



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

Documento soporte

Política Regulatoria y Competencia

Diciembre de 2023

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

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

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

### CONTENIDO

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>PROBLEMA IDENTIFICADO .....</b>	<b>7</b>
<b>3.</b>	<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1.</b>	<b>Objetivo general.....</b>	<b>8</b>
<b>3.2.</b>	<b>Objetivos específicos.....</b>	<b>8</b>
<b>4.</b>	<b>COMENTARIOS RECIBIDOS AL DOCUMENTO DE FORMULACIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>4.1.</b>	<b>Comentarios recibidos sobre el problema formulado .....</b>	<b>9</b>
<b>4.2.</b>	<b>Comentarios recibidos sobre las causas .....</b>	<b>10</b>
<b>4.3.</b>	<b>Comentarios recibidos sobre las consecuencias .....</b>	<b>11</b>
<b>5.</b>	<b>ALTERNATIVAS REGULATORIAS .....</b>	<b>12</b>
<b>5.1.</b>	<b>Listado preliminar ejes temáticos y subtemáticas.....</b>	<b>12</b>
<b>5.2.</b>	<b>Comentarios recibidos al documento de alternativas regulatorias .....</b>	<b>13</b>
<b>5.2.5.</b>	<b>Comentarios que desbordan el alcance del proyecto regulatorio.....</b>	<b>19</b>
<b>5.3.</b>	<b>Subtemáticas excluidas para evaluación .....</b>	<b>22</b>
<b>5.4.</b>	<b>Nuevas subtemáticas incluidas para evaluación.....</b>	<b>23</b>
<b>6.</b>	<b>LISTADO AJUSTADO DE EJES TEMÁTICOS Y SUBTEMÁTICAS .....</b>	<b>25</b>
<b>7.</b>	<b>METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS .....</b>	<b>26</b>
<b>7.1.</b>	<b>Enfoque de evaluación de alternativas mediante metodología AIN y la herramienta de análisis multicriterio.....</b>	<b>26</b>
<b>7.2.</b>	<b>Enfoque de simplificación normativa .....</b>	<b>30</b>
<b>8.</b>	<b>SUBTEMÁTICAS A EVALUAR CON ANÁLISIS MULTICRITERIO .....</b>	<b>30</b>
<b>8.1.</b>	<b>Descripción de criterios y subcriterios .....</b>	<b>30</b>
8.1.1	Criterio 1: Actualidad .....	31
8.1.2	Criterio 2: Racionalidad normativa .....	31
8.1.3	Criterio 3: Simplicidad Normativa.....	32
8.1.4	Criterio 4: Competencia .....	32
8.1.5	Criterio 5: Incentivos .....	32
<b>8.2.</b>	<b>Subtemáticas a evaluar con aplicación de la metodología multicriterio .....</b>	<b>32</b>
<b>8.3.</b>	<b>Eje temático Programación – Subtemática: Franjas de programación.....</b>	<b>34</b>
8.3.1.	Alternativas .....	38

8.3.2.	Evaluación.....	41
8.4.	Eje temático Programación – Subtemática: Repeticiones .....	46
8.4.1.	Alternativas .....	49
8.4.2.	Evaluación.....	51
8.5.	Eje temático Programación – Subtemática: Obras Cinematográficas Nacionales .....	54
8.5.1.	Alternativas .....	59
8.5.2.	Evaluación.....	60
8.6.	Eje temático Espacios Institucionales - Subtemática: Franjas de emisión espacios institucionales.....	65
8.6.1.	Alternativas .....	67
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA FRANJAS DE EMISIÓN ESPACIOS INSTITUCIONALES .....	67
8.6.2.	Evaluación.....	70
8.7.	Eje temático Espacios Institucionales - Subtemática: Duración espacios institucionales ...	77
8.7.1.	Alternativas .....	78
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA DURACIÓN ESPACIOS INSTITUCIONALES.....	78
8.7.2.	Evaluación.....	79
8.8.	Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación.....	82
8.8.1.	Alternativas .....	85
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA TIEMPO MÁXIMO DE PUBLICIDAD/TIEMPO DE PROGRAMACIÓN .	85
8.8.2.	Evaluación.....	86
8.9.	Eje temático Publicidad y comercialización – Subtemática: Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios.....	88
8.9.1.	Alternativas .....	90
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA DURACIÓN ANUNCIOS COMERCIALES, RECONOCIMIENTO, PATROCINIOS Y AUSPICIOS.....	90
8.9.2.	Evaluación.....	91
8.10.	Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Publicidad de alcohol – campaña de prevención.....	94
8.10.1.	Alternativas .....	96
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA PUBLICIDAD DE ALCOHOL – CAMPAÑA PREVENCIÓN.....	96
8.10.2.	Evaluación.....	98
8.11.	Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Publicidad de alcohol - intensidad de la publicidad.....	101
8.11.1.	Alternativas .....	101
	ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA PUBLICIDAD DE ALCOHOL – INTENSIDAD PUBLICIDAD .....	101

8.11.2. Evaluación.....	102
<b>9. SUBTEMÁTICAS A EVALUAR CON ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN NORMATIVA.</b>	<b>104</b>
9.1. Subcanales Digitales .....	104
9.2. Señales codificadas .....	110
9.3. Canales temáticos satelitales.....	115
9.4. Publicidad en canales regionales y locales con ánimo de lucro .....	118
9.5. Publicidad de alcohol – horarios de la publicidad .....	132
9.6. Publicidad de alcohol – Mensaje de advertencia para padres .....	136
9.7. Ajustes en la organización de los capítulos 4, 5, 6 del Título XVI.....	137
9.8. Obligaciones de reportes de información.....	138
9.9. Consecuencias derivadas de la Sentencia del Consejo de Estado.....	142
<b>10. INVITACIÓN PARA LA REMISIÓN DE OBSERVACIONES O SUGERENCIAS A LA PROPUESTA DIVULGADA .....</b>	<b>144</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>145</b>
<b>12. ANEXOS .....</b>	<b>146</b>

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

## 1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con las funciones asignadas por la Ley 1341 de 2009 (modificada por la Ley 1978 de 2019), 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 desarrolló el proyecto de "Compilación y simplificación normativa en materia de televisión", el cual permitió la expedición de la Resolución CRC 6383 del 9 de septiembre 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.

De igual modo, 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".

