago regular por suscripción de los abonados y en menor proporción en la pauta publicitaria.

A continuación, se realiza la caracterización del servicio de televisión en las modalidades de televisión abierta y televisión por suscripción:

### 2.5.1. Caracterización del servicio de televisión abierta

En Colombia, el servicio de televisión abierta se encuentra clasificado en función de su nivel de cubrimiento de la siguiente manera: nacional (5 canales), local (17 canales) y regional (8 canales). A continuación, se enlistan los canales que pueden ser sintonizados en Colombia mediante la señal análoga (la oferta de la televisión digital se analiza en la sección 2.6.2.3.1):

**Tabla 1. Canales de televisión abierta**

Nacionales	Regionales	Locales sin ánimo de lucro	Locales con ánimo de lucro
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal Uno</li> <li>• Caracol Televisión</li> <li>• RCN Televisión</li> <li>• Señal Colombia</li> <li>• Señal Institucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal Capital</li> <li>• Canal Trece - TV Andina</li> <li>• Canal TRO</li> <li>• Teleantioquia</li> <li>• Telecafé</li> <li>• Telecaribe</li> <li>• Teleislas</li> <li>• Telepacífico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Univalle TV</li> <li>• Canal Cali TV</li> <li>• Canal Enlace TV</li> <li>• Canal Teled Medellín</li> <li>• Canal Telesantiago</li> <li>• Canal TV Ipiales</li> <li>• Canal Avivamiento</li> <li>• Canal Bucaramanga TVC</li> <li>• Canal Colombia TV</li> <li>• Canal 29</li> <li>• Canal Yubarta TV</li> <li>• Canal 5 de Televisión</li> <li>• Canal Arco Iris</li> <li>• Canal Telepasto</li> <li>• Canal Telemiga</li> <li>• Canal ATN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• City TV</li> </ul>

Fuente: MINTIC, elaboración CRC

A partir del Estudio de Representaciones sociales en la TV colombiana<sup>64</sup>, realizado por la CRC en 2022, se encuentra que los canales regionales son los que más contenidos emiten, con un 63.5% del total de los contenidos producidos y emitidos por la TV abierta colombiana. Sin embargo, no son los que más

<sup>62</sup> [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/entic/comunicado\\_entic\\_hogares\\_2021.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/entic/comunicado_entic_hogares_2021.pdf).

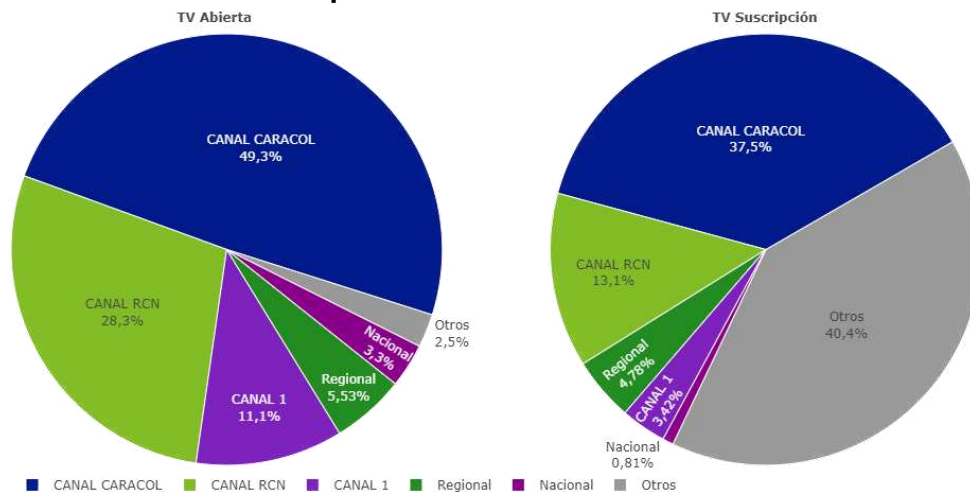
<sup>63</sup> CRC. Estudio sobre la Industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia. En [https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20sobre%20la%20Industria%20de%20Contenidos%20Audiovisuales%20Colombia/13-informe\\_ejecutivo\\_industria\\_contenidos\\_av.pdf](https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20sobre%20la%20Industria%20de%20Contenidos%20Audiovisuales%20Colombia/13-informe_ejecutivo_industria_contenidos_av.pdf)

<sup>64</sup> CRC. Estudio de Representaciones sociales en la TV colombiana. En: <https://www.crcm.gov.co/es/biblioteca-virtual/informe-ejecutivo-estudio-representaciones-sociales-en-television-abierta>.

audiencia tienen, ya que, al ponderarlos por la medida de *rating*<sup>65</sup>, los porcentajes cambian radicalmente y entonces son los canales privados nacionales los que más incidencia tienen en las audiencias.

Los canales privados nacionales lideran en audiencia incluso cuando se accede a ellos mediante la televisión cerrada (por suscripción y comunitaria), tal como se puede apreciar en la Gráfica 1.

**Gráfica 1. Distribución las audiencias de hogares con televisión abierta y por suscripción durante el primer trimestre del 2022<sup>66</sup>**



Fuente: Elaboración CRC con información de Kantar IBOPE Media,

A continuación, se desarrolla el análisis de tres elementos relacionados con la televisión abierta: publicidad, parrillas de programación y espacios institucionales.

### 2.5.1.1 Publicidad

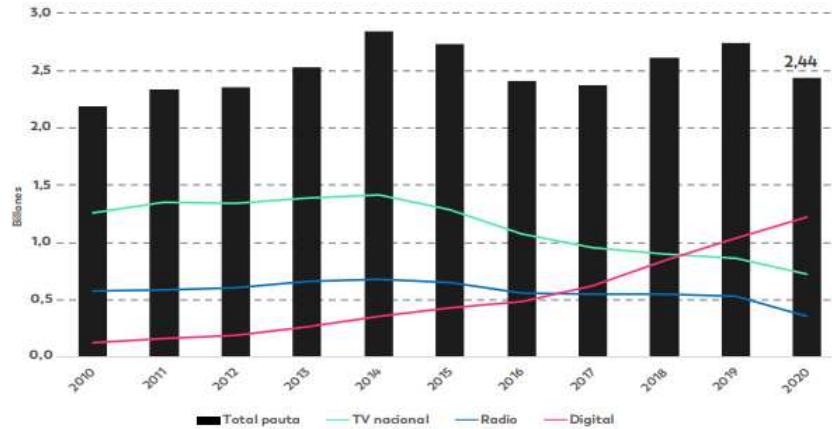
Los ingresos de la TV abierta privada están estrechamente ligados a la pauta publicitaria. Para el total de los medios tradicionales, esta ha tendido a disminuir en los últimos años; en contraste, la pauta digital ha tenido un ascenso continuo y marcado desde 2017 en adelante. La TV nacional alcanzó su máximo en 2014 y al cierre de 2020 registró una reducción de 48,7% respecto de la cifra registrada en 2014 (Ver gráfica 2). En el caso de la TV regional y local los ingresos por pauta publicitaria ascendieron a \$88 mil millones en 2014 y se ubicaron en el orden de \$51 mil millones en 2020, lo que equivale a una disminución del 42% entre los dos periodos de referencia (ver gráfica 3).

<sup>65</sup> *Rating*, en su forma más simple, corresponde el porcentaje de personas u hogares sintonizados a un canal o programa dentro del total de la población de un mercado. Por ejemplo, el porcentaje de personas dentro de un grupo demográfico y dentro del área encuestada en hogares con televisión que miran un programa o canal específico. Un punto de rating es igual a 1% del universo. Existen tipos diferentes de *rating*. Los más comunes son audiencia promedio, audiencia total y audiencia acumulada. Ver Disponible en Documento Preparatorio: Diagnóstico del sector de televisión en Colombia y consulta pública para una agenda convergente. Pág. 17. En:

[https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Documento%20Preparatorio%3A%20Diagn%C3%B3stico%20del%20sector%20de%20televisi%C3%B3n%20en%20Colombia%20y%20consulta%20p%C3%BAblica%20para%20una%20agenda%20convergente/151-diagnostico\\_tv\\_crc\\_23\\_03\\_2011\\_para\\_publicacion\\_sin\\_cc.pdf](https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Documento%20Preparatorio%3A%20Diagn%C3%B3stico%20del%20sector%20de%20televisi%C3%B3n%20en%20Colombia%20y%20consulta%20p%C3%BAblica%20para%20una%20agenda%20convergente/151-diagnostico_tv_crc_23_03_2011_para_publicacion_sin_cc.pdf)

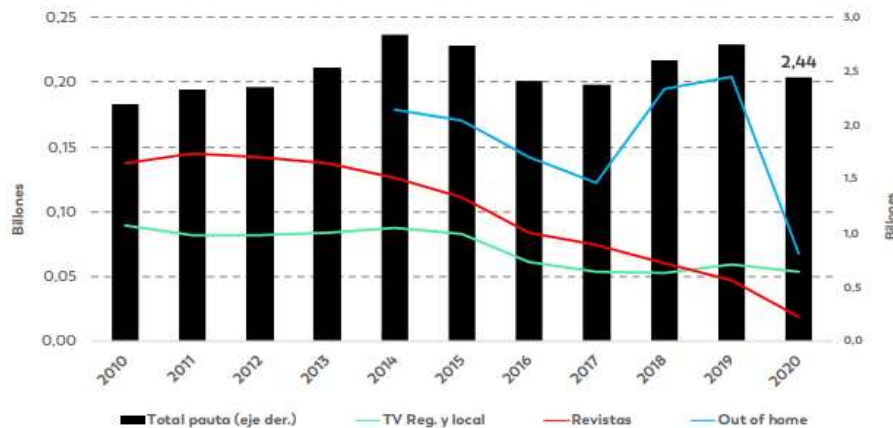
<sup>66</sup> Consultado en: <https://www.postdata.gov.co/audiencias-y-pauta-publicitaria-de-televisi%C3%B3n-2022-1t>

**Gráfica 2. Pauta publicitaria canales privados (billones de pesos)**



Fuente: CRC. Estudio Industria de contenidos audiovisuales, 2021

**Gráfica 3. Pauta Publicitaria canales públicos (billones de pesos)**



Fuente: CRC. Estudio sobre la Industria de contenidos audiovisuales. 2021

De acuerdo con Asomemios, la caída en la inversión en pauta de televisión abierta está relacionada con un fenómeno de recomposición del mercado publicitario, dado que, mientras en el año 2000 el 62% del total de la pauta en medios se hacía en televisión abierta, para el 2015 dicho peso cayó a 43%. En contraste, desde 2008, la pauta en medios digitales viene incrementando su participación, alcanzando en 2015 el 10% del total<sup>67</sup>. A partir de las gráficas 2 y 3 es posible establecer que para el 2020 la pauta en la televisión abierta registró una participación del orden del 32% sobre el total de inversión en pauta, mientras que la pauta medios digitales presentó una participación cerca al 52%.

Dada esta situación, la televisión abierta privada ha realizado esfuerzos por diversificar sus ingresos, por ejemplo, a través de la venta de producciones realizadas y exhibidas en Colombia, como de guiones

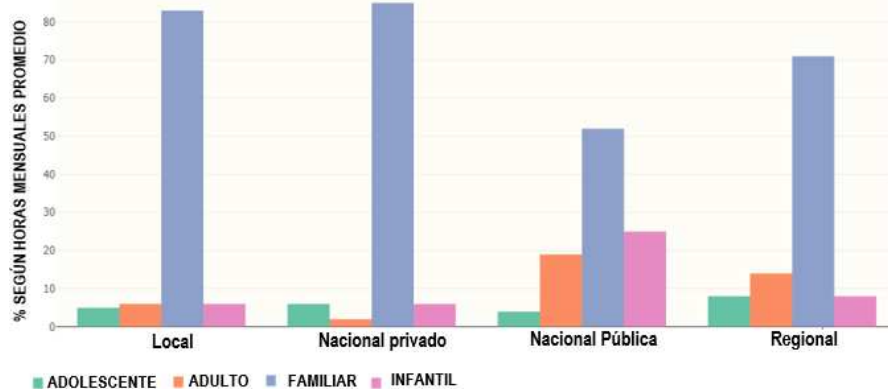
<sup>67</sup> Asomemios. Estudio de inversión publicitaria neta 2023.

para su posterior adaptación en otros países y contextos. Igualmente, se observa con mayor frecuencia la realización de coproducciones con terceros, nacionales o internacionales, y acuerdos para la comercialización de estas obras. Los operadores de TV abierta ofrecen otros productos audiovisuales, como servicios publicitarios, alquiler de estudios, etc. En todo caso, y a pesar de la caída en la pauta publicitaria, el porcentaje de toda la audiencia de TV (share de pantalla) en los canales abiertos ha rondado entre el 61% y 55%, superando a los canales codificados de la televisión por suscripción<sup>68</sup>.

### 2.5.1.2 Parrillas de Programación

En la TV abierta radiodifundida, el tipo de programación es la forma principal de clasificación de la emisión, pues permite identificar tanto los contenidos y la población a la que va dirigida. Durante el primer semestre de 2022 los programas familiares representaron el 78,7% de la programación emitida mensualmente, mientras que la programación infantil fueron el 6,9%; la adolescente, el 5,8% y la de adultos un 8%.

**Gráfica 4. Clasificación de la programación por tipo de canal – primer semestre 2022**



Fuente: CRC. Dataflash 2022-020: Reportes televisión abierta.

En la gráfica 4 se puede observar que, en el primer semestre de 2022, el 85% de la programación emitida por los canales nacionales privados y el 83% de la emitida por los canales locales fue de clasificación familiar, mientras que en los canales regionales esta programación representó el 71% de las horas emitidas. Por su parte, en la televisión nacional pública la programación familiar representó el 52% y la programación infantil el 25%.

### 2.5.1.3 Espacios institucionales

Durante el primer semestre de 2022, tanto en la franja *prime*<sup>69</sup> como en las demás franjas, los espacios institucionales se distribuyeron de manera semejante. Aproximadamente el 15% de estos espacios

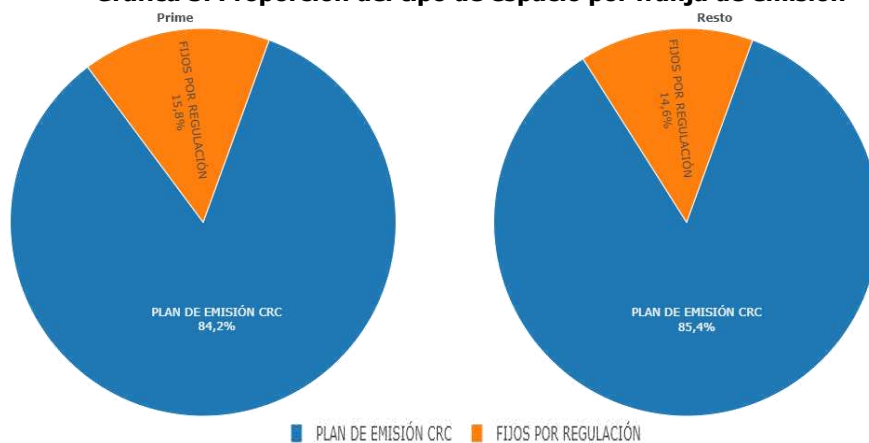
<sup>68</sup> CRC. Estudio sobre la Industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia. 2021. Página 10. Disponible en:

[www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20sobre%20la%20Industria%20de%20Contenidos%20Audiovisuales%20Colombia/13-informe\\_ejecutivo\\_industria\\_contenidos\\_av.pdf](http://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20sobre%20la%20Industria%20de%20Contenidos%20Audiovisuales%20Colombia/13-informe_ejecutivo_industria_contenidos_av.pdf)

<sup>69</sup> Horario "late" (entre las 12:00 m. y las 6:00 p.m.), Horario *prime* (entre las 7:00 p.m. y las 10:00 p.m.) de lunes a domingo.

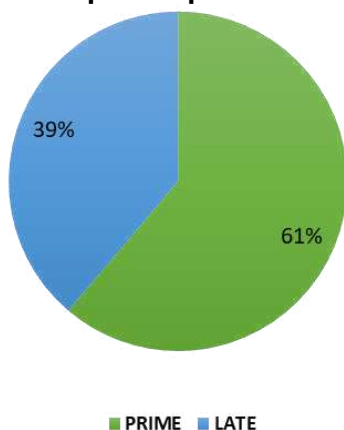
corresponden a aquellos definidos como fijos por las disposiciones legales o regulatorias y el 85% restante se distribuyen según el plan de emisión de la CRC<sup>70</sup> (ver gráfica 5).

**Gráfica 5. Proporción del tipo de espacio por franja de emisión**



Fuente: CRC. Dataflash 2022-020: Reportes televisión abierta

**Gráfica 6. Porción de tiempo de espacios institucionales por jornada**



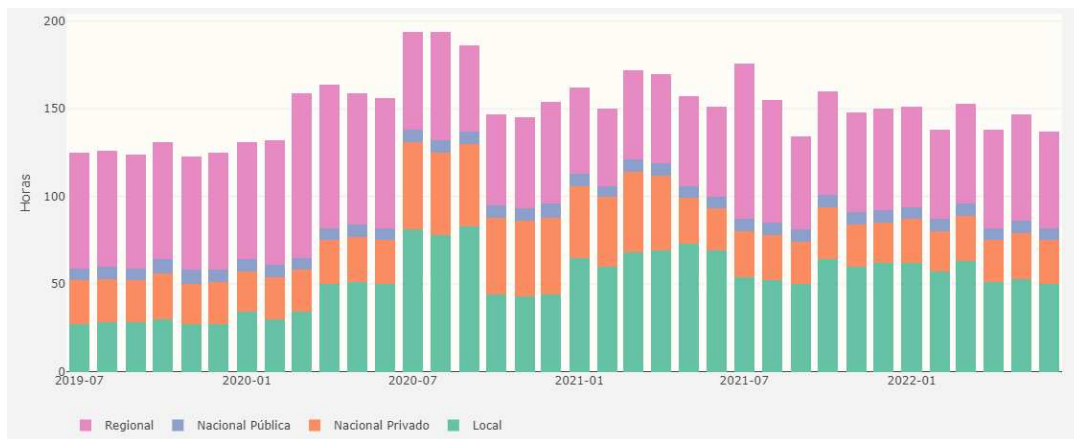
Fuente: Elaboración CRC a partir de información de los operadores de televisión.

Durante el primer semestre de 2022, los espacios institucionales tuvieron una emisión total de 862,3 horas, de las cuales el 61% (528,6 horas) se transmitieron durante el horario *prime* y el restante 39% (33,7 horas) se transmitió en horario *late*<sup>71</sup> (ver gráfica 6). En la gráfica 7 se puede apreciar la distribución de horas por mes en cada una de las modalidades de cobertura de la televisión abierta.

<sup>70</sup> Data Flash 2022-20: Reportes TV Abierta. Disponible en: [https://postdata.gov.co/file/3207/download?token=xAwut\\_IF](https://postdata.gov.co/file/3207/download?token=xAwut_IF)

<sup>71</sup> Ibidem.

**Gráfica 7. Distribución de horas de espacios institucionales por modalidad de TV abierta**



Fuente: CRC. Dataflash 2022-020: Reportes televisión abierta

### 2.5.2. Caracterización del servicio de televisión por suscripción

De acuerdo con los datos reportados por los operadores de televisión por suscripción al sistema Colombia TIC, los ingresos por concepto de este servicio en el año 2022 fueron de 3,5 billones de pesos, cifra que, comparada con el mismo período del año anterior, significó un incremento del 3%<sup>72</sup>.

**Gráfica 8. Ingresos trimestrales del servicio de TV por suscripción (Pesos Col.)**



Fuente: CRC. Postdata. Cifras de los servicios de telecomunicaciones

Por su parte el número de suscriptores del servicio de TV por suscripción presentó un crecimiento de 3%, al pasar de 6,1 millones, en diciembre de 2021 a 6,3 millones al final de 2022, tal como se puede apreciar en la gráfica 9.

<sup>72</sup> Cifras de los servicios de telecomunicaciones <https://www.postdata.gov.co/dashboard/cifras-de-los-servicios-de-telecomunicaciones>

**Gráfica 9. Suscriptores TV por suscripción**



Fuente Postdata – Cifras de los servicios de telecomunicaciones

De esta manera se establece que la penetración del servicio de TV por suscripción en hogares fue del orden del 37% al final de 2022. Las ciudades con mayor número de suscriptores continúan siendo Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, que reúnen el 44% del total de suscriptores del país.

## 2.6. Definición del problema

Tal como se mencionó previamente, mediante la Resolución 6383 de 2021, la CRC compiló, en el Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, las normas de carácter general vigentes expedidas por las extintas CNTV y ANTV, relacionadas con las funciones de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la CRC sin que ello implicara alguna modificación de fondo, garantizando así el principio de seguridad jurídica, de acuerdo con lo anunciado en la citada Resolución<sup>73</sup>.

Efectivamente, dentro del documento soporte de la propuesta de compilación se señaló que “*Con base en los comentarios recibidos de los agentes del sector, entidades del gobierno y demás interesados, se llevó a cabo un análisis a profundidad con el fin de establecer las normas sujetas a compilación y la viabilidad de eliminar las normas que lo ameriten, revisando la vigencia de la motivación para la expedición de cada medida regulatoria y la pertinencia de su eliminación sin necesidad de articularla con algún proyecto regulatorio en curso o proponerla como un proyecto nuevo, dado el análisis requerido para revisar integralmente la pertinencia, oportunidad y coherencia de su eliminación*”<sup>74</sup>, concluyendo que se evidenciaron disposiciones regulatorias que a pesar de ser identificadas por los agentes interesados como medidas en desuso, más que ser eliminadas deben ser objeto de revisión con intenciones de actualización o mejora, para lo cual se definió la Hoja de ruta de simplificación en materia de televisión<sup>75</sup>. En la ilustración 4, se representan las fases que conforma el ejercicio de compilación y simplificación.

<sup>73</sup> Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00006383.pdf>. Pág. 1 y 4.

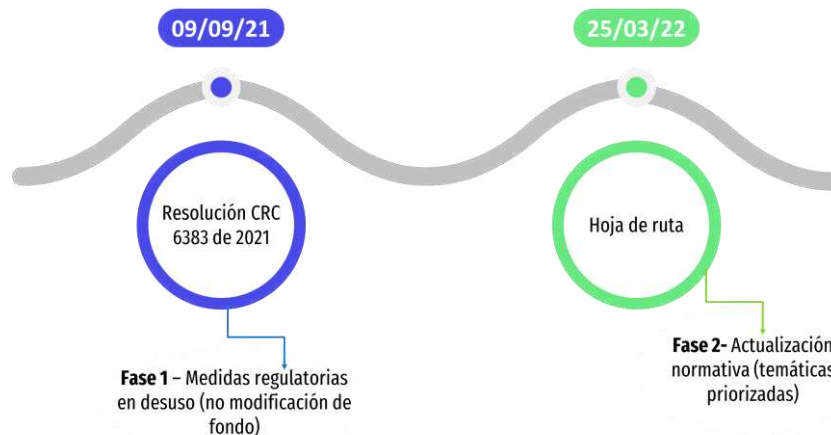
<sup>74</sup> Disponible en: [https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento\\_soporte\\_compilacion\\_tv\\_para\\_publicar.pdf](https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento_soporte_compilacion_tv_para_publicar.pdf). Ver pág. 6.

<sup>75</sup> Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Document%20o%20hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n.pdf>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 24 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



#### Ilustración 4. Ejercicio de compilación y simplificación



Fuente: Elaboración CRC

A través de la mencionada Hoja de ruta y la agenda regulatoria, se anunció al sector que para el año 2023 se adelantaría la revisión de las obligaciones regulatorias relacionadas con programación, repeticiones, obras nacionales, canales temáticos, publicidad, espacios institucionales y programas de interés que actualmente se encuentran compiladas en los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016. Esto sin perjuicio de revisar y actualizar las disposiciones contenidas en otros títulos o secciones de la misma Resolución, que tengan un nexo de causalidad con las mencionadas temáticas y que su regulación sea de la competencia de la Sesión de Comunicaciones.

En atención a este reto, la CRC adelantó, a finales de 2022, una consulta sectorial sobre la percepción de las obligaciones regulatorias relacionadas las mencionadas temáticas, en la que los participantes señalaron las siguientes dificultades:

- Franjas de programación: El público infantil y adolescente ha migrado a otras opciones como TV por suscripción o OTT<sup>76</sup>, por lo que se deben revisar los horarios de las franjas.

Las obligaciones relacionadas con las franjas de programación actualmente responden a una perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales, que, en criterio de los operadores, no se da en la actualidad ya que el acceso a los contenidos se ha atomizado en múltiples pantallas y plataformas.

- Subcanales digitales (TDT): Se debe tener una normativa especial o diferente para las segundas señales especializadas en contenidos dirigidos a ciertos públicos como en el caso de la segunda señal en TDT, y como resultado de esta normativa, flexibilizar las obligaciones relacionadas con espacios institucionales, repeticiones, obras cinematográficas nacionales, producción nacional, entre otros aspectos.
- Canales temáticos satelitales: Es necesario considerar tecnologías alternativas o emergentes para la transmisión de estos canales, como el IPTV o plataformas de *streaming*, ya que la exigencia de

<sup>76</sup> Por sus siglas en inglés Over the Top.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 25 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

que sean satelitales limita mucho los posibles proveedores de estos canales, que podrían suministrarlos usando otras tecnologías.

- Repeticiones: Las excepciones para la equivalencia de repeticiones deberían darse por tipo de contenido; además, afirman varios de los operadores consultados, debería tenerse en cuenta que el inventario de contenidos no es suficiente para suplir esta frecuencia de emisión de repeticiones. Debe revisarse esta restricción en cuanto a repeticiones solamente para la TV abierta, dado que la norma no aplica a la TV por suscripción.
- Obras de producción nacional: La exigencia de producción original de la TV abierta es muy alta para las condiciones actuales del mercado.
- Franjas de emisión de espacios institucionales: Los espacios institucionales y el espacio del Congreso de República están concentrados en franja prime, lo cual ocasiona fuga de audiencia de los contenidos transmitidos en dicha franja. Adicionalmente se restringe la posibilidad de comercialización de espacios publicitarios con anunciantes.
- Espacios institucionales en los subcanales digitales: Se transmiten mensajes institucionales (espacio del Congreso de la República y de movimientos políticos) que no son diseñados para las audiencias de los subcanales digitales especializados (por ejemplo, los de contenido infantil y juvenil).
- Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación en TV Local: Existe una aparente desventaja entre la TV abierta nacional y regional, y frente a los canales locales con ánimo de lucro, pues los canales nacionales y regionales no tienen ninguna restricción en el tiempo de publicidad o por lo menos no es evidente en la norma compilada.
- Publicidad en canales: Las restricciones en publicidad les limita a los canales de televisión abierta la cantidad y formatos de pauta que pueden ofrecer a sus clientes, en detrimento de sus ventas e ingresos por este concepto, por ejemplo, el límite de tiempo mínimo de duración de los comerciales restringe la posibilidad de diseñar productos o pauta en formatos específicos para ciertos clientes.
- Promoción de programación: Potencial asimetría entre canales regionales frente a los canales nacionales, pues estos últimos no tienen ninguna restricción en la promoción de su programación, mientras que los primeros tienen un límite de 20 segundos por programa para promocionar su programación<sup>77</sup>.
- Publicidad de alcohol: 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.
- Estructura del Título XVI: La norma debería estructurarse por las modalidades de TV, de manera de que cada sección condense las normas específicas para cada tipo de operador. Esto facilitaría la consulta y evitaría confusiones con las normas que rigen a otras modalidades de TV.

<sup>77</sup> Artículo 16.5.2.16 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 26 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En el Anexo 1<sup>78</sup> del presente documento se relaciona la normatividad o medidas en las que se evidencian problemáticas en su aplicación frente a las actuales condiciones de prestación del servicio de televisión, así como las posibles afectaciones que han sido identificadas por aquellos operadores y canales que participaron en la consulta sectorial.

Adicionalmente, los operadores señalaron dos desafíos en relación con las obligaciones regulatorias incluidas en la consulta: (i) Normatividad dispersa y reiterativa, y (ii) Vetustez o antigüedad regulatoria.

El primero de ellos se relaciona con la identificación de disposiciones normativas que se encuentran dispersas en otros apartes de la Resolución CRC 5050 de 2016, distintos a los capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI (que reúnen la temáticas objeto de análisis), y que necesariamente generan repetitividad, toda vez que se abordan temáticas similares, sin que se permita conservar unidad de materia por cada Título, temática o modalidad de televisión, lo que genera un manejo engorroso de la normatividad.

De manera ilustrativa se traen a colación algunos lineamientos del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 que son reiterativos en el Título XVI de la misma resolución, para los asuntos de canales temáticos satelitales, los espacios institucionales y eventos especiales, destacando:

- En la programación transmitida o emitida en el horario comprendido entre las 6:00 y las 23:59 horas se deben implementar los sistemas de acceso a la población con discapacidad auditiva.
- Las alocuciones presidenciales y mensajes institucionales deberán tener interpretación de Lengua de Señas.
- Los subcanales digitales deberán dar aplicación a la implementación del sistema de acceso, cumpliendo en su conjunto con el canal digital principal.
- Cuando se trate de la difusión de los eventos de interés para la comunidad, la CRC podrá declararlos con dicha calidad a nivel nacional, regional o local, de oficio o a solicitud efectuada por alguna persona natural o jurídica, pública o privada, lo que implica que puedan acceder en igualdad de condiciones a la negociación de dichos derechos.