Posterior a la publicación de la mencionada Hoja de Ruta, la Comisión identificó<sup>5</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

<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.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Documento\\_hoja\\_de\\_ruta\\_de\\_televisi%C3%B3n.pdf](https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Hoja%20de%20ruta%20de%20televisi%C3%B3n%20Documento_hoja_de_ruta_de_televisi%C3%B3n.pdf)

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

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

<sup>5</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.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 5 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

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>6</sup> Esta inclusión, también fue contemplada para la Agenda Regulatoria 2023-2024.

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.

A partir del análisis de las observaciones y propuestas presentadas en la consulta sectorial, 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 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 documento de formulación del problema, 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 cual fue publicado<sup>7</sup> entre el 14 de julio al 4 de agosto de 2023, con el fin de recibir comentarios y observaciones de los grupos de interés.

En dicho documento se identificaron y describieron las causas y posibles consecuencias asociadas a la problemática identificada, esto es “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”. Al respecto, es de resaltar que la mencionada problemática refiere en términos generales al servicio de TV, el cual comprende la provisión de dicho servicio tanto en su modalidad abierta radiodifundida, como en su modalidad cerrada.

Durante el plazo otorgado, la CRC recibió las observaciones sobre el árbol del problema, las cuales permitieron delimitar las situaciones para presentar las alternativas que dan respuesta a la problemática identificada, como también se plantearon problemas que desbordan el alcance del proyecto regulatorio, que se explicitan en el presente documento. De esta manera, entre el 11 de octubre y el 31 de octubre de 2023, se realizó la socialización de las alternativas regulatorias en mesas técnicas con agentes del sector, como también se recibieron comentarios a las alternativas regulatorias, los cuales son analizados en el presente documento.

Así las cosas, de conformidad con lo propuesto en el documento de formulación y acorde con la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN), el presente documento contiene el soporte de la propuesta regulatoria, el cual está organizado en diez capítulos: el capítulo uno corresponde a la presente introducción. En el segundo capítulo se reitera el problema identificado, el cual fue desarrollado de manera detallada en el ya mencionado documento. El capítulo tres precisa el objetivo general y los objetivos específicos. Posteriormente, la sección cuatro detalla los comentarios recibidos

<sup>6</sup>Agenda regulatoria CRC 2022 – 2023, pág. 34. Ver disponible en: <https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/agenda/agenda-regulatoria-crc-2023-2024.pdf>.

<sup>7</sup> CRC (2023). Documento de formulación.

Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/documento-formulacion-problema-revision-condiciones-programacion-publicidad-espacios-institucionales-servicio-television.pdf>.

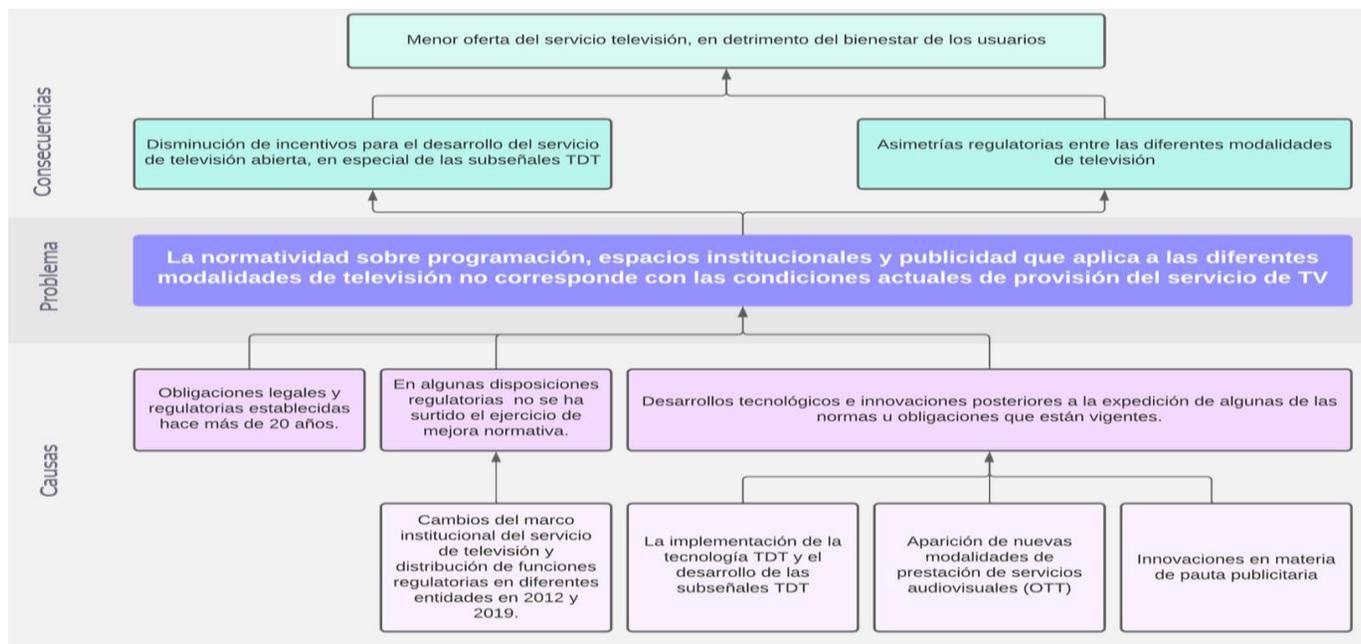
Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 6 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

al documento de formulación del problema y sus respectivas respuestas. El capítulo quinto, detalla las alternativas regulatorias, así como los comentarios y observaciones recibidas en el lapso de interacción con los operadores del servicio de televisión, y su correspondiente impacto respecto a las alternativas planteadas y su enfoque. El sexto acápite enlista las temáticas y subtemáticas ajustadas. La séptima sección explicita la metodología para la evaluación de las alternativas regulatorias planteadas, ya sea con enfoque multicriterio o con enfoque de simplificación normativa. El octavo capítulo aborda cada una de las subtemáticas, por eje temático, susceptibles de ser analizadas con la metodología con análisis multicriterio; para luego en la sección novena identificar aquellas subtemáticas que serán analizadas con enfoque de simplificación normativa. Y finalmente, el capítulo décimo contiene la consulta que se plantea al sector en relación con lo presentado en este documento, así como la bibliografía y los anexos.

## 2. PROBLEMA IDENTIFICADO

A manera de referencia, cabe recordar que en el documento de formulación<sup>8</sup> de este proyecto regulatorio la CRC identificó que el problema que debe ser analizado, en el marco de sus competencias, corresponde a 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"*. A continuación, se presenta el árbol del mencionado problema, identificando sus causas y consecuencias.