En el Anexo 2 del presente documento se relaciona un cuadro comparativo, para mayor ilustración, entre el Título XV y el Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En lo relativo a la antigüedad de las normas, dado que corresponde a una de las causas de la problemática identificada, se abordará con mayor profundidad en el numeral 2.6.2.1. del presente documento.

Las situaciones previamente descritas permiten a esta Comisión concluir que la normatividad sobre programación, publicidad y espacios institucionales aplicable a las diferentes modalidades de televisión, debe ser objeto de revisión para su actualización o mejora<sup>79</sup>, a efectos que se acompase con las necesidades de las audiencias y las realidades tecnológicas y consecuencialmente con las condiciones actuales de provisión del servicio de TV.

<sup>78</sup> Este anexo se elaboró a partir de la información recopilada en la consulta sectorial realizada a finales de 2022.

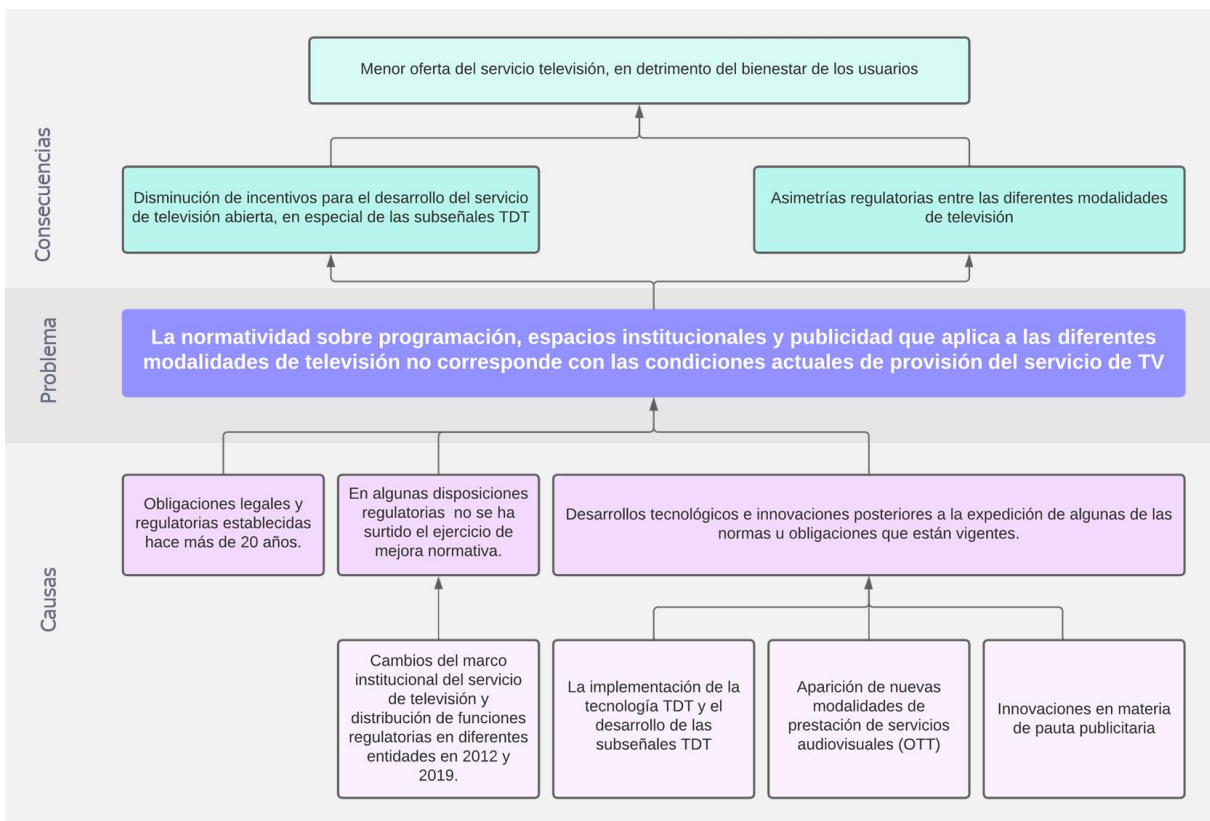
<sup>79</sup> Aplicando principios de mejora normativa definidos por la Resolución CRC 5586 de 2019.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 27 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

### 2.6.1. Problema identificado

De acuerdo con lo desarrollado en el acápite anterior, la problemática a ser abordada en el presente proyecto regulatorio es la siguiente: *La normatividad sobre programación, espacios institucionales y publicidad que aplica a las diferentes modalidades de televisión no corresponde con las condiciones actuales de provisión del servicio de TV.* La descripción detallada de este problema se presenta en la siguiente ilustración:

**Ilustración 3. Árbol del problema**



Fuente: Elaboración CRC

### 2.6.2. Causas del problema

#### 2.6.2.1. Obligaciones legales y regulatorias establecidas hace más de 10 años

Como se expuso en el numeral 2.2 “*Antecedentes de la temática objeto de análisis*” del presente documento, el servicio de televisión ha sido normado, a escala constitucional, legal y por supuesto en la instancia de las autoridades administrativas competentes. Al respecto, es pertinente recordar que la Ley 182 de 1995 tuvo como propósito reglamentar el servicio de la televisión, formular políticas públicas para su desarrollo, democratizar el acceso a dicho servicio, y como se dijo anteriormente, conformar la

Comisión Nacional de Televisión. Particularmente, se encuentran vigentes las disposiciones regulatorias referentes a: (i) los criterios de clasificación del servicio de televisión<sup>80</sup> y la subclasificación en función de dichos parámetros<sup>81</sup>; (ii) así como los lineamientos del contenido de la televisión; (iii) el derecho a la rectificación; (iv) el acceso del Gobierno Nacional a los canales de televisión y los espacios para partidos o movimientos políticos; (v) los porcentajes mínimos de programación de producción nacional para la televisión abierta; y (vi) la definición de operadores del servicio público de televisión y su clasificación a nivel nacional, regional y local.

Posteriormente, la Ley 335 de 1996 modificó parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, y creó la televisión privada en Colombia, estableció el régimen de prestación del servicio de televisión por suscripción y modificó la subclasificación del servicio de televisión en función de su nivel de cubrimiento, así como el concepto de producción de origen nacional.

La Ley 506 de 1999, modificó el artículo 58 de la Ley 182 de 1995, en el sentido de establecer prohibiciones para prestar el servicio de televisión, cuando se tratara de una persona que haya sido condenada en cualquier época a pena privativa de la libertad, con excepción de quienes hayan sido condenados por delitos políticos o culposos.

El 8 de agosto del año 2001, mediante la Ley 680, se hicieron ajustes a las leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996, entre ellas se resalta que los operadores de televisión cerrada deben distribuir la señal de los canales de televisión abierta, sin costo alguno para los suscriptores, permitiendo la recepción de los canales de operación pública y privada a todos los habitantes del territorio nacional. De otra parte, modificó los porcentajes mínimos de programación de producción nacional, establecidos en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995.

En el año 2012, mediante el Acto Legislativo No. 2 el constituyente derivado suprimió la CNTV y con la Ley 1507 de 2012 creó la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)<sup>82</sup> y con ella se realizó una distribución de competencias entre las entidades a cargo de la regulación y dirección del servicio público de televisión.

En ejercicio de las competencias asignadas a la CNTV y a la ANTV se expidieron diferentes acuerdos y actos administrativos de carácter general, en materia de televisión. En particular, específicamente en lo concerniente a programación, publicidad y espacios institucionales, se identifican los siguientes:

<sup>80</sup> Artículo 18 de la Ley 182 de 1995. Regla de clasificación. "El servicio de televisión se clasificará en función de los siguientes criterios:

- a) Tecnología principal de transmisión utilizada;
- b) Usuarios del servicio;
- c) orientación general de la programación emitida;
- d) Niveles de cubrimiento del servicio"

<sup>81</sup> Ver artículos 19, 20 y 21 de la Ley 182 de 1995, esto es en función de la tecnología de transmisión, en función de los usuarios y de la orientación general de la programación.

<sup>82</sup> Mediante la Ley 1978 de 2019 se suprimió y se ordenó la liquidación de la ANTV y, en consecuencia, se redistribuyeron las funciones en materia de televisión entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC, la Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC, la Agencia Nacional del Espectro - ANE y la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, modificando la Ley 1341 de 2009.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 29 de 56</b>	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

**Tabla 2. Actos administrativos y Acuerdos CNTV y ANTV compilados en los capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016**

Acto Administrativo	Temática
Acuerdo CNTV 1 de 1995	Publicidad y Comercialización
Acuerdo CNTV 2 de 1995	Publicidad y Comercialización
Acuerdo CNTV 24 de 1997	Publicidad y Comercialización, Franjas y contenido de la Programación y Espacios Institucionales
Resolución CNTV 64 de 2000	Franjas y contenido de la Programación
Acuerdo CNTV 1 de 2006	Publicidad y Comercialización
Acuerdo CNTV 7 de 2006	Franjas y contenido de la Programación
Resolución CNTV 1136 de 2010	Franjas y contenido de la Programación
Acuerdo CNTV 2 de 2011	Franjas y contenido de la Programación y Espacios Institucionales
Acuerdo CNTV 2 de 2012	Franjas y contenido de la Programación
Acuerdo CNTV 3 de 2012	Franjas y contenido de la Programación y Publicidad y Comercialización
Resolución ANTV 93 de 2015	Franjas y contenido de la Programación
Resolución ANTV 26 de 2018	Franjas y contenido de la Programación
Resolución ANTV 650 de 2018	Franjas y contenido de la Programación y Publicidad y Comercialización

Fuente: Elaboración CRC

A partir de lo anterior y de la revisión con mayor detalle del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, se observa que las secciones 1 a la 9 del Capítulo 4 abordan, por cada modalidad de televisión, disposiciones regulatorias sobre franjas de audiencia y su contenido; así como la clasificación de la programación; adicionalmente los instrumentos para fomentar la industria de televisión colombiana: tanto de obras cinematográficas nacionales como la programación de producción nacional; los lineamientos para repeticiones y en el caso de la Televisión Digital Terrestre – TDT, las exigencias para los subcanales digitales<sup>83</sup>.

Los 38 artículos de estas secciones devienen de seis (6) instrumentos regulatorios expedidos por la CNTV<sup>84</sup> y de tres (3) actos administrativos de la ANTV<sup>85</sup>, que datan de diferentes años entre 1997 y 2012.

Por su parte, las Secciones 10 y 11 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 contienen la reglamentación vigente en materia de espacios institucionales (en 33 artículos) y del canal institucional (en 4 artículos). El articulado corresponde a medidas establecidas en los acuerdos CNTV 64 de 2000, 02 de 2011 y 02 de 2012 y en el Acuerdo ANTV 93 de 2015.

En lo que corresponde a las medidas en materia de publicidad y comercialización, contenidas en las secciones 1 a 6 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, se identifica que estas

<sup>83</sup> Título I. Definiciones. Resolución CRC 5050 de 2016: "Para efectos del servicio de Televisión Digital Terrestre, se entienden como las porciones del multiplex digital que se radiodifunden y cuyos contenidos serán determinados libremente por los operadores del servicio con sujeción a las obligaciones consagradas en la presente resolución. La recepción de los contenidos de estos subcanales podrá ser libre y gratuita o bajo modalidad de pago, en aplicación de lo establecido en el literal a) del artículo 20 de la Ley 182 de 1995"

<sup>84</sup> Acuerdo CNTV 2 de 2011, Acuerdo CNTV 2 de 2012, Acuerdo CNTV 24 de 1997, Acuerdo CNTV 3 de 2012, Acuerdo CNTV 7 de 2006 y Resolución CNTV 64 de 2000.

<sup>85</sup> Resolución ANTV 26 de 2018, Resolución ANTV 650 de 2018 y Resolución ANTV 93 de 2015.

fueron establecidas a través de los acuerdos CNTV 01 y 02 de 1995, 24 de 1997, 01 de 2006 y 03 de 2012 y el Acuerdo ANTV 650 de 2018. En este caso el 94% de los artículos están contenidos en actos administrativos expedidos antes del año 2007.

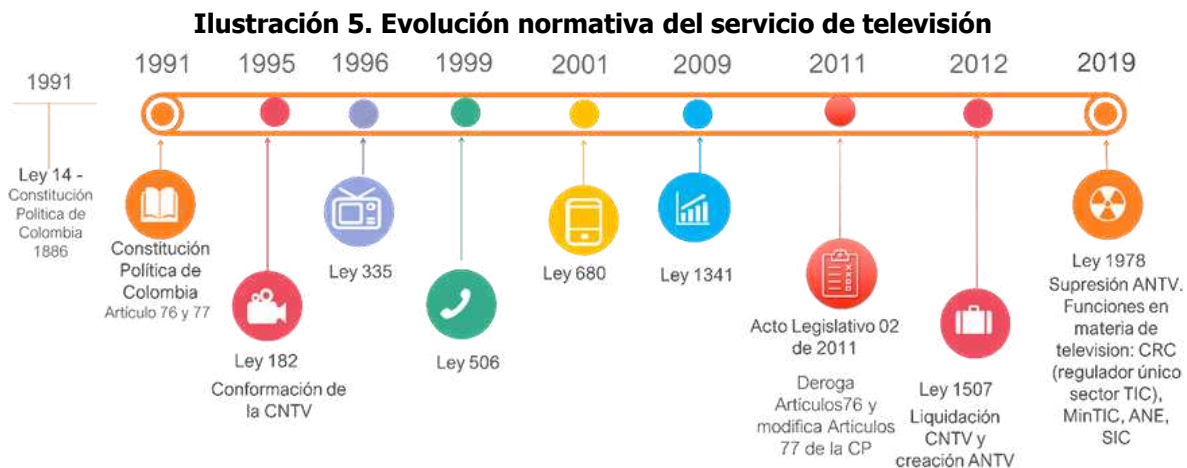
Finalmente, los 2 artículos que conforman el Capítulo 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, que tratan sobre la utilización de espacios de televisión para eventos especiales, provienen de los acuerdos CNTV 24 de 1997 y 02 de 2011.

De esta manera, se aprecia, con la fecha de expedición de los acuerdos y resoluciones enlistadas en la Tabla 2, que las medidas regulatorias contenidas en los capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 datan de más de 10 años de antigüedad. Dado que posiblemente tales normas no atienden la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado, se hace evidente la necesidad de realizar una revisión de fondo de las disposiciones compiladas, a efectos de que sean analizadas, con propósito de actualización o mejora de encontrarse pertinente.

### 2.6.2.2. En algunas disposiciones regulatorias no se ha surtido el ejercicio de mejora normativa

Otra de las causas del problema identificado, está orientada a que diferentes entidades o autoridades administrativas<sup>86</sup> en distintos periodos de tiempo, han sido las encargadas de expedir la regulación en materia de televisión, lo que ha generado la expedición de numerosos actos administrativos y cambios en el marco institucional del servicio de televisión. No obstante, con ocasión de la expedición de la Ley 1978 de 2019, la CRC funge como regulador único del sector de telecomunicaciones, incluyendo aspectos del servicio de televisión.

Acorde con lo mencionado previamente en las secciones 2.2 y 2.6.2.1., en la Ilustración 5 se puede apreciar la evolución legal del servicio de televisión en lo que respecta a las competencias de las autoridades.



Fuente: Elaboración CRC

<sup>86</sup> Es decir, las hoy extintas CNTV y ANTV.

La coexistencia regulatoria en virtud de la expedición normativa por parte de diferentes autoridades asumiendo disímiles funciones sobre un mismo servicio, hace que el entendimiento y ejecución de las normas, sea compleja y dispendiosa, ya que hay algunas disposiciones sobre una misma modalidad de televisión que se repiten, con diferencias de forma, en diferentes secciones o capítulos de la norma, así como otras que no están a la vanguardia del ecosistema convergente.

A partir del 2017, la CRC incorporó la metodología AIN, la cual busca promover la seguridad, confianza, transparencia y efectividad en la expedición de normas. Su implementación requiere de una revisión rigurosa de toda la normatividad asociada al tema a tratar, ejecutando una evaluación ex ante, se diseña una evaluación ex post y se hace partícipe al sector e interesados en todas las etapas coyunturales de los proyectos, de manera tal que se incorporen los comentarios y observaciones de todos los agentes interesados.

En este sentido, la CRC, en ejercicio de sus funciones en materia de televisión, promueve la aplicación de dicha metodología en los análisis y proyectos que sobre el particular se generen. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que, para expedir actos de carácter general, la CNTV y, posteriormente, la ANTV debían cumplir el procedimiento establecido en el artículo 13 de la Ley 182 de 1995<sup>87</sup> - derogado por el artículo 51 de la Ley 1778 de 2019 -. No obstante, *"no existe evidencia que dichas entidades hayan implementado metodologías AIN o simplificación normativa para expedir toda su regulación"*<sup>88</sup> o de la misma manera no se cuenta con un registro unívoco de las motivaciones y justificaciones que soportaron la expedición de las disposiciones regulatorias, por parte de dichas autoridades.

De la misma manera, la Política de Mejora Regulatoria<sup>89</sup> publicada por la Comisión en agosto del año 2022, indica que como parte del conocimiento del ecosistema, que corresponde a uno de los 5 pilares en el que se fundamenta la Política, se hace necesario realizar *"actividades de gestión del conocimiento y la innovación a través de la realización de estudios de prospectiva sobre las dinámicas del sector TIC en un entorno convergente, la investigación de tendencias tecnológicas y regulatorias"*, lo que permite de una parte dimensionar y comprender cada vez mejor los problemas regulatorios identificados, y de otra parte, desarrollar respuestas regulatorias y normativas que se adapten a las nuevas realidades, a través de instrumentos y prácticas utilizadas en el AIN, con el objetivo de robustecer y mejorar la calidad de la regulación.

Bajo esta óptica, es preciso desplegar las metodologías que se utilizan en el AIN, así como aplicación de los 5 pilares de la Política de Mejora Regulatoria, a la normativa vigente<sup>90</sup>, que fue expedida por la CNTV y por la ANTV.

<sup>87</sup> El artículo 13 de la Ley 182 de 1995 señalaba lo siguiente:

*"Procedimiento especial para la adopción de acuerdos. Para la adopción de los actos de carácter general que sean de competencia de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión, deberá seguirse siempre el siguiente procedimiento:*

*a) La Junta Directiva deberá comunicar a través de medios de comunicación de amplia difusión la materia que se propone reglamentar;*

*b) Se concederá un término no mayor de dos (2) meses a los interesados, para que presenten las observaciones que consideren pertinentes sobre el tema materia de regulación;*

*c) Habiéndose dado oportunidad a los interesados para expresar sus opiniones y con base en la información disponible, se adoptará la reglamentación que se estime más conveniente;*

*d) Dicha reglamentación será comunicada de la manera prevista por la Ley 58 de 1985 o en las normas que la modifiquen o sustituyan."*

<sup>88</sup> Disponible en: [https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento\\_soporte\\_compilacion\\_tv\\_para\\_publicar.pdf](https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento_soporte_compilacion_tv_para_publicar.pdf)[https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento\\_soporte\\_compilacion\\_tv\\_para\\_publicar.pdf](https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento_soporte_compilacion_tv_para_publicar.pdf). Ver pág. 14.

<sup>89</sup> Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/es/noticias/comunicado-prensa/crc-presenta-su-nueva-politica-mejora-regulatoria>.

<sup>90</sup> Compilada por la Resolución CRC 6383 de 2021 (Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016)

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 32 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



### 2.6.2.3. Desarrollos tecnológicos e innovaciones posteriores a la expedición de algunas de las normas u obligaciones que están vigentes

En lo referente a evolución tecnológica es claro que, con el crecimiento en la penetración y cobertura del servicio de Internet y las tecnologías digitales en Colombia, se han producido cambios significativos tanto en los hábitos de consumo, como en la forma de acceder a dicho servicio por parte de los usuarios, quienes hoy en día conviven en un entorno digital marcado por la presencia de servicios OTT que utilizan Internet como gran facilitador para la provisión de dichos servicios.

De forma similar, la mencionada evolución se ha reflejado en las tecnologías a través de las cuales se provee el servicio de televisión; esto, en lo relativo a televisión radiodifundida, ha tenido como en Colombia la adopción del estándar DVB-T2, cuyas condiciones de operación fueron definidas desde el año 2012.

Más allá de los temas tecnológicos, existen aspectos comportamentales de las necesidades de los consumidores y audiencias que han llevado a innovar en las formas y técnicas con las que se adelantan campañas de pauta publicitaria a través de los diferentes medios que proveen contenido audiovisual, ya sea a través de plataformas OTT o televisión "tradicional".

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente sección justifica los motivos por los cuales se ha identificado que tanto la evolución tecnológica de los servicios OTT, como de los servicios de televisión digital y las modificaciones en las dinámicas de pauta publicitaria, han llevado a que la normatividad vigente en materia de televisión, la cual en algunos casos resulta anterior a la adopción de dichas innovaciones, no se encuentre ajustada a la realidad de la provisión del servicio.

En ese orden de ideas, a continuación, se describen los aspectos característicos de las mencionadas subcausas de la problemática:

#### 2.6.2.3.1 Implementación de la tecnología TDT y el desarrollo de las subseñales TDT

Con la adopción y la definición de las condiciones básicas para la prestación del servicio TDT en Colombia, y aprovechando los beneficios que presenta el estándar DVB-T2 para la radiodifusión de la oferta televisiva digital, se habilitó la emisión de canales digitales a través de:

- (i) un canal principal, el cual corresponde a una *"Porción del múltiplex digital que se radiodifunde y que debe cumplir todas las obligaciones consagradas en la regulación vigente para la televisión abierta radiodifundida analógica y que durante el período de transición deberá transmitir la misma programación abierta radiodifundida en la televisión analógica (...)"*, así como a través de
- (ii) subcanales digitales, que de forma similar corresponden a porciones del múltiplex digital, pero cuyos contenidos son libremente determinados por los concesionarios y licenciatarios, y cuya recepción puede ser bajo modalidad de pago.

Es así como producto de la adopción de los servicios TDT, y teniendo como base la oferta de canales principales, se han ido incluyendo como parte de la oferta televisiva digital los siguientes canales

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 33 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

principales, quienes en la mayoría de los casos han optado por la radiodifusión de segundas señales a través de subcanales digitales:

**Tabla 3. Relación entre canales principales digitales y subcanales digitales radiodifundidos.**

Canales principales	Subcanales digitales
Caracol HD	Caracol HD2
RCN HD	RCN HD2
	NTN24
Señal Colombia Canal Uno Canal Institucional	
Telecaribe	Telecaribe 2
Teleantioquia	Teleantioquia 2
Telepacífico	Origen
Telecafé	Telecafé 2
Canal Tro	Canal Tro +
Teleislas	Raiza!TV
Canal Trece	Canal Trece 2
City TV	El Tiempo Televisión
Canal Capital	Eureka
Cali TV	

Fuente: Elaboración propia a partir de reportes de cobertura disponibles en el portal "tdtparatodos.tv"

No obstante, debe destacarse que la constitución de la oferta televisiva, y particularmente la relacionada con la radiodifusión de los subcanales digitales, no fue objeto de adopción simultánea por parte de los operadores. Al contrario, la misma ha evidenciado una adopción continua desde el inicio de la radiodifusión a través de TDT; lo anterior se evidencia en la cantidad de nuevos subcanales digitales o segundas señales que han sido introducidos como parte de la oferta televisiva<sup>91</sup>.

Ahora bien, en cuanto al contenido que es difundido a través de las mencionadas segundas señales, evidencia también esta Comisión que el mismo corresponde en algunos casos, al de contenido temático dirigido a audiencias específicas.<sup>92</sup>

Al respecto, debe mencionarse que en la referida consulta los agentes involucrados manifestaron entre otros la necesidad de:

- (i) reducir en términos generales las cargas regulatorias sobre las mencionadas subseñales digitales;
- (ii) no exigir la emisión de espacios institucionales en canales temáticos, particularmente, aquellos que se encuentran asignados a partidos políticos y asociaciones de consumidores;
- (iii) eliminar las limitaciones regulatorias en términos de repeticiones para los subcanales digitales;
- y
- (iv) compartir la carga regulatoria entre las señales principales y los subcanales digitales.

Así pues, teniendo en cuenta la especificidad del contenido que es radiodifundido a través de las segundas señales, así como el aumento paulatino que se ha producido en los últimos años de subcanales

<sup>91</sup> Por ejemplo, la inclusión de segundas señales como el canal Raiza!TV en 2022, Eureka en 2021, Teleantioquia 2 en 2019 y Telecaribe 2 en 2017, entre otros.

<sup>92</sup> A modo de ejemplo, los canales Eureka y NTN24 contienen programación de propósito específico; el primero dirigido a la población infantil y adolescente, y el segundo como canal de noticias.

digitales TDT, y de acuerdo con algunos de los planteamientos del sector remitidos a esta Comisión en respuesta a la consulta realizada a finales de 2022, esta Comisión considera importante evaluar la necesidad de aclarar o ajustar las condiciones de programación, publicidad, y espacios institucionales que resulten aplicables sobre las subseñales TDT, de modo que las mismas permitan reflejar las condiciones actuales de prestación del servicio de TV a través de señales TDT.

### 2.6.2.3.2 Aparición de nuevas modalidades de prestación de servicios audiovisuales (OTT)

Una aplicación OTT (Over The Top) consiste en la transmisión de audio, video y otros contenidos a través de Internet sin la intervención de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido<sup>93</sup>.

En los últimos años, la CRC ha estudiado con detenimiento el papel que juegan los servicios SVOD prestados sobre plataformas OTT respecto al sector de telecomunicaciones, incluyendo dentro de sus análisis los posibles impactos de estos modelos sobre los servicios audiovisuales.

Es así como, desde el año 2016, en el documento "*Análisis de Mercados Audiovisuales en un Entorno Convergente*"<sup>94</sup> se concluyó que los contenidos OTT eran complementarios y no sustitutos de los servicios de televisión tradicional. De forma consecuente, en el año 2017 se estableció que los contenidos audiovisuales OTT probablemente evolucionarían como un complemento de los servicios tradicionales de TV más que como un servicio sustituto de estos<sup>95</sup>.

Con posterioridad, la CRC ha estudiado y analizado los hábitos de consumo de las plataformas de servicios audiovisuales OTT. A continuación, se presentan algunas conclusiones relevantes en materia de la relación entre el consumo de servicios de televisión tradicional y la apropiación de servicios audiovisuales OTT:

- 2018: No se encontró evidencia estadística de una relación negativa entre el consumo de servicios de comunicaciones tradicionales y los servicios OTT.
- 2019<sup>96</sup>: No se evidencia una afectación al consumo de TV pública ante la mayor demanda por servicios OTT audiovisuales. De hecho, la penetración de la TDT, medida a través de los hogares que manifestaron contar con el servicio, se incrementó entre 2018 y 2019.
- 2021: El aumento en las suscripciones de las aplicaciones de contenido audiovisual no demuestra afectar las suscripciones de la televisión cerrada. El fenómeno de *cord-cutter*<sup>97</sup> se mantiene sólo en el 2%.

<sup>93</sup> CRC (2020). El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia. Disponible en: [www.crcm.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/resumen\\_ejecutivo\\_ott\\_2019\\_mayo2020.pdf](http://www.crcm.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/resumen_ejecutivo_ott_2019_mayo2020.pdf)

<sup>94</sup> CRC (2016). Análisis de mercados audiovisuales en un entorno convergente. Disponible en: [https://crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-3-06/Propuestas/160401\\_documento\\_amarillo.pdf](https://crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-3-06/Propuestas/160401_documento_amarillo.pdf)

<sup>95</sup> CRC (2017). Mercados relevantes Audiovisuales en un entorno convergente. Disponible en: [https://crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Mercados%20relevantes%20audiovisuales%20en%20un%20entorno%20convergente/249-170830\\_mercados\\_audiovisuales.pdf](https://crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Mercados%20relevantes%20audiovisuales%20en%20un%20entorno%20convergente/249-170830_mercados_audiovisuales.pdf)

<sup>96</sup> CRC (2019). "Estudio sobre el rol de las OTT en el sector de comunicaciones en Colombia - 2018". Disponible para consulta en el enlace: <https://postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2018>

<sup>97</sup> Acción de desconectarse de la televisión pagada y buscar una alternativa de suscripción más barata o de otro contexto, como lo son los servicios de streaming.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 35 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

No se puede afirmar que el tiempo dedicado a un tipo de suscripción (TV tradicional o aplicaciones de contenido audiovisual) afecte o vaya en detrimento de la otra.

- 2022<sup>98</sup>: Se mantiene una convivencia entre los servicios de TV por suscripción, y la utilización de servicios audiovisuales a través de aplicaciones.