**Ilustración 1. Árbol del problema**



Fuente: Elaboración CRC.

<sup>8</sup>CRC (2023). Documento de formulación.

Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/documento-formulacion-problema-revision-condiciones-programacion-publicidad-espacios-institucionales-servicio-televisión.pdf>.

Para acceder a información detallada sobre la evidencia de la problemática y de sus causas y consecuencias se pueden consultar los textos completos en el documento de formulación del problema<sup>9</sup> antes mencionado.

### 3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

Realizada la revisión los antecedentes y el contexto del servicio de televisión, particularmente de las temáticas sobre programación, espacios institucionales y publicidad, habiendo determinado el problema que se presenta en la normatividad vigente en estos aspectos, y en atención a las necesidades manifestadas por los agentes interesados, se definieron los objetivos del proyecto regulatorio para dar solución a la problemática identificada, los cuales vale la pena traer a colación, así:

#### 3.1. Objetivo general

Actualizar las medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales del servicio de televisión (en sus modalidades abierta radiodifundida y cerrada) 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 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. COMENTARIOS RECIBIDOS AL DOCUMENTO DE FORMULACIÓN

Dentro del término indicado por la Comisión se recibieron comentarios y observaciones frente al documento de formulación del problema por parte de los siguientes agentes interesados:

**Tabla 1. Relación de interesados que presentaron comentarios a la formulación del problema**

Razón social	Nombre para referir en adelante	Modalidad de televisión
<b>ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	ASOMEDIOS <sup>10</sup>	Gremio

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> Comentario general relacionado con inquietudes sobre las cifras relacionadas en el documento acerca de la temática de Publicidad, el cual fue atendido en el documento de alternativas regulatorias publicado el 11 de octubre de 2023.

<b>COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A.</b>	CLARO	TV por suscripción
<b>UNE EPM Telecomunicaciones S.A</b>	TIGO	TV por suscripción

Fuente: Elaboración CRC

Teniendo en cuenta lo anterior, en esta sección la Comisión abordará los comentarios formulados en los que los interesados manifiestan no estar de acuerdo, total o parcialmente con lo planteado en el árbol del problema diseñado por la CRC. Para tal propósito, se agruparán los comentarios en aquellos relacionados con **(i)** el problema formulado; **(ii)** las causas; y **(iii)** las consecuencias. Lo anterior, sin perjuicio de la consulta que puede realizar cualquier interesado a los textos completos de cada documento, los cuales se encuentran publicados en la página web de la Comisión<sup>11</sup>.

#### 4.1. Comentarios recibidos sobre el problema formulado

**TIGO** manifiesta que está de acuerdo con el problema identificado. No obstante, considera que el documento publicado presenta un enfoque sobre los servicios de televisión abierta, motivo por el cual solicita que se incluya una revisión de la normativa aplicable sobre los servicios de televisión por suscripción; particularmente, solicita **(i)** la eliminación de la responsabilidad que con ocasión del artículo 16.4.5.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016 sobre ellos recae en materia de control de los operadores de televisión por suscripción frente a la programación de señales de terceros, y **(ii)** la eliminación o modificación de la obligación del artículo 16.4.5.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016 de contar dentro de la parrilla de programación con, como mínimo, cinco (5) canales satelitales de origen nacional, esta última solicitud, con el objetivo de (...) *que se permita dar cumplimiento a dicha obligación a través de otro tipo de tecnologías como opción complementaria a las utilizadas en la actualidad*”.

**CLARO**, si bien está de acuerdo con la problemática planteada, manifiesta que es necesario adoptar Sandbox regulatorios para la realización de ambientes de prueba para verificar el impacto de flexibilizar o anular regulación.

Así mismo, sugiere que se adelante un AIN para evaluar el impacto de las OTT en el sector audiovisual, de modo que se permita equilibrar los operadores tradicionales con los nuevos agentes.

#### Respuesta CRC:

En referencia al comentario de **TIGO** de plantear alternativas regulatorias y analizar la situación de los proveedores del servicio de televisión por suscripción, se debe mencionar que en efecto la revisión planteada tiene por objeto ajustar la normatividad vigente aplicable sobre las diferentes modalidades de televisión, incluyendo la televisión por suscripción; evidencia de ello son las alternativas regulatorias que como se detallará en la sección 5, se formulan en relación con la sugerencia de **TIGO** de modificar las características de los canales temáticos satelitales, de las cuales trata el artículo 16.4.5.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Así mismo, frente a la solicitud de **TIGO** de eliminar la responsabilidad que sobre ellos recae en relación con la programación de señales de terceros, debe mencionarse que el mismo no es acogido toda vez que corresponde tanto a la CRC, como a los operadores del servicio de televisión, velar por el cumplimiento de los fines y principios del servicio público de televisión de los cuales que trata el

<sup>11</sup> Los comentarios recibidos pueden ser consultados en el micrositio del proyecto regulatorio: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-14>

artículo 2 de la Ley 182 de 1995, y cuyo propósito principal es el de *"satisfacer las necesidades sociales del Estado."* Así pues, la disposición cuya eliminación es solicitada por **TIGO** no es sino una manifestación regulatoria de lo ya establecido por el artículo 2 de la Ley 182, motivo por el cual no podría la CRC eliminar los controles establecidos sobre las señales de terceros que son emitidas a través de los operadores de televisión por suscripción.

Ahora bien, con relación al comentario de **CLARO** de adoptar Sandbox regulatorios, debe recordarse que el objetivo del presente proyecto es el de *"Actualizar las medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales (...) 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"*; así pues, toda vez que la presente revisión obedece a la necesidad de actualizar la regulación a las condiciones actuales de provisión del servicio, y no de la revisión de la regulación para incentivar la adopción de servicios o productos de carácter innovador, dicha actualización deberá proceder a través de la modificación del régimen vigente y no a través de la inclusión de mecanismos alternativos de regulación, como lo sugiere **CLARO**. Lo anterior no obsta para que en el marco de los sandbox regulatorios que destina esta Comisión, los interesados alleguen las propuestas que consideren oportunas.