A pesar de lo anterior, los anteriores estudios demuestran una creciente adopción de servicios audiovisuales a través de OTT, la cual se evidencia en el hecho de que para el año 2018, tan solo el 13% de los hogares colombianos hacían uso de aplicaciones pagas para ver contenidos audiovisuales<sup>99</sup>, mientras que para el año 2022, dicha cifra ascendió a 42%<sup>100</sup>.

En este punto, debe resaltarse que, si bien no se ha demostrado una sustituibilidad entre los servicios de televisión tradicional y los servicios OTT audiovisuales (conforme lo señalado en las revisiones antes citadas), los operadores del servicio de televisión sí han manifestado la necesidad de reducir cargas regulatorias en términos de pauta publicitaria y ajuste de franjas, esto, según afirman, con el objetivo de que los servicios de televisión se sometan a cargas regulatorias que tiendan a equipararse con aquellas a las que están sujetos los servicios OTT audiovisuales (tanto pagas como no pagas).

Para fortalecer lo anterior, y a modo de ejemplo, argumenta un proveedor<sup>101</sup> que una de estas cargas adicionales se encuentra en la regulación establecida respecto de los horarios habilitados para emitir anuncios de bebidas alcohólicas, pues según afirma, dicha condición temporal no se encuentra presente en servicios no tradicionales.<sup>102</sup>

Otro aspecto reportado por los operadores del servicio refiere a las exigencias de programación, especialmente para niños y adolescentes, pues hay evidencia de que estos segmentos de población están migrando en su consumo cada vez más a servicios de video a la carta por suscripción o gratuitos (SVOD y AVOD), por lo que consideran que se está imponiendo a la televisión una carga de producción original que puede no ser pertinente a la luz de los cambios en los hábitos de uso y consumo de contenidos audiovisuales.

Así pues, identifica esta Comisión que el crecimiento de los servicios OTT audiovisuales en Colombia (los cuales no son objeto de regulación en lo que se refiere a las franjas de programación o pauta publicitaria), a pesar no afectar el consumo de servicios de televisión por parte de las audiencias<sup>103</sup> y de que son servicios complementarios del servicio de televisión por suscripción<sup>104</sup>, podrían tener impacto en las necesidades de los proveedores del servicio de televisión en materia de franjas de programación

<sup>98</sup> CRC. (2022), "Rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia 2022-2023". Disponible para consulta en: [https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT\\_Hogares\\_2022-Informe\\_metodologico\\_y\\_validacion\\_de\\_hipotesis.pdf](https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT_Hogares_2022-Informe_metodologico_y_validacion_de_hipotesis.pdf)

<sup>99</sup> Conforme los resultados del estudio realizado en el año 2018.

<sup>100</sup> Conforme a los resultados del estudio realizado en el año 2022.

<sup>101</sup> Caracol Televisión S.A.

<sup>102</sup> Tales como publicidad programática, redes sociales, OTT, sistemas AVOD (Advertising Video on Demand), sistemas SVOD (Subscription Video on Demand).

<sup>103</sup> Por no presentar indicios de afectación sobre el consumo los servicios de televisión.

<sup>104</sup> CRC. Revisión de los mercados de servicios fijos – Documento soporte. Agosto 2022. Página 163. Disponible en: [www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Documento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf](http://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Documento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf)

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 36 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

y pauta publicitaria<sup>105</sup>. Lo anterior, teniendo en cuenta que dichos proveedores de TV, en procura de ajustar la provisión de sus servicios a las nuevas realidades, pueden encontrar limitantes en algunas disposiciones regulatorias específicas.

### 2.6.2.3.2 Innovaciones en materia de pauta publicitaria

En términos generales, las estrategias de pauta publicitaria en televisión han presentado una evolución constante conforme a los cambios que históricamente se han presentado en materias como los métodos de marketing, las preferencias de los usuarios, los estudios académicos relacionados con los efectos que producen los anuncios sobre los usuarios, así como en la cantidad y duración de los anuncios o pautas.

Sobre este último particular, algunos autores<sup>106</sup> afirman que en televisión, resulta cada vez más común utilizar pautas cuya duración varía del estándar de 30 segundos con el objetivo de responder a la demanda creciente que paralelamente se presenta en contenidos digitales<sup>107</sup>; así pues, señalan que es cada vez más común encontrar alternativas de anuncios con una duración de 6, 10 o 15 segundos, pues lo mismo persigue el objetivo de captar la atención de las audiencias que característicamente se encuentran sometidas a un entorno multi tarea.

Ahora bien, desde la perspectiva regulatoria, se evidencia que la regulación vigente fija condiciones que limitan la duración mínima y máxima de los anuncios comerciales, estableciendo que dichos anuncios deberán tener una duración de entre 10 segundos y 2 minutos, y que así mismo, la mencionada duración deberá ser de múltiplos de 5 segundos.<sup>108</sup>

En el contexto nacional, vale la pena mencionar que la existencia de estos anuncios comerciales de corta duración, y la necesidad de poder difundirlos, fue puesta en conocimiento de la Comisión por parte de un agente<sup>109</sup> que, en respuesta a la consulta realizada a finales de 2022, sugirió que no se limitase el tiempo mínimo de duración de los mensajes comerciales; según este agente, dicha eliminación podría constituir beneficios tanto para los canales como para sus clientes.

En este punto vale la pena recordar que tal como se mencionó en la subcausa precedente, algunos proveedores manifestaron que las limitaciones presentadas sobre los anuncios comerciales de bebidas alcohólicas son desiguales en contraste con demás medios de pauta (como vallas o medios impresos y demás servicios audiovisuales no tradicionales), y en ese sentido, sugieren que dichas limitaciones sean eliminadas y que por el contrario, las mismas sean acompañadas con advertencias relacionadas con el consumo de las mencionadas bebidas.

Así pues, se identifican dinámicas que en la práctica ha presentado la actividad de pauta publicitaria, que entre otros sugieren la emisión de anuncios comerciales con duraciones diferentes al estándar.

<sup>105</sup> A pesar de no estar enmarcados dentro de un mercado relevante (pues como se mencionó, no se ha demostrado una sustituibilidad entre los servicios de televisión tradicional y los servicios OTT audiovisuales), existen particularidades en pauta publicitaria y franjas de programación que pueden resultar comparables entre los servicios OTT y la televisión tradicional.

<sup>106</sup> Nettelhorst, S., Brannon, L., Rose, A. and Whitaker, W. (2020), "Online viewers' choices over advertisement number and duration", Journal of Research in Interactive Marketing, Vol. 14 No. 2, pp. 215-238. <https://doi.org/10.1108/JRIM-07-2019-0110>

<sup>107</sup> Bond, S. (2017), "The 30-second ad has had its 15 minutes of fame", disponible para consulta en: <https://www.ft.com/content/541f63d0-aa1a-11e7-93c5-648314d2c72c>

<sup>108</sup> "ARTÍCULO 16.5.2.5 DURACIÓN DE CADA ANUNCIO COMERCIAL. Los anuncios comerciales podrán tener una duración de hasta dos (2) minutos y una mínima de diez (10) segundos, los cuales se contarán en múltiplos de cinco (5) segundos. Los anuncios comerciales vivos relativos a rifas, sorteos y concursos podrán tener una duración hasta de cinco (5) minutos continuos."

<sup>109</sup> Telepacífico, a través de Radicado 2022816829.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 37 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

## 2.6.3. Consecuencias del problema

### 2.6.3.1 Disminución de incentivos para el desarrollo del servicio de televisión abierta, en especial de las subseñales TDT

Desde el momento en el que se determinó la operación del estándar de televisión digital terrestre en Colombia<sup>110</sup> hasta la actualidad, el MinTIC y la ANE llevan a cabo la preparación para el apagón analógico, los operadores de televisión han explorado las posibilidades de la TDT, especialmente la de emitir varias señales en la franja de espectro asignada, en la que antes solo cabía una señal análoga.

La normativa colombiana exige que cada operador determine un canal principal, que coincide con el existente en el momento en que se estableció el dividendo digital. Los demás canales que cada operador cree en el multiplex asignado son denominados señales secundarias o subcanales. Estas pueden ser de video o de audio, de acuerdo con lo previsto en la Resolución CRC 5050 de 2016:

*"ARTÍCULO 16.1.2.1 TELEVISIÓN ABIERTA RADIODIFUNDIDA DIGITAL TERRESTRE. Con el fin de mantener el sector actualizado con el desarrollo de los servicios y avances tecnológicos, se establece la clase del servicio de televisión denominada Televisión Abierta Radiodifundida Digital, la cual llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro electromagnético propagándose sin guía artificial, en donde el canal radioeléctrico se podrá multiplexar de manera que el operador puede emitir diferente programación para diferentes usuarios en el territorio nacional, en desarrollo de los beneficios que ofrece la tecnología digital.*

*ARTÍCULO 16.1.2.2 REGLAMENTACIÓN. La Comisión de Regulación de Comunicaciones reglamentará todos los aspectos relacionados con la implementación del estándar digital terrestre actualizado a DVB-T2 en Colombia.*

*ARTÍCULO 16.1.2.3 GRATUIDAD EN EL SERVICIO. La Televisión Digital Terrestre será gratuita y los operadores de televisión abierta deberán brindar sin costo y de manera simultánea la oferta de contenidos que se emitan bajo el sistema analógico.*

*ARTÍCULO 16.1.2.4 PORCENTAJE DE GRATUIDAD. Por lo menos el 50% de la totalidad de la oferta televisiva anual radiodifundida en los subcanales digitales deberá ser libre y gratuita. En la porción de la múltiplex digital correspondiente al canal principal, el 100% de la programación ofrecida deberá ser libre y gratuita. Se exceptúa la televisión local sin ánimo de lucro".*

Conforme a esa norma, las señales secundarias de televisión representan oportunidades que los operadores tienen para desarrollar propuestas temáticas o de nicho, que los acerquen a públicos específicos ya sea en aras de una comercialización diferencial o del aprovechamiento para fines educativos, informativos o recreativos relacionados con poblaciones como la niñez o los grupos étnicos, entre otras posibilidades.

En el momento, en Colombia los dos operadores de cobertura nacional, así como varios de los operadores de televisión regional, emiten canales secundarios en su múltiplex TDT, tal como se refiere en la Tabla 3. Sin embargo, varias de estas subseñales mantienen una programación generalista, mientras otras fueron creadas para atender temáticas y audiencias específicas, que se exponen en la Tabla 4.

<sup>110</sup> En agosto del año 2008

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 38 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

**Tabla 4. Temas o segmentos de audiencia para las subseñales TDT temáticas en Colombia**

Señal principal	Señal secundaria temática	Nicho temático o de audiencia de la señal secundaria
Telepacífico	Canal Origen	Étnico
Telecafé	Telecafé 2	Infantil
Canal Tro	Canal Tro +	Educativo Infantil
Teleislas	RaizalTV	Étnico
Canal Trece	Canal Trece+	Música y noticias
City TV	El Tiempo Televisión	Comercial
Canal Capital	Eureka	Infantil y adolescente

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se evidencia que la mayor parte de los subcanales se caracterizan por estar dirigidos a segmentos específicos de la audiencia. Uno de los más destacados entre estos segmentos son los referentes a niñez y adolescencia, que no solo son sujetos de especial protección constitucional y gozan de derechos comunicacionales consignados en la Ley 1098 de 2006 (Código de Infancia y Adolescencia), sino que, además, como se evidenció en el Estudio Infancia y medios audiovisuales publicado por la CRC en 2021<sup>111</sup>, tienen dinámicas de consumo y apropiación de medios audiovisuales diferentes a la de otros grupos etarios.

Los operadores, en las diferentes instancias de interacción, han manifestado que la programación de estas subseñales debe estar alineada con las necesidades, hábitos de consumo audiovisual y condiciones de cada segmento de audiencia. En consonancia, la CRC considera que debe revisarse la regulación sobre estas subseñales para determinar si debe ser diferencial para atender a dichas particularidades, siempre respondiendo a los fines y principios del servicio, estipulados en la Ley 182 de 1995.

Dadas estas consideraciones, se encuentra que los operadores han reportado en diferentes espacios (consultas, mesas de trabajo y comentarios a proyectos regulatorios) la inconveniencia de tener que cumplir en los subcanales las mismas disposiciones regulatorias que cubren el canal generalista. Temas como los espacios institucionales, repeticiones, o la publicidad no estarían determinados con acuerdo a las características de audiencia de los canales.

Del mismo modo, la falta de normas diferenciales puede generar confusión para los operadores en la interpretación de la regulación que efectivamente cubre a las subseñales y aquella que no está expresamente expandida sobre estas. Esta confusión puede desembocar ya sea en:

- Posible incumplimiento a las obligaciones regulatorias que pueden conllevar a procesos sancionatorios para el operador;
- Sobrecumplimiento, dada la observancia de normas que no son obligatorias para las subseñales, lo que deriva en mayores costos administrativos para el operador.

En este contexto, y conforme con la información recibida en la interacción con los operadores, se entiende que la falta de claridad sobre la normativa vigente en subseñales y la falta de normas diferenciales para estas puede desincentivar su mayor aprovechamiento y el desarrollo de nuevas

<sup>111</sup> Disponible en:

[https://crom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20Infancia%20y%20Medios%20Audiovisuales.%20Apropiaci%C3%B3n%20y%20Actitudes%20-%20Informe%20ejecutivo/15-informe\\_ejecutivo\\_estudio\\_de\\_infancia\\_vf.pdf](https://crom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20Infancia%20y%20Medios%20Audiovisuales.%20Apropiaci%C3%B3n%20y%20Actitudes%20-%20Informe%20ejecutivo/15-informe_ejecutivo_estudio_de_infancia_vf.pdf).

propuestas temáticas enfocadas a determinados segmentos de audiencia y no a una audiencia general. Esto podría derivar en:

- Disminución de la oferta televisiva.
- Limitación a las propuestas innovadoras en programación.
- Menor aprovechamiento económico de las subseñales al no existir un régimen diferencial de publicidad.

Por tanto, se considera que la falta de actualización de las normas en materia de publicidad, programación y espacios institucionales ha impedido contar con una regulación diferencial y clara para las señales secundarias de TDT que estimule la utilización de estas para segmentos de audiencia y su aprovechamiento por parte de los operadores y la sociedad.

### 2.6.3.2. Asimetrías regulatorias entre las diferentes modalidades de televisión

Si bien la diferencia de obligaciones regulatorias entre la TV abierta y la cerrada es notoria, como se percibe a lo largo de este documento, esta debe ser evaluada desde su origen con el fin de determinar si responde a la mencionada desactualización de las normas regulatorias. La principal de estas asimetrías es que la TV abierta debe cumplir con una proporción claramente mayor de normas con respecto a la TV cerrada. Esta diferencia cuantitativa en obligaciones responde principalmente a la importancia social y cultural de esta modalidad, pues al ser abierta y de gratuita recepción, constituye la garantía de recepción por parte de la generalidad de la población y por tanto, implica responsabilidades que son conocidas y aceptadas por los operadores al momento de solicitar la licencia.