Ahora bien, frente a la sugerencia de evaluar el impacto de las OTT sobre el sector audiovisual, se reitera que no es el objetivo del presente proyecto la revisión de los mercados de televisión vigentes y las dinámicas que pudieran experimentar por concepto de la adopción de las OTT; lo anterior, máxime cuando a la fecha se encuentra en curso el estudio *"Análisis de mercados de Televisión"*<sup>12</sup>, el cual en principio abarcaba el análisis del traslado de la pauta publicitaria a plataformas tecnológicas y su impacto en los medios de comunicación tradicionales, y que ahora contempla el análisis integral tanto de los mercados minoristas como los mayoristas de televisión; así mismo, teniendo en cuenta que la CRC continuamente adelanta estudios específicos en los cuales se analiza el comportamiento de los patrones de consumo y preferencias de los usuarios frente a aplicaciones OTT y su impacto en los servicios de comunicaciones tradicionales<sup>13</sup>.

## 4.2. Comentarios recibidos sobre las causas

**CLARO**, sugiere que se adicione otra causa relacionada con *"(...) la inversión a realizar para realizar ajustes relacionados con implementaciones tecnológicas que resultan de los cambios normativos y la falta de incentivos para realizar dichos ajustes cuando desde la regulación no se tienen en cuenta los limitantes existentes en materia de contenidos publicidad, a título de ejemplo encontramos el uso de publicidad directa en bebidas alcohólicas."*

Adicionalmente, sugiere que se tengan en cuenta las inversiones que se realizan por parte de los operadores en publicidad, así como las restricciones que se tienen vía normativa sobre la misma, afirma que dicha publicidad genera capital que se utiliza en la producción de contenidos audiovisuales, más cuando los mismos pueden obedecer a producción nacional.

<sup>12</sup> Cuyas publicaciones se encuentran disponibles en el micrositio web: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-9>

<sup>13</sup> La CRC ha publicado el estudio *"El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia"* para las vigencias 2018, 2019, 2021 y 2022. Disponibles para consulta web en el portal de datos abiertos: <https://postdata.gov.co/>

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 10 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

### Respuesta CRC:

Sobre este comentario, vale la pena mencionar que si bien no se ha incluido expresamente como una causa la inversión que según **CLARO** se requiere para adoptar la normativa propuesta, la cual debería tener en cuenta los limitantes existentes por ejemplo, en materia de publicidad; sí se observa que los aspectos característicos de dicha propuesta se encuentran contenidos de forma transversal en las demás causas del proyecto según las cuales es necesario adaptar la regulación a las dinámicas de consumo y producción que han surgido como producto de los desarrollos tecnológicos que se han presentado en materia de adopción de las OTT, o en materia de publicidad. Evidencia de ello es que, como se observará en la sección 5 del presente documento, las alternativas regulatorias versan, entre otros aspectos, sobre la modificación de las disposiciones vigentes en materia de publicidad; así mismo, debe resaltarse que la inversión requerida por parte de los PRST para la adopción de dichas alternativas regulatorias, también fue incluida como parte de los criterios de evaluación de alternativas según se detallará en la sección 8.1.

### 4.3. Comentarios recibidos sobre las consecuencias

**CLARO** sugiere adicionar como consecuencia la siguiente: *“Disminución de pauta publicitaria y falta de competitividad en el mercado de audiovisuales por no ser atractivo en el país generar estos contenidos por las altas restricciones”,* afirma que *“(…)las industrias (compañía (sic) que producen bienes/servicios) no invierten en publicidad televisiva por la existencia de muchas restricciones regulatorias, las cuales impiden que se despliegue creatividad en los contenidos a producir”;* resalta la existencia de limitaciones en materia de publicidad directa.

Así mismo, afirma que, en atención a los cambios en los hábitos de consumo del público infantil y adolescente, los cuales afirma que han migrado a otras plataformas, desaparece el objetivo que motivó la creación de normas en materia publicitaria.

Frente a la consecuencia “Asimetrías Regulatorias en las diferentes modalidades de televisión”, **TIGO** solicita que se tengan en cuenta no solo las asimetrías que se presentan frente a las diferentes modalidades de televisión, sino también las asimetrías que se presentan respecto de otros actores del mercado como lo son las OTT.

### Respuesta CRC:

Frente a la solicitud de **CLARO**, es pertinente mencionar que si bien la disminución en pauta publicitaria no fue considerada como una consecuencia de la problemática identificada, toda vez que no se cuenta con los insumos de información o evidencia que demostrara la falta de competitividad en el mercado de audiovisuales a nivel de pauta publicitaria, y que la misma se originara con ocasión de la regulación vigente; si debe mencionarse que desde una perspectiva cualitativa, reconoce la CRC la importancia que tiene la regulación en materia de publicidad sobre los contenidos y estrategias de publicidad tanto por parte de los anunciantes, como sobre los operadores de televisión. En ese sentido, como se detallará en la sección 8.1 del presente documento, el regulador identifica como uno de los criterios de evaluación, el costo de oportunidad en que incurren los operadores para el cumplimiento de la regulación vigente.

Ahora bien, en cuanto a la solicitud de **TIGO** de incluir como consecuencia la existencia de asimetrías regulatorias con respecto a las OTT, debe recordarse que dicha situación fue precisamente reconocida como parte del análisis que adelantó la CRC en el documento de formulación del problema, según el cual se afirmó que *“(…)el crecimiento de los servicios OTT audiovisuales en Colombia (…) a pesar no afectar el consumo de servicios de televisión por parte de las audiencias y de que son servicios*

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 11 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

*complementarios del servicio de televisión por suscripción, podrían tener impacto en las necesidades de los proveedores del servicio de televisión en materia de franjas de programación y pauta publicitaria*<sup>14</sup>.

Dicho lo anterior, también es claro que concurren diferencias existentes entre la naturaleza de los servicios ofrecidos por las OTT y aquellos ofrecidos por los proveedores del servicio de televisión<sup>15</sup>; en ese sentido, la existencia de asimetrías normativas entre dichos servicios termina siendo un síntoma natural de la situación o problemática identificada, y no una consecuencia directa de la no correspondencia entre la normatividad vigente y las condiciones de provisión del servicio de TV. No obstante, es menester informar que, en todo caso, dicha situación será abordada en el presente documento, toda vez que dentro del proceso de evaluación de alternativas se formulan criterios que permiten calificar el desempeño de las mismas frente a la eliminación de la asimetría a la cual refiere el comentario de **TIGO**.

## 5. ALTERNATIVAS REGULATORIAS

A partir del ejercicio de formulación del problema y los objetivos trazados para el presente proyecto regulatorio, así como la consulta realizada entre noviembre y diciembre de 2022, y los comentarios recibidos al documento de formulación del problema, esta Comisión identificó de manera preliminar y planteó al sector, la posibilidad de intervenir tres (3) temáticas que desarrollan los Capítulos 4, 5 y 6 del Título XVI del Resolución CRC 5050 de 2016, las cuales a su vez se dividieron en catorce (14) subtemáticas. Tales ejes temáticos, subtemáticas y alternativas regulatorias pueden ser consultadas en el documento "Alternativas Regulatorias"<sup>16</sup> publicado el 11 de octubre de 2023<sup>17</sup>.

En la presente sección se hace un breve recuento de los ejes temáticos y subtemáticas que fueron sujetos del diseño de alternativas regulatorias, para luego abordar los comentarios y observaciones recibidos respecto del documento de alternativas regulatorias, identificando las modificaciones realizadas sobre el listado preliminar de subtemáticas y alternativas, y de esta manera precisar las que efectivamente serán evaluadas en el marco del presente proyecto regulatorio.

### 5.1. Listado preliminar ejes temáticos y subtemáticas

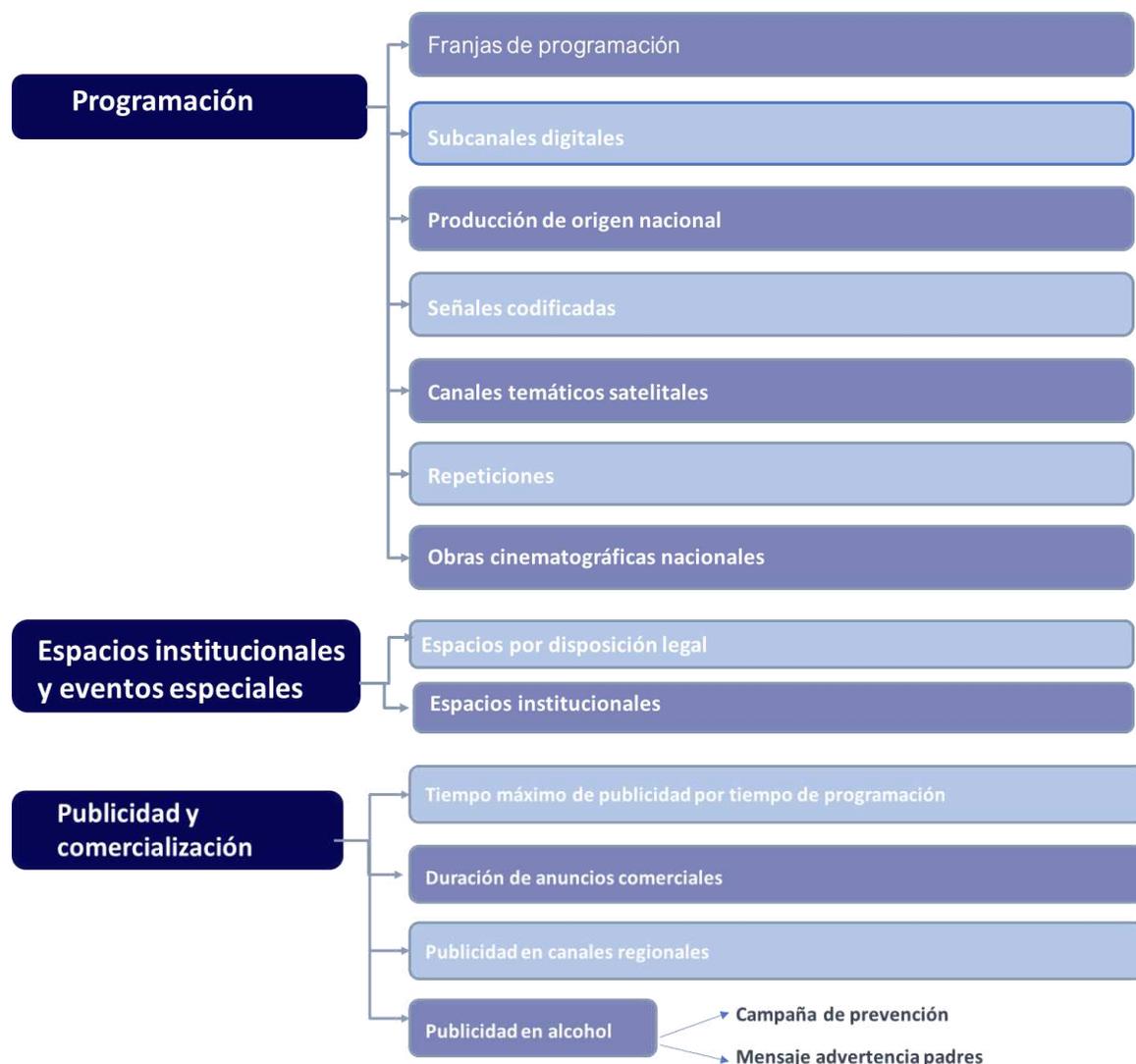
<sup>14</sup> CRC (2023). Documento de Formulación del Problema. "Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión". Disponible para consulta en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/documento-formulacion-problema-revision-condiciones-programacion-publicidad-espacios-institucionales-servicio-television.pdf>

<sup>15</sup> Siendo las más relevantes el medio a través del cual son provistas y la naturaleza de las redes a través de las cuales se accede a los contenidos.

<sup>17</sup>CRC (2023). Documento de alternativas regulatorias. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/Alternativas-proyecto-programacion-publicidad-181023.pdf>.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 12 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 2. Listado de ejes temáticos y subtemáticas**



Fuente: Elaboración CRC

## 5.2. Comentarios recibidos al documento de alternativas regulatorias

Dentro del plazo otorgado para remitir comentarios al documento de Alternativas Regulatorias del presente proyecto, se recibieron respuestas, observaciones y sugerencias de los siguientes agentes<sup>18</sup>:

<sup>18</sup> Se recibieron 4 comentarios extemporáneos de los siguientes operadores: PLURAL COMUNICACIONES SAS – CANAL 1, Canal Capital, Red Intercable Alianza Medios y Asociación Nacional de Proveedores de Servicios de Internet, los cuales pueden ser consultados en el siguiente link: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-14>. Los comentarios que no tiene relación directa con el proyecto regulatorio serán trasladados a las entidades o instancias competentes.