Sin embargo, como se ha expuesto en las secciones anteriores, hay indicios de que muchas de las normas que generan esta asimetría se originaron en condiciones de provisión del servicio y competencia en el mercado muy distintas a las actuales, por lo que es importante llevar a cabo una revisión de éstas para determinar si se requiere modificar la distribución de obligaciones, de acuerdo siempre a las características de cada modalidad.

Los casos más frecuentemente reportados por los operadores en las diferentes instancias de consulta e interacción se refieren a:

- Las exigencias de porcentajes de programación nacional, infantil y obras cinematográficas nacionales (OCN) recaen en mucha mayor proporción sobre la TV abierta nacional y regional, y en poca medida sobre los operadores de suscripción, a los que aplica solamente sobre los canales de producción propia, que son opcionales, ya que pueden sustituirse por 5 canales temáticos satelitales nacionales que no significan una carga de producción para el operador.
- La publicidad está mucho más regulada para los canales regionales que para los nacionales abiertos. Además, es altamente restringida para los operadores locales sin ánimo de lucro y los comunitarios.
- Los límites a repeticiones solo afectan a la TV abierta, pues los canales emitidos por los operadores de TV cerrada suelen manejarse por esquemas de repeticiones adecuados a los hábitos de consumo de los usuarios.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 40 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



- La promoción de contenidos es mucho más flexible para a TV abierta que para regionales y locales.
- Los espacios institucionales solo aplican para la TV abierta y recaen sobre los operadores nacionales y regionales.
- La expansión de la normatividad a las subseñales TDT solo genera cargas a los operadores de TV abierta.

En los temas regulatorios directamente asumidos por este proyecto, también puede evidenciarse la diferencia de cargas entre las diferentes modalidades de televisión, como se resume en la Tabla 5.

**Tabla 5. Diferencias en las obligaciones entre las diferentes modalidades de televisión**

Temática	TV abierta nacional privada	TV abierta de servicio público	TV abierta local	TV cerrada por suscripción	TV cerrada comunitaria
<b>Programación</b>	<i>Programación nacional. Obligación de Contenidos Nacionales. Programación niñez. Límites a repeticiones.</i>	<i>Programación nacional. Obligación de Contenidos Nacionales. Programación niñez. Límites a repeticiones.</i>	<i>Horas programación. Límites a repeticiones.</i>	<i>Solo sobre canal de producción propia. No hay límites a repeticiones en canales codificados.</i>	<i>No hay límites a repeticiones en canales codificados.</i>
<b>Publicidad</b>	<i>Solo límite a anuncios.</i>	<i>Límite a tiempo de anuncios. Límite a formatos. Disposiciones sobre patrocinios.</i>	Restringida.	Restringida.	Restringida.
<b>Espacios institucionales</b>	<i>De Ley. Espacios. Aplica sobre subseñales.</i>	<i>De Ley. Espacios. Aplica sobre subseñales.</i>	No se especifica la carga	No aplica	No aplica
<b>Subseñales</b>	Igual carga normativa a la señal principal.	Igual carga normativa a la señal principal.	No se especifica la carga	No aplica	No aplica

Fuente: Elaboración propia

Como se indicó antes, las diferencias de cargas regulatorias entre modalidades de televisión, así como las asimetrías que de estas puedan derivar, no necesariamente implican una falla regulatoria, pero sí deben ser analizadas a la luz de la mejora regulatoria. Debe establecerse, mediante análisis, hasta qué grado las asimetrías reportadas por diferentes actores, especialmente de la televisión abierta, efectivamente responden a la falta de actualización de las normas.

Así, el proyecto debe revisar si es necesario y pertinente disminuir estas asimetrías y los potenciales efectos negativos que tengan sobre la calidad del servicio, la viabilidad de la operación y la satisfacción de los usuarios y televidentes.

### 2.6.3.3. Menor oferta del servicio televisión, en detrimento del bienestar de los usuarios

Dada la disminución de incentivos para la operación de canales de TV abierta y las asimetrías regulatorias que se presentan entre modalidades de televisión, se identifican riesgos tanto de salida del mercado de operadores de televisión como de un limitado desarrollo de los subcanales en TDT, lo que

podría disminuir la oferta de canales en TV abierta en detrimento del bienestar de los usuarios, puesto que es menor la cantidad de contenido audiovisual completamente gratuito (ya que no requiere suscripciones ni conexión a Internet) al que puede acceder desde el televisor.

Al respecto es pertinente señalar que, acorde con la comparación de las bases de datos de la ANTV y las actuales de la CRC, entre 2012 y 2023 el número de canales de TV abierta local en el país pasó de 44 a 17, lo cual, en la mayoría de los casos, responde a la entrega de la licencia de TV abierta, ya que los operadores de dichos canales encontraron más viable financieramente convertirse en proveedores de canales para la TV cerrada, asumiendo una figura que no está sujeta a regulación directa y no requiere una licencia.

Adicionalmente, se reitera que seis de las doce subseñales de TDT activas a la fecha cuentan con programación exclusiva o diferente a la señal principal. Las demás subseñales normalmente replican parte de la programación de la señal principal o contenidos de archivo de los operadores.

## 2.7. Conclusiones

De la revisión preliminar de los 127 artículos que conforman los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 y de las definiciones aplicables al servicio de televisión -contenidas en el Título I de dicha Resolución-, así como del análisis de las respuestas y comentarios recibidos en la consulta pública sectorial -realizada a finales de 2022-, se identifica como problemática que *“La normatividad sobre programación, espacios institucionales y publicidad que aplica a las diferentes modalidades de televisión no corresponde con las condiciones actuales de provisión del servicio de TV”*.

Siendo entonces necesario, que la normatividad sobre programación, publicidad y espacios institucionales aplicable a las diferentes modalidades de televisión, deba ser objeto de revisión para su actualización o mejora, a efectos que se acompase con la evolución tecnológica y las actuales condiciones de provisión de este servicio.

El ejercicio planteado responde al propósito de mantener un marco regulatorio único, convergente y actualizado - fundamental para atender y apoyar la política sectorial en materia de televisión de manera clara, oportuna y expedita-, y se articula con los demás proyectos regulatorios relacionados con el servicio de televisión previstos en la Agenda Regulatoria vigente<sup>112</sup>.

## 3. OBJETIVOS

Una vez revisados los antecedentes y el contexto del servicio de televisión y de las temáticas sobre programación, espacios institucionales y publicidad y determinado el problema que se presenta en la normatividad vigente en estos aspectos, en esta sección se procede a definir los objetivos del proyecto regulatorio para dar solución a la problemática identificada en la sección 2.6, así:

<sup>112</sup> Análisis de mercados de televisión, Revisión de las medidas sobre sistemas de acceso para discapacidad auditiva y Actualización de medidas de participación de los televidentes y protección a la niñez y la adolescencia.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 42 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

### 3.1. Objetivo General

Actualizar las medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales del servicio de televisión compiladas en la Resolución CRC 5050 de 2016, de manera que sean acordes con las actuales dinámicas de prestación de este servicio y las potenciales presiones competitivas que enfrentan los diferentes operadores o canales de televisión.

### 3.2. Objetivos específicos

- Identificar aquellas medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales del servicio de televisión compiladas en la Resolución CRC 5050 de 2016 que son susceptibles de modificación o eliminación.
- Establecer el grado de obsolescencia de cada una de las anteriores medidas regulatorias, teniendo en cuenta las actuales condiciones de provisión del servicio de televisión y las potenciales presiones competitivas que enfrentan los diferentes operadores o canales de televisión.
- Determinar e implementar las modificaciones necesarias sobre las referidas medidas regulatorias para incentivar el desarrollo y sostenibilidad de la televisión en sus diferentes modalidades.

## 4. GRUPOS DE VALOR ASOCIADOS AL PROYECTO

En la tabla 6 se describe cada uno de los grupos de valor que estarán involucrados en el proyecto "Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión", así como su interés y eventual impacto en el mismo. En términos generales, se identifica que la estrategia de comunicación a través de mesas de trabajo y de divulgación, son elementos clave a considerar para lograr los objetivos planteados.

**Tabla 6. Grupos de valor del proyecto regulatorio**

No.	Grupo de valor identificado	Descripción	Interés en el proyecto	Impacto del proyecto
1	<b>Operadores de TV abierta radiodifundida</b>	Responsables del servicio de televisión abierta y que incluye a los operadores, que, en función del ámbito de cobertura, son del orden nacional, local y regional.	<b>Alto:</b> Los operadores de TV abierta son actores impactados por los cambios tecnológicos y de modelo de negocio. De los 127 artículos de los Capítulos 4, 5, y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, tienen relación directa con 105 artículos; resaltando temáticas como franjas de programación, subseñales digitales (TDT), repeticiones, producción de origen nacional, espacios institucionales, publicidad y anuncios comerciales.	<b>Alto:</b> El apoyo en suministro de información y percepciones por parte de los operadores de TV abierta es fundamental para el proyecto.
2	<b>Operadores de TV cerrada</b>	Responsables del servicio de televisión cerrada, que incluye a los operadores,	<b>Alto:</b> Los operadores de TV cerrada tienen un papel relevante, particularmente en	<b>Alto:</b> El apoyo en suministro de información y percepciones por parte de los

No.	Grupo de valor identificado	Descripción	Interés en el proyecto	Impacto del proyecto
	<b>(suscripción y comunitaria)</b>	que, en función de los usuarios, se clasifican en televisión por suscripción, así como la televisión comunitaria, que corresponde al servicio de televisión cerrada sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas.	los asuntos de canales temáticos satelitales y señales codificadas. Por sus canales de producción propia pueden ser impactados por los temas de publicidad y programación.	operadores de TV cerrada es fundamental para el proyecto.
3	<b>Productores independientes de contenidos y propietarios de derechos</b>	Proveedores de contenidos licenciados para el mercado de TV abierta y para los servicios OTT.	<b>Medio:</b> Si bien no son directamente influidos por la regulación del servicio, son un eslabón fundamental de la cadena de valor de la TV y tienen impacto en temas como las obras cinematográficas u obras de producción nacional.	<b>Medio:</b> Las dinámicas de venta de contenidos inciden en la programación de TV. Los productores son una fuente importante de información.
4	<b>RTVC Sistema de Medios Públicos</b>	Entidad con la principal función de programar, producir y emitir los canales públicos de Televisión Nacional: Señal Colombia, Canal Institucional; al igual que las Emisoras Públicas Nacionales, Radio Nacional de Colombia y Radiónica.	<b>Alto:</b> Los canales públicos de Televisión Nacional operados por RTVC, deben cumplir con medidas regulatorias relacionadas con espacios institucionales y publicidad	<b>Alto:</b> El apoyo en suministro de información y percepciones por parte de RTVC es clave para el proyecto.
5	<b>Asociaciones o gremios de operadores de TV</b>	Agrupaciones donde participen operadores del servicio público de televisión en cualquiera de sus modalidades y niveles de cubrimiento.	<b>Alto:</b> Tendrían un interés similar al de sus agremiados, expuesto en las filas No. 1 y No. 2 de la presente tabla.	<b>Alto:</b> Tendrían un impacto similar al de sus agremiados, expuesto en las filas No. 1 y No. 2 de la presente tabla.
6	<b>Proveedores de servicios en línea (OTT)</b>	Agentes responsables de la provisión de contenidos audiovisuales en línea, con funcionalidades similares a los servicios de comunicaciones fijos.	<b>Bajo:</b> Los proveedores de servicios en línea OTT han sido identificados como complementarios a los servicios de comunicaciones fijas <sup>113</sup> .	<b>Medio:</b> Estos agentes han venido cobrando cada vez más relevancia, en la compra y venta de contenidos audiovisuales, teniendo impacto en el análisis de cara de las obligaciones regulatorias definidas para TV Abierta y Cerrada en materia de repeticiones, franjas de programación, producción nacional, entre otros y una eventual desregularización.
7	<b>Anunciantes, agencias de medios, agremiaciones del mercado de publicidad</b>	Proveedores de pauta o mediadores en el proceso de pauta publicitaria.	<b>Medio:</b> Los actores de publicidad y anuncios comerciales son esenciales en la financiación de la TV abierta y partes de la cerrada.	<b>Medio:</b> Es necesario entender las dinámicas de Publicidad, a efectos de analizar con mayor ilustración, las disposiciones regulatorias del Capítulos 5 del Título XVI de la

<sup>113</sup> Estudio del rol de los servicios OTT desarrollado por la CRC en 2019. Disponible en: <https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Estudio%20OTT%202019.pdf>. Páginas 37 y 62.

No.	Grupo de valor identificado	Descripción	Interés en el proyecto	Impacto del proyecto
				Resolución CRC 5050 de 2016.
8	<b>Televidentes o usuarios (persona natural) o Asociaciones o agremiaciones o ligas de televidentes o usuarios</b>	Persona natural que utiliza los servicios de contenidos audiovisuales o toda organización social sin ánimo de lucro, constituida formalmente por un número plural de personas, cuyo objeto social principal sea la realización de actividades relacionadas con la participación de la ciudadanía en la vigilancia y control del servicio público de televisión y, en general, el ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos frente a dicho servicio	<b>Medio:</b> Los televidentes y usuarios son una gran parte interesada por ser quienes demandan y utilizan los servicios de contenidos audiovisuales.	<b>Medio:</b> Beneficiarios finales de la implementación de medidas regulatorias que garanticen la calidad y acceso del servicio de televisión.
9	<b>MinTIC</b>	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, entidad pública encargada del diseño, formulación, adopción y promoción de las políticas, planes, programas y proyectos del sector TIC.	<b>Medio:</b> Cabeza del sector encargada del diseño, formulación, adopción y promoción de las políticas, planes, programas y proyectos del sector audiovisual, de manera que los resultados del estudio pueden servir de insumo para el desarrollo de sus actividades misionales.	<b>Medio:</b> Los resultados del proyecto regulatorio pueden impactar en las políticas públicas, planes, programas y proyectos del sector TIC, especialmente los planes de inversión.
10	<b>Entidades públicas o privadas que tienen acceso a los espacios institucionales</b>	Presidencia de la República, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Congreso de la República, Rama Judicial, Organismos de Control, Asociaciones de Consumidores, entidades estatales de cualquier orden y organizaciones no gubernamentales y Minuto de Dios.	<b>Medio:</b> Organizaciones gubernamentales que por virtud de la normativa legal y regulatoria tienen acceso a los espacios institucionales, los cuales son reservados en todos los canales de televisión abierta para informar a la ciudadanía acerca del ejercicio propio de sus funciones, y de la promoción de la unidad familiar, el civismo, la educación, los derechos humanos y la cultura, así como organizaciones no gubernamentales con potencial interés en los mensajes de código cívico.	<b>Medio:</b> Resultará necesario conocer su percepción sobre el impacto de los espacios institucionales en razón a su misionalidad.

## 5. CONSULTA SECTORIAL

Teniendo en cuenta la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN), con esta consulta la CRC se permite socializar con los agentes interesados el proceso de análisis realizado sobre la identificación del problema, sus causas y consecuencias, y los objetivos planteados para el proyecto regulatorio denominado *"Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión"*.

Con el objetivo de orientar esta consulta, se solicita a los agentes interesados contestar las siguientes preguntas al momento de realizar sus comentarios, los cuales se recibirán hasta el **04 de agosto de 2023** a través del correo electrónico: [revision\\_regulacion\\_tv@crcom.gov.co](mailto:revision_regulacion_tv@crcom.gov.co)

- a) ¿Está de acuerdo con el problema identificado en este documento? En caso de no estar de acuerdo, justifique sus motivos, aporte evidencia al respecto y proponga un problema alternativo con sus respectivas causas y consecuencias.
- b) Frente al problema planteado, ¿Considera que las causas presentadas en este documento son las que generan el problema definido? En caso negativo, indicar las razones por las cuales no está de acuerdo con la relación que se establece entre tales causas y el problema definido.
- c) Frente al problema planteado, ¿Adicionaría una causa? En caso afirmativo, por favor indicarla y justificarla.
- d) Frente al problema planteado, ¿Considera que las consecuencias expuestas en el presente documento tienen relación directa con la materialización del problema? En caso negativo, indicar las razones por las cuales no está de acuerdo con la relación que se establece entre el problema definido y las consecuencias descritas.
- e) Frente al problema planteado, ¿Adicionaría una consecuencia? En caso afirmativo, por favor indicarla y justificarla.
- f) ¿Considera que existen otros grupos de valor que deben tenerse en cuenta en el desarrollo del presente proyecto regulatorio? En caso afirmativo, por favor indíquelos, indicando la razón que tendría para ser incluidos.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 46 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Argentina. Ley 26.522. Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual. <https://www.enacom.gov.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf>
- Autoridad Nacional de Televisión, Resolución ANTV 26 de 2018, Resolución ANTV 650 de 2018 y Resolución ANTV 93 de 2015.
- Asomedios, Estudio de inversión publicitaria neta revista - radio - televisión, out of home resultados diciembre y acumulado 2022, año 2022.
- Bond,S.(2017),“The 30-second ad has had its 15 minutes of fame”, Obtenido en: <https://www.ft.com/content/541f63d0-aa1a-11e7-93c5-648314d2c72c>
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Agenda Regulatoria 2022 – 2023. Obtenido en: <https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/agenda/Agenda-Regulatoria-2022-2023-final.pdf>.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Agenda Regulatoria 2023 – 2024. Obtenido en: <https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/agenda/agenda-regulatoria-crc-2023-2024.pdf>.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC). Análisis de mercados audiovisuales en un entorno convergente. Obtenido en: [https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-306/Propuestas/160401\\_documento\\_amarillo.pdf](https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-306/Propuestas/160401_documento_amarillo.pdf)
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Estudio sobre el rol de las OTT en el sector de comunicaciones en Colombia - 2018. Obtenido en: <https://postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2018>
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC). Mercados relevantes Audiovisuales en un entorno convergente. Obtenido en: [https://www.crcm.gov.co/recursos\\_user/2017/actividades\\_regulatorias/mercados\\_audiov/170830\\_Mercados\\_Audiovisuales.pdf](https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/actividades_regulatorias/mercados_audiov/170830_Mercados_Audiovisuales.pdf)
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Hoja de ruta de simplificación del marco regulatorio expedido por la CRC, 2018. Obtenido en: [https://crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-71-8/Propuestas/hoja\\_de\\_ruta\\_noviembre\\_2018.pdf](https://crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-71-8/Propuestas/hoja_de_ruta_noviembre_2018.pdf).
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Diseño y aplicación de metodología para simplificación del marco regulatorio de la CRC, 2018. Obtenido en: <https://crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-71-8>.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Resolución CRC 5586 de 2019. Por la cual se eliminan normas en desuso del marco regulatorio expedido por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 47 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Resolución CRC 6383 de 2021 y sus soportes. Por la cual se compilan y se simplifican disposiciones contenidas en las normas de carácter general vigentes expedidas por las extintas Comisión Nacional de Televisión -CNTV- y Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-, relacionadas con las funciones de la Sesión de Comisión de Comunicaciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC-, se adiciona el Título XVI a la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Documento soporte Compilación y Simplificación Normativa en Materia de Televisión, 2021. Obtenido en: [https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento\\_soporte\\_compilacion\\_tv\\_para\\_publicar.pdf](https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/documento_soporte_compilacion_tv_para_publicar.pdf).
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Hoja de Ruta de simplificación en materia de Televisión, 2022. Obtenido en: [https://cocom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20/Documento\\_hoja\\_de\\_ruta\\_de\\_televisi%C3%B3n.pdf](https://cocom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20/Documento_hoja_de_ruta_de_televisi%C3%B3n.pdf).
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Postdata - Reporte de audiencias y pauta publicitaria de televisión, 2022.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Postdata - Dataflash Reportes de Televisión Abierta, 2022.
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia 2022-2023. Obtenido en: [https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT\\_Hogares\\_2022-Informe\\_metodologico\\_y\\_validacion\\_de\\_hipotesis.pdf](https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT_Hogares_2022-Informe_metodologico_y_validacion_de_hipotesis.pdf)
- Comisión Europea. 2018. Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual. <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Informe Anual. 1980-81, OEA/Ser.L/V/II.
- Comisión Nacional de Televisión, Acuerdo CNTV 2 de 2011, Acuerdo CNTV 2 de 2012, Acuerdo CNTV 24 de 1997, Acuerdo CNTV 3 de 2012, Acuerdo CNTV 7 de 2006 y Resolución CNTV 64 de 2000.
- Consejo de Estado. Sentencia del 16 de marzo de 2023. Sección Primera. Expediente.11001 03 26 000 2011 00054 00.
- Cullen International, Advertising on public service television / Publicidad en la televisión de servicio público, 2023.
- Cullen International, Identification of advertising on television and online services / Identificación de publicidad en televisión y servicios online, 2022.
- Decreto 1078. (6 de mayo de 2015). Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 48 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



- Departamento Nacional de Planeación (DNP), Informe 2016. El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado.
- Departamento Nacional de Planeación (DNP), Informe 2020. Industria de contenidos audiovisuales y plataformas digitales: análisis desde el derecho de la competencia.
- España. 2022. Ley General de Comunicación Audiovisual. Obtenido en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>
- Federal Communication Commission. 2021. The Public and Broadcasting. Obtenido en: <https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting>
- México. 2022. Ley General de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Obtenido en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftr.htm>
- OFCOM. 2020. Broadcast Code. Obtenido en: <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>
- Ley 182. (20 de enero de 1995). Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones.
- Ley 335. (20 de diciembre de 1996). Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones.
- Ley 506. (28 de julio de 1999). Por la cual se modifica el artículo 58 de la Ley 182 de 1995.
- Ley 680. (11 de agosto de 2001). Por la cual se reforman las Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de Televisión.
- Ley 1341. (30 de julio de 2009). Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1507. (10 de enero de 2012). Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1978. (25 de julio de 2019). Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones.
- Nettelhorst, S., Brannon, L., Rose, A. and Whitaker, W. (2020), "Online viewers' choices over advertisement number and duration", Journal of Research in Interactive Marketing, Vol. 14 No. 2, pp. 215-238. <https://doi.org/10.1108/JRIM-07-2019-0110>

Formulación: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de TV	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	Página 49 de 56	
	Actualizado: 14/07/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 5
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

## ANEXO 1

### Evidencias del problema identificado- Consulta Sectorial

#### 2.1. Normatividad sobre Programación

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
<b>Franjas de programación</b>	Art. 16.4.1.1., 16.4.1.2., 16.4.1.10. y 16.4.2.3. (numeral 1) Las franjas de audiencia se clasifican en infantil, adolescente, familiar y adulta. El horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas debe ser programación apta para todo tipo de público (art 33 de la Ley 335 de 1996) <sup>114</sup> , adicionalmente, se establece un mínimo de horas trimestral de trasmisión. Art. 16.4.3.3. Se establecen unos horarios para las franjas infantil, familiar y adultos.	<b>Abierta.</b> TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro	Los operadores proponen reducir los horarios de las franjas infantil y adolescentes, pues parte de este público ha estado migrando a otras opciones como TV por suscripción o OTT. Proponen establecer: Franja familiar: 7:00 am - 9:00 pm y Franja adultos: 9:00 pm - 5:00 am. Proponen eliminar franjas infantil y adolescente, pues la franja familiar las incluye. Proponen prescindir de las obligaciones relacionadas con las franjas de programación, dado que corresponde a una perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales, que no se da en la actualidad en virtud de que el acceso a los contenidos se ha atomizado en múltiples pantallas y plataformas.
	Art. 16.4.4.1. Se deberá emitir mínimo 6 horas diarias de programación dentro de las franjas infantil o familiar.	<b>Abierta.</b> TV local sin ánimo de lucro	Proponen eliminar las franjas de audiencia teniendo en cuenta que los canales de TV cerrada no están obligados por la regulación colombiana a cumplir con esta limitante y que las OTT y plataformas ofrecen contenido a cualquier hora, lo que está generando nuevas formas de consumo.
<b>Subseñales digitales (TDT)</b>	Art. 16.4.2.3. Tanto el canal principal como los subcanales digitales deberán cumplir las siguientes obligaciones: i). Franjas. ii) Trasmisión del himno. iii) Cumplimiento del Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos. iv) Uso por el Presidente (asuntos urgentes de interés público), Vicepresidente, Ministros, Congreso de la República, la Rama Judicial y organismos de control, según los regule la CRC. v) Cumplimiento pluralismo informativo. vi) Cumplimiento normas de derechos de niños y adolescentes. vii) Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre	<b>Abierta.</b> TDT	Los operadores indican que las obligaciones relacionadas con Obras Cinematográficas Nacionales deben flexibilizarse para los subcanales digitales. Se debe tener una normativa especial o diferente para las segundas señales TDT, especialmente las que están dedicadas a públicos o temas determinados (Ej.: no incluir divulgaciones políticas, Cámara y Senado; Minuto de Dios y el Boletín del Consumidor, ni espacios institucionales) Indican que a los canales secundarios no debería aplicarse normativa sobre producción nacional.

<sup>114</sup> Las disposiciones regulatorias referentes a las franjas (incisos de los artículos 16.4.1.1 y 16.4.2.3), se encontraban suspendidas provisionalmente por el Consejo de Estado; sin embargo mediante Sentencia de única instancia (expediente No. 11001 03 26 000 2011 00054 00), el 16 de marzo de 2023 la Sección Primera, negó la pretensión de nulidad, señalando que la ley establece franjas para niños, adolescentes y familia, pero no para adultos, dejando así la posibilidad de regulación en la CNTV, por lo que franja de 10:00 p.m. a las 5:00 a.m. no genera la reducción de la franja de adultos.

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
	publicidad y anuncios comerciales. viii) Cumplimiento normativa alcohol. ix) Por cada uno de los canales del múltiplex digital, cada operador deberá emitir una guía electrónica de programación EPG (electronic program guide), que incluya 3 días adelantados de programación de cada canal digital.		Los límites de repeticiones hacen menos viable el mantener una oferta de canales temáticos con programación vertical y repetición de franjas completas de programación diaria. Sugieren que se permita autorregulación, en la que cada subcanal digital proponga su propio marco, de acuerdo con su especificidad (infantil, étnico u otro), de. Las únicas obligaciones que deberían cumplir los subcanales son la clasificación de la programación y los mensajes institucionales de origen legal.
<b>Producción de origen nacional</b>	Art. 16.4.1.12. y 16.4.2.1 Se aplican los porcentajes de producción nacional, establecidos en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, que de acuerdo con los horarios va del 70% al 50%	<b>Abierta.</b> TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro. TDT	Los operadores indican que el porcentaje de programación es una obligación de imposible cumplimiento porque no hay suficientes obras, sumado esto a las limitaciones en repeticiones. Se genera una posible asimetría regulatoria con operadores de TV por suscripción, cuyos canales codificados se programan en esquemas de repeticiones. La obligatoriedad de producción nacional en algunas franjas es muy alta. Piden darles especial estímulo a obras de contenidos familiares o aptas para todo público.
	Art. 16.4.4.1. Cumplir con los porcentajes de producción nacional y dentro de ellos mínimo el 20% debe corresponder a programación nacional de producción propia.	<b>Abierta.</b> Tv local sin ánimo de lucro	
<b>Señales codificadas</b>	Art 16.4.6.2. Dentro de las 7 señales codificadas de televisión que pueden emitir los operadores del servicio de Televisión Comunitaria, no se computarán aquellas señales de televisión codificadas que correspondan a canales temáticos satelitales, de origen nacional con contenidos que se produzcan, generen y emitan desde el territorio nacional.	<b>Cerrada.</b> Tv comunitaria	Los operadores de comunitaria indican que la modalidad de TV por suscripción tiene ventajas en la cantidad de canales codificados internacionales permitidos. En la televisión comunitaria pueden tener hasta 7 canales codificados, mientras otras modalidades no tienen restricción al número de canales codificados.
<b>Canales temáticos satelitales</b>	Art. 16.4.5.3. Es el mecanismo para fomentar la industria de producción nacional en TV por suscripción. Para ello los operadores del servicio tv por suscripción, deberán incluir dentro de su parrilla de programación como mínimo 5 canales temáticos satelitales de origen nacional. Están exentos aquellos operadores que cuenten con el canal de producción propia (transmisión de mínimo 5 horas diarias de programación)	<b>Cerrada.</b> Tv por suscripción	Señalan que no existe suficiente oferta de canales temáticos satelitales para suplir las obligaciones de tener una canal de producción propia. Sería conveniente ampliarlo a otras tecnologías (poder incluir dentro de su parrilla de programación canales que son transmitidos mediante tecnologías alternativas como IPTV, streaming o plataformas de streaming)
<b>Repeticiones</b>	Art. 33 Ley 182/95 y Art. 16.4.3.5. Res 5050/16. Establece	<b>Abierta.</b> TV local	