**Tabla 2. Agentes que remitieron oportunamente comentarios al documento de Alternativas Regulatorias**

Razón social	Nombre para referir en adelante	Modalidad de televisión
<b>UNE EPM Telecomunicaciones S.A.</b>	TIGO	TV por suscripción
<b>COMCEL S.A.</b>	CLARO	TV por suscripción
<b>FUNDACIÓN ICTUS</b>	TELEAMIGA	Local sin ánimo de lucro
<b>CARACOL TELEVISIÓN</b>	Caracol TV	TV Abierta
<b>ASOCIACIÓN DE OPERADORES DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES- ASOTIC</b>	ASOTIC	Gremio
<b>Telecaribe Ltda</b>	Telecaribe	TV Regional

Fuente: Elaboración CRC

De la misma manera, se realizaron tres (3) mesas de trabajo<sup>19</sup> con los operadores por modalidad de televisión. Por lo que a continuación, se hace un recuento de las observaciones y respuestas suministradas por estos agentes. Los textos completos se pueden consultar en la página web de la CRC<sup>20</sup>.

### 5.2.1. Comentarios generales

#### ✓ Sobre disminución de cargas regulatorias

**TIGO** manifiesta, en relación con los comentarios remitidos en el documento de formulación del problema, que conoce las limitaciones legales de la CRC de cara a los OTT<sup>21</sup>, y su solicitud se centra en reducir cargas regulatorias, y disminuir asimetrías, para lo cual precisa que la participación del mercado de las plataformas o aplicaciones de contenidos audiovisuales, se ha incrementado, mientras que el servicio de TV decrece, lo que permite concluir que existe un tránsito a la sustituibilidad de servicios.

**CLARO**, indica que es necesario analizar de manera profunda, la irrupción de nuevos agentes, cambios tecnológicos, y la modificación de hábitos de consumo. Adicionalmente, solicita a la CRC que dentro de las alternativas se desregularice y se reduzca las cargas asimétricas entre OTT y operadores tradicionales, debido a que esta regulación no genera un valor agregado al mercado pues lo limita, y ello si está dentro de sus competencias.

<sup>19</sup> Para TV Abierta: el 19 de octubre de 2023. TV por suscripción: el 25 de octubre de 2023. TV Regional, Local y RTVC: el 26 de octubre de 2023. Se programó una mesa de trabajo para TV Comunitaria para el 27 de octubre de 2023, pero ninguno de los convocados asistió.

<sup>20</sup> Para acceder al micrositio de proyecto se puede ingresar la siguiente URL en el navegador de internet: <https://www.crc.com.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-14>

<sup>21</sup> Por sus siglas en inglés de over-the-top.

Complementa su intervención, señalando que las alternativas relacionadas deben estar enfocadas con la desregulación del mercado audiovisual, y la simplificación normativa, nivelando el campo de juego respecto a los operadores tradicionales. Por lo que concluye, que se hace necesario descartar todas las alternativas que contemplen imponer más cargas regulatorias al sector audiovisual, teniendo en cuenta que las implementaciones que deban realizarse de cara a nuevas imposiciones resultan costosas y son inversiones que podrían aprovecharse en la generación e innovación en materia de contenidos.

#### ✓ **Sobre la metodología de Análisis de Impacto Normativo - AIN**

**TIGO**, manifiesta que se publicó una presentación en power point, y que, en su criterio, no tiene el detalle que solicita la metodología de AIN y los principios de publicidad y transparencia. Precisa que no fue citado a la mesa de trabajo anunciada<sup>22</sup>. Sobre este último aspecto, **RED INTERCABLE** solicita una divulgación más eficiente de las mesas de trabajo.

### **5.2.2. Comentarios sobre las alternativas planteadas para el eje temático de Programación**

#### ✓ **Sobre Franjas de programación**

**CLARO** solicita, en primer lugar, revisar las franjas de programación, pues estas pretendían proteger al público menor de edad, pero ha habido un cambio de tendencia y de hábitos de consumo a OTT, por lo que las restricciones en materia de franjas de emisión en televisión resultan inútiles y obsoletas.

De otra parte, **CARACOL TV**, difiere de la interpretación dada por la CRC en cuanto a la base legal de las franjas, para lo cual hace referencia a que la ley solo distingue dos tipos de franjas: todo público y adultos. Considera que la franja infantil y adolescente fue una creación reglamentaria que no está prevista u ordenada en la ley. Y a su juicio, la Ley de Infancia y Adolescencia no establece la creación de franjas, y de hecho es una ley ajena al servicio de televisión.

Propone que se eliminen las franjas infantil y adolescente, y que en su lugar mantener únicamente la división legal de programación todo público y programación de adultos. Así como, establecer estímulos regulatorios para incentivar que el operador por decisión propia pueda programar contenido especializado de carácter infantil y adolescente dentro de la franja de todo público.

Por su parte, **TELEAMIGA**, indica que es necesario establecer unas franjas determinadas de tiempo que compensen la emisión de parrillas y contenidos formativos o incluyentes, para promover la producción de dichos programas que demandan muchos recursos y tiene muy pocas fuentes de financiación, dada la condición actual de las normas y leyes de inclusión en el país.

#### ✓ **Sobre Subcanales Digitales**

**CARACOL TV** manifiesta, que está de acuerdo con la alternativa orientada a flexibilizar la regulación de subcanales digitales y sugiere restringir al mínimo de origen legal las obligaciones del canal principal aplicables de manera expresa a los subcanales de TDT.

Añade que los subcanales digitales no deberían tener cargas ni regulaciones de contenido o programación, y que por lo tanto debe permitirse a los operadores la posibilidad de autorregularse.

<sup>22</sup> Tanto la citación como la reprogramación a la mesa de trabajo fue remitida el 18 y 23 de octubre de 2023, respectivamente, al correo electrónico carlos.tellez@tigo.com.co.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 15 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Sustenta esta afirmación, en que los subcanales fueron concebidos para ser canales ajenos a las cargas del canal principal, cuyo régimen se acercara al de los canales de cable, esto teniendo en cuenta además que dichos canales deben tener mayores facilidades para ser sostenibles, en la medida en que la demanda de dicho mercado no está en aumento. Esta posición fue compartida por **RCN** en mesa de trabajo realizada el 19 de octubre de 2023.

De la misma manera, **CANAL CAPITAL** propone flexibilizar las exigencias e incluir un artículo en el acápite de TDT que indique que las señales especializadas para niños, niñas y adolescentes, no emitan espacios institucionales como el Minuto de Dios, que va en contra del principio de laicidad y neutralidad religiosa.