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial								
	<p>Equivalencias de las repeticiones de los programas de producción nacional (para efectos del cumplimiento de cuota de producción nacional).</p> <p>a) Primera repetición, la mitad del tiempo de su duración.</p> <p>b) Segunda repetición, la tercera parte del tiempo de su duración.</p> <p>c) La tercera y sucesivas repeticiones, la cuarta parte del tiempo de su duración.</p> <p>Art 16.4.7.1 al 16.4.7.3. Repeticiones en cualquier horario, inclusive los días sábados, domingos y festivos, así:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Periodo</th> <th>¿Cuántas veces se puede repetir?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>En un trimestre, después de la primera emisión</td> <td>hasta 2 veces, preferiblemente en horarios diferentes a la inicial</td> </tr> <tr> <td>Durante 1 año</td> <td>hasta 4 veces, a partir de la primera emisión. (se incluye lo del trimestre)</td> </tr> <tr> <td>A partir del 2 año</td> <td>2. veces al año</td> </tr> </tbody> </table> <p>Los resúmenes de programas no serán considerados como repeticiones.</p> <p>No serán considerados como repeticiones:</p> <p>a) Las emisiones posteriores de documentales con valor cultural o histórico.</p> <p>b) Los programas que se emitan en el horario comprendido entre las 00:00 y las 6:00 a.m.</p>	Periodo	¿Cuántas veces se puede repetir?	En un trimestre, después de la primera emisión	hasta 2 veces, preferiblemente en horarios diferentes a la inicial	Durante 1 año	hasta 4 veces, a partir de la primera emisión. (se incluye lo del trimestre)	A partir del 2 año	2. veces al año		<p>El costo de parrilla se incrementa ya que el inventario no es suficiente para tener esta frecuencia de emisión de repeticiones.</p> <p>No restringir la excepción únicamente a documentales. Limitaciones deberían ser por tipo de contenido, y deberían exceptuarse programas atemporales, películas y programas con contenido histórico, cultural, pedagógico y de ficción.</p> <p>Por asimetría regulatoria no deberían existir estas restricciones, los canales de suscripción no la tienen. Incluso canales internacionales de cable operador tienen diseños de repetición de contenidos por día de hasta 3 repeticiones del capítulo estreno, lo que se denomina parrilla de programación en espejo.</p> <p>Piden que los días festivos se permita la repetición de eventos especiales indefinidamente durante el año. Algunos indican que las repeticiones deben ser a criterio del operador y por ende debe eliminarse la norma.</p> <p>Es costoso producir un programa para quedar limitado a sólo 4 emisiones en el año.</p> <p>Las limitaciones para los contenidos deberían ser por tipo de audiencia.</p> <p>Propuesta: En contenidos infantiles, películas y enlatados sin continuidad en la historia debería haber posibilidad ilimitada de repetición; series y novelas hasta 2 repeticiones por año para contenidos de 21 o más capítulos, 5 repeticiones para series de hasta 20 capítulos.</p> <p>Los límites de repeticiones de un programa luego de su primera emisión podrían eliminarse y establecer un sistema estacional (por temporadas).</p>
Periodo	¿Cuántas veces se puede repetir?										
En un trimestre, después de la primera emisión	hasta 2 veces, preferiblemente en horarios diferentes a la inicial										
Durante 1 año	hasta 4 veces, a partir de la primera emisión. (se incluye lo del trimestre)										
A partir del 2 año	2. veces al año										
<b>Obras cinematográficas nacionales - OCN</b>	<p>Art 16.4.8.1. al 16.4.8.5. Las OCN se contabilizarán como parte de los porcentajes de programación nacional que los operadores de televisión y concesionarios de espacios deben transmitir de acuerdo con lo previsto en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995.</p> <p>Emitirán anualmente OCN por un equivalente mínimo al 10% del tiempo total de emisión de</p>	<b>Abierta.</b> TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro	<p>Sobre el porcentaje de emisión de OCN, unos operadores sugieren que sea 50%, otros 20%, que se mantenga y otros que se elimine, pues hay escasez de este tipo de contenido, más aún cuando no aplica a TV por suscripción ni OTT.</p> <p>La oferta del mercado de películas colombianas que puedan ser transmitidas por calidad y contenido en televisión abierta es limitada.</p>								

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
	<p>producciones cinematográficas extranjeras.</p> <p>Las OCN transmitidas serán presentadas entre las 06:00 y antes de las 24:00 horas, y su contenido se adecuará a las franjas de audiencia. Las OCN se rigen con los criterios sobre repeticiones.</p> <p>Se establece unos incentivos y estímulos a la emisión de OCN. Podrán contar por el doble o el triple de la duración de las OCN que transmitan, para cumplir con los % de programas de producción nacional.</p>		<p>Los incentivos no deberían aplicarse únicamente para el porcentaje de programas de producción nacional, sino para el mismo porcentaje de emisión de obras cinematográficas nacionales, es decir, si se cumple con alguna de las condiciones que genera incentivos, sea el operador el que decida si lo contabiliza, por el doble o el triple, según corresponda.</p>

## 2.2. Normatividad sobre Espacios institucionales

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
Franjas de emisión de espacios institucionales.	Art. 16.4.10.2. Espacios institucionales deben ser presentados de lunes a viernes, entre 15:55 y 22:40,	TV abierta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los espacios institucionales están concentrados en franja prime, lo cual ocasiona fuga de audiencia durante los contenidos transmitidos en dicha franja.</li> <li>Los espacios institucionales en horario Prime restringen la posibilidad de comercialización de espacios publicitarios con anunciantes.</li> </ul>
Franjas de emisión de espacios institucionales.	Art. 16.4.10.2. Art. 16.4.10.9. Determinación de espacios institucionales	TV abierta	No hay claridad frente a cuáles son las franjas para la radiodifusión de mensajes institucionales y a quién son aplicables.
Subcanales digitales	Art. 16.4.10.7 radiodifusión de mensajes institucionales en TDT.	TV abierta, incluidas subseñales TDT	<p>Se transmiten mensajes institucionales que no son diseñados para las audiencias de los subcanales digitales especializados (por ejemplo, de contenido infantil y juvenil).</p> <p>Para subseñales dependen del plan de emisión que remite la CRC.</p>
Espacio congreso de la República	Inciso 3 del artículo 88 de la Ley 5 de 1992. Se reserva espacio semanal de 30 minutos para la emisión de un informativo del Congreso de la República	TV Abierta Nacional, Regional y Local (incluye subseñales TDT)	Los espacios de Congreso son en horario Triple A, lo que afecta la audiencia y la pauta publicitaria.

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
Espacios Institucionales Especiales	<p>Art. 31 Ley 182 de 1995. Derecho de acceso de los partidos y movimientos políticos a los servicios de televisión operados por el Estado (según reglamentación CRC y Consejo Nacional Electoral)</p> <p>Ley 130 de 1994. derecho permanente de los partidos a acceder gratuitamente a los medios de comunicación social del Estado, para programas institucionales de divulgación política + espacios en época electoral.</p> <p>-Art. 55 Ley 182 de 1995 (modificado por el Art. 12 de la Ley 335 de 1996. Espacios institucionales permanentes en horarios de alta audiencia para la promoción de la unidad familiar y del civismo, la educación para luchar contra el consumo de droga, las asociaciones de consumidores, la PGN, Defensoría del Pueblo y los noticieros y avances informativos del Congreso.</p> <p>-Art. 16.4.10.11. Espacio de partidos políticos de lunes a viernes de 7:00 pm a 7:02 pm.</p>	TV Abierta Nacional, Regional y Local (incluye subseñales TDT)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los espacios institucionales especiales son en horario Triple A, lo que afecta la audiencia y la pauta publicitaria.</li> <li>Con posterioridad a la emisión de programas sin comerciales, se genera una saturación para cumplir los horarios de emisión exigidos.</li> </ul>

### 2.3. Normatividad sobre Publicidad

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación	Art. 16.5.3.4. Se permiten 6 minutos de comerciales por cada media hora de programación	Televisión Local con ánimo de lucro	Indican que hay una desventaja frente a la TV Abierta Nacional y Regional, pues los canales nacionales y Regionales no tienen ninguna restricción en el tiempo de publicidad o por lo menos no es evidente en la norma compilada.
	Art. 16.5.2.12 Solamente se pueden transmitir hasta cinco (5) logotipos por cada media hora en los programas de producción regional.	Canales regionales	Los canales regionales señalan que este tipo de medidas les resta flexibilidad en el manejo de la pauta publicitaria, lo que los pone en desventaja frente a otros canales, de la TV cerrada y otros medios.
Duración de los anuncios comerciales	Art. 16.5.2.5. Los anuncios comerciales podrán tener una duración de hasta dos (2) minutos y una mínima de diez (10) segundos, los cuales se contarán en múltiplos de cinco (5) segundos.	Canales regionales	Los canales mencionan que el límite de tiempo mínimo de duración de los comerciales restringe la posibilidad de diseñar productos o pauta para ciertos clientes.
	Art. 16.5.5.1. Reconocimientos se pueden hacer al inicio y al final. También pueden dividirse en máximo	Televisión Local sin ánimo de lucro	

Temática	Obligación o medida regulatoria	Sujeto de regulación (operador)	Comentario de los operadores en la consulta sectorial
	3 secciones en programas que así lo permitan. Los reconocimientos tienen una duración máxima de 5 segundos.		
Publicidad en canales	<p>Art. 16.5.2.9. Restricciones en canales de superimposición.</p> <p>Art. 16.5.2.10 Comerciales comprimidos. Se permite la transmisión de imágenes sólidas en 25% de la disponibilidad comercial en transmisiones de eventos deportivos.</p> <p>Art. 16.5.2.13 Patrocinios. Se permite máximo cinco patrocinios en la presentación y la despedida cada uno de máximo 5 segundos.</p>	Canales regionales	Los canales mencionan que las restricciones en publicidad les limita la pauta que pueden ofrecer a sus clientes, en detrimento de sus ventas e ingresos por este concepto.
	Art. 16.5.2.17. Avisos clasificados. Se permiten tres (3) minutos por cada media hora de programación.	Canales regionales	<p>La emisión en bloque de avisos clasificados afecta la distribución estratégica de la pauta en la programación para mantener la audiencia.</p> <p>Los canales también señalan que hay restricciones en el uso de tendencias gráficas para la emisión de avisos clasificados.</p>
Promoción de programación	Art. 16.5.2.16. Se permite 20 segundos por programa para promocionar la programación del canal	Canales regionales	Los canales indican una posible desventaja frente a la TV Abierta Nacional, pues los canales nacionales no tienen ninguna restricción en la promoción de su programación.
Programas de ofertas	NA	Canales regionales	Indican que la falta de claridad en la reglamentación que aplica en notas patrocinadas, secciones comerciales y programas de teleofertas no ha permitido el desarrollo de este tipo de publicidad.
Publicidad de Alcohol	Sección 4. Horarios e intensidad de la publicidad y condiciones de emisión (duración máxima 60 segundos por cada 30 minutos de programación)	TV Abierta	Señalan que las restricciones del alcohol son desiguales comparadas con otros medios, como las vallas o medios impresos, donde no se tienen este tipo de restricciones.
	Parágrafo 2 del Art. 16.5.4.4. Obligación de emisión de campaña de prevención.	TV Abierta	Consideran que la campaña de prevención al consumo es desigual para la tv comparada con otros medios; y genera pérdidas y costos adicionales
Publicidad en Señal Colombia	Sección 1 del Capítulo 5 del Título XVI. Presenta restricciones en los reconocimientos (referencia a la persona o personas o marcas que realizan alguna contribución a Señal Colombia). Se permiten 3 minutos por cada media hora de programación.	RTVC	En la consulta plantea que la publicidad en Señal Colombia debería tener un régimen similar al de los canales Regionales.
General Publicidad	Capítulo 5 del Título XVI	Canales regionales	Destacan que las restricciones en publicidad ponen en desventaja a los canales regionales frente a otros actores del sector.

## ANEXO 2

### Cuadro comparativo Título XV y Título XVI Resolución CRC 5050 de 2016

Temática	Artículo (s) del Título XV Resolución CRC 5050 de 2016 <sup>115</sup>	Artículo (s) relacionados del Título XVI Resolución CRC 5050 de 2016 <sup>116</sup>	Comentario
Programación	Capítulo 2. Sección III. ARTÍCULO 15.2.3.8. HORARIOS DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.	Capítulo 4. Sección 1. ARTÍCULO 16.4.1.10 OBLIGACIONES DE PROGRAMACIÓN. ARTÍCULO 16.4.2.3 CONDICIONES DE PROGRAMACIÓN EN LA TOTALIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA DIGITAL.	En la programación transmitida o emitida en el horario comprendido entre las 6:00 y las 23:59 horas se deben implementar los sistemas de acceso a la población con discapacidad auditiva
Espacios Institucionales	Capítulo 2. Sección III. Parágrafo ARTÍCULO 15.2.3.9. IMPLEMENTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE ACCESO.	Capítulo 4. Sección 10. ARTÍCULO 16.4.10.5 DE LOS REQUISITOS A LOS QUE DEBE SUJETARSE LA PRESENTACIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES ARTÍCULO 16.4.10.8 CONDICIONES DE RADIODIFUSIÓN DE ESPACIOS INSTITUCIONALES	Las alocuciones presidenciales y mensajes institucionales deberán tener interpretación de Lengua de Señas.
Subcanales digitales	Capítulo II. Sección III. ARTÍCULO 15.2.3.17. ACCESO DE POBLACIÓN SORDA E HIPOACÚSICA EN TDT.	ARTÍCULO 16.4.2.3 CONDICIONES DE PROGRAMACIÓN EN LA TOTALIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA DIGITAL.	La programación abierta radiodifundida en el canal digital principal deberá cumplir con lo dispuesto en el Capítulo II. Sección III. (artículos 15.2.3.1. al 15.2.3.17) Los subcanales digitales deberán dar aplicación a la implementación del sistema de acceso, cumpliendo en su conjunto con el canal digital principal.
Eventos especiales	Capítulo IV. Sección I. ARTÍCULO 15.4.1.2. TRANSMISIÓN DE EVENTOS DE INTERÉS PARA LA COMUNIDAD ARTÍCULO 15.4.1.3. EFECTOS DE LA DECLARATORIA DE UN EVENTO COMO DE INTERÉS PARA LA COMUNIDAD ARTÍCULO 15.4.1.4. CRITERIOS PARA LA DECLARATORIA DE UN EVENTO COMO DE INTERÉS PARA LA COMUNIDAD.	Capítulo 6. Sección I. ARTÍCULO 16.6.1.1 PROGRAMAS DE INTERÉS PÚBLICO Y SOCIAL.	Cuando se trate de la difusión de los eventos de interés para la comunidad, la CRC podrá declarar un evento como de interés para la comunidad a nivel nacional, regional o local, de oficio o a solicitud efectuada por alguna persona natural o jurídica, pública o privada, lo que implica que puedan acceder en igualdad de condiciones a la negociación de dichos derechos.

<sup>115</sup> Se referencia el artículo que trae la obligación consignada en la columna denominada "Comentario".

<sup>116</sup> Se referencian los artículos que abordan la temática en el Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.