#### ✓ **Sobre Producción de Origen Nacional**

**CARACOL TV**, explica que los porcentajes de producción nacional son de origen legal y no pueden ser sujeto de modificación. De otra parte, señala que las especificaciones sobre las repeticiones y/o su contabilización fueron eliminadas de la Ley 182 de 1995 y existen solo en la reglamentación, de esta forma, dichas reglas de contabilización deberían ser eliminadas. Enfoque que fue compartido por **RCN** en mesa de trabajo realizada el 19 de octubre de 2023.

Tanto **CARACOL TV**, como **RCN**, resaltan el inmenso valor que tiene la protección legal del contenido nacional y de la capacidad de producción en Colombia.

Por su parte **RED INTERCABLE**, destaca la escasez en la producción nacional para cumplir con la cuota de contenido, dada la poca visibilidad de los canales de producción local, regional o nacional que llegan a las comunidades a través de plataformas como el internet o el satélite. En su criterio, se limita a un pequeño grupo de oferentes, que por su formación y relacionamiento participan de las escasas convocatorias de incentivos a la producción o al acceso de los espacios en la televisión abierta, dejando por fuera a los más de 300 procesos de canales de televisión de producción propia, televisión comunitaria, televisión por suscripción, canales vía streaming, satelitales y locales privados.

#### ✓ **Sobre Señales codificadas**

**TIGO** considera que, la CRC debe optar por la alternativa Statu quo, hasta que se verifique el reporte de usuarios de los operadores de televisión comunitaria, y se establezcan consecuencias para aquellos que no cumplan el límite de usuarios. Para esos casos, solicita se indique que pasan al escenario de los operadores de TV por suscripción.

Complementa su posición, señalando que el incrementar la restricción de las señales codificadas, desfavorece la posición de la TV por suscripción, frente a los prestadores de televisión comunitaria, generándose una falla de mercado.

**ASOTIC**, indica que la modificación del límite o eliminación de la restricción de 7 señales codificadas genera una posible falla de competencia con la TV por suscripción. Adicionalmente, solicita tener en cuenta las limitaciones que existen para los pequeños operadores de TV por suscripción en cuanto a la adquisición de canales que las programadoras venden por paquetes, sin tener en cuenta la necesidad y capacidad del operador.

#### ✓ **Sobre canales temáticos satelitales**

**TIGO, ASOTIC y RED INTERCABLE**, indican que comparten la alternativa de considerar otro tipo de tecnología que no sea necesariamente la satelital. De igual modo, **ASOTIC**, recomienda incluir una

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 16 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

alternativa relacionada con suprimir la obligación de contar o con un canal de producción propia o con 5 canales temáticos satelitales.

#### ✓ **Sobre Repeticiones**

**CARACOL TV** menciona que la reglamentación sobre repeticiones no tiene un fundamento legal por lo que no debe ser materia de compilación, y solicita que sea eliminado el artículo 16.4.3.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, donde fue compilado de manera errónea. Perspectiva fue compartida por **RCN** en mesa de trabajo realizada el 19 de octubre de 2023.

Así las cosas, destaca que las limitantes contenidas en los artículos 16.4.7.1, 16.4.7.2 y 16.4.7.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, deben ser eliminadas del marco regulatorio actual, sin que exista especificación alguna en cuanto a las repeticiones. Esta misma posición, es esgrimida por **RED INTERCABLE**, quien señala que es importante que cada canal determine sus estrategias de estrenos y repeticiones.

#### ✓ **Sobre Obras Cinematográficas nacionales**

**CARACOL TV** indica que la disminución del porcentaje anual de emisión de obras cinematográficas nacionales y aumento de formatos son medidas adecuadas frente a la situación de mercado. Considera que la cuota del 10% es muy alta, e incluso el 5% propuesto puede seguir siendo muy elevado, por lo que sugiere revisar previamente la disponibilidad de obras en el mercado. Posición que fue compartida por **RCN** y **CITY TV** en la mesa de trabajo realizada el 19 de octubre de 2023.

Añade su comentario, señalando que, en todo caso, el porcentaje que se fije debe ser revisado de manera periódica, cuando menos una vez al año teniendo en cuenta el inventario del año anterior y cualquier otro criterio que permita la constatación real del inventario y los comentarios remitidos por los operadores.

De esta manera, ante la falta de inventario se deberían repetir las pocas películas que se hagan al año, a unos costos de licenciamiento muy elevados, precisando, además, que la mayoría de las películas del cine colombiano se enfocan en temáticas sociales que no son aptas para horarios de todo público, infantil o adolescente.

**CANAL CAPITAL** está de acuerdo con disminuir el porcentaje de OCN exigido a los operadores y aclarar la base de cálculo.

### **5.2.3. Comentarios sobre las alternativas planteadas para el eje temático de Espacios Institucionales**

**CARACOL TV**, menciona que entiende que la cantidad total de tiempo utilizado no cambiaría ya que, aún si se habla en cantidad de mensajes, ninguno puede tener una duración mayor de un minuto.

Concluye que, la alternativa No. 3 parece ser la más favorable; sin embargo, si bien se amplía el horario en el cual se pueden asignar espacios, no es clara la disminución frente a las cargas específicas del horario prime de mayor audiencia.

Reitera su solicitud de reducir de manera real los minutos de los horarios de mayor sintonía que deben ser dedicados a espacios institucionales, y sugiere establecer límites de minutos de afectación total

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 17 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

del horario prime y criterios de autorregulación que fijen tiempos mínimos para que los operadores distribuyan a su discreción los espacios institucionales sorteados dentro la franja permitida.

En lo que respecta a la propuesta de unificación de la regulación y eliminación de artículos, a su juicio, resulta útil para tener una mayor claridad de las normas vigentes, quedando claro que no hay otros espacios o reservas adicionales a los 15 minutos establecidos.

Por su parte, **CANAL CAPITAL**, manifiesta que la obligatoriedad de emitir los espacios institucionales de disposición legal para los subcanales digitales debe ser consecuente con formatos y narrativas diseñadas para audiencias infantiles y juveniles -es decir, con un lenguaje audiovisual apropiado para niños, niñas y adolescentes. Ello implicaría que estos contenidos deberían tener versiones producidas para esas audiencias. Y complementa su intervención señalando que los espacios de las cámaras legislativas del Congreso, los partidos políticos, las alocuciones y réplicas para la oposición no deberían ser obligatorios en las subseñales digitales especializadas, en especial aquellas dirigidas a audiencias infantiles y juveniles.

#### 5.2.4. Comentarios sobre las alternativas planteadas para el eje temático de Publicidad y Comercialización

##### ✓ Sobre Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación

**CLARO** sugiere que debe permitirse la publicidad directa en horarios o franjas visibles para los televidentes, debido que no tiene sentido conservar tal restricción cuando las tendencias y gustos de los televidentes se han modificado de acuerdo con las evoluciones tecnológicas o irrupción de plataformas, de este modo se estarían equilibrando cargas regulatorias con nuevos agentes como lo son las OTT. Pide además redefinir los conceptos de publicidad directa e indirecta y los horarios en que pueden transmitirse.

**CANAL CAPITAL** manifiesta ser partidario de la alternativa de unificar en 6 minutos de publicidad o de reconocimientos por cada media hora de programación permitido a Señal Colombia, a la TV Regional y a la TV con ánimo de lucro, y derogar el tope de 5 logotipos por cada media hora de programación en los programas de producción regional.

**TELEAMIGA** solicita que se amplíe el tiempo de los patrocinios y auspicios en formatos autónomos para la emisión de publicidad sólida dentro de estos canales, pues actualmente todos los gastos de funcionamiento, operación, personal, contraprestaciones y emisión corren por cuenta de las donaciones de sus televidentes.

**TELEANTIOQUIA** señala que las alternativas 2 y 3, en las que se unifica a 6 minutos el tiempo de publicidad por cada media hora de programación, siguen siendo una desventaja frente a la TV abierta nacional.

##### ✓ Sobre Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios

**CLARO** considera que la mejor alternativa, dadas las asimetrías a las que está sometido el servicio de televisión, es desregular tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para Señal Colombia, la TV Regional y la TV con ánimo de lucro.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 18 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**TELANTIOQUIA** considera que se debe clasificar la pauta no convencional dentro de la programación para precisar si en esta también aplica la duración máxima, en caso de que esta se mantenga. Afirma también que el tope máximo debería ser de 3 minutos, pues un tiempo mayor sería un infocomercial.

**CANAL CAPITAL** manifiesta ser partidario de unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales y de los reconocimientos en la TV regional y local.

**TELEAMIGA** pide que se amplíe el tiempo de los patrocinios y auspicios en formatos autónomos para la emisión de publicidad sólida dentro de estos canales, pues actualmente todos los gastos de funcionamiento, operación, personal, contraprestaciones y emisión corren por cuenta de las donaciones de sus televidentes.

✓ **Sobre Publicidad en canales regionales**

**CLARO** considera que la mejor alternativa, dadas las asimetrías a las que está sometido el servicio de televisión, es desregular en temas de publicidad para canales públicos y locales.

**CANAL CAPITAL** indica que, en su consideración, la alternativa más conveniente es eliminar las medidas vigentes regulatorias sobre este tema.

✓ **Sobre Publicidad de alcohol**

Sobre el mensaje de advertencia para padres, **CARACOL TV** indica que este no solo obedece a la protección de menores de edad frente a la publicidad de alcohol, sino frente al cambio del contenido de la programación en sí, con contenidos televisivos no aptos para menores de edad. Señala que este tema debe ser estudiado teniendo en cuenta otras plataformas de consumo de contenidos y la asimetría regulatoria persistente.

Indica que la Corte Constitucional señaló que los operadores de televisión abierta no pueden ejercer ningún tipo de control previo frente a la publicidad y están obligados a realizar la emisión de esta, de manera que cualquier verificación de cara al contenido de anuncios de alcohol debe ser dirigido a los anunciantes, sin que los operadores estén hoy en día en capacidad de aplicar controles o asumir cargas adicionales.

**CLARO** considera que la obligación presenta duplicidad, pues la regulación exige que al momento que se realicen comerciales de este tipo, deben advertirse los efectos dañinos del consumo de bebidas alcohólicas, su consumo excesivo, e incluso, sus riesgos.

Solicita desregular la publicidad de alcohol, señalando que mantener la campaña de prevención evidenciaría un exceso de normatividad restrictiva sobre un mismo tema que resulta desproporcionado no solo por doble emisión de contenido, sino porque además debe emitirse el contenido preventivo de manera gratuita, situación que resulta más onerosa para los operadores, quienes no reciben ningún tipo de beneficio y por el contrario pierden pauta.

**CANAL CAPITAL** menciona ser partidario de reducir al 10% del tiempo de emisión de publicidad de alcohol, el tiempo mínimo de la campaña de prevención del alcohol.

### 5.2.5. Comentarios que desbordan el alcance del proyecto regulatorio

Teniendo en cuenta que se recibieron observaciones que desbordan el alcance del presente proyecto regulatorio, bien porque dichas temáticas tienen un abordaje en otro proyecto regulatorio de la

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 19 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Comisión o porque la CRC carece de competencia, se procede a enlistarlas junto con las razones que justifican su exclusión, como subtemática objeto de alternativa regulatoria:

**Tabla 3. Comentarios excluidos de análisis**

Comentario	Operador	Justificación
Solicita modificar la regulación por medio de la cual se asignan frecuencias o canales radioeléctricos a los licenciarios de los canales locales sin ánimo de lucro, que les obliga a hacerlo colectivamente, mediante un múltiplex a título compartido, para que dicha asignación sea individual e independiente.	TELEAMIGA	De conformidad con lo previsto en el artículo 17 de la Ley 1341 de 2009 <sup>23</sup> , modificado por el artículo 13 de la Ley 1978 de 2019 <sup>24</sup> , es de competencia del Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones
Indican que es necesario que la CRC revise las prácticas anticompetitivas que se generan a partir de la suscripción de contratos de exclusividad en materia de publicidad, los cuales resultan contrarios a los principios de buena fe y competencia del sector y no permiten que las casas productoras generen ingresos que permitan la inversión para la producción de contenidos propios nacionales.	CLARO, Canal 1, RED INTERCABLE	En razón al alcance del estudio "Análisis de los mercados de televisión", previsto en la agenda regulatoria de la CRC 2023-2024, respecto de examinar de manera integral tanto los mercados minoristas como los mayoristas de televisión, esta temática está siendo abordada en dicho Estudio.
Recomienda consultar la opinión de las organizaciones de padres de familia y de RedPapaz, para la protección a los menores de edad en el contenido de la televisión en Colombia.	RED INTERCABLE	En razón al alcance del proyecto regulatorio "Actualización de medidas de participación de los televidentes y protección a la niñez y la adolescencia", previsto en la agenda regulatoria de la CRC 2023-2024, respecto de revisar 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, esta temática está siendo abordada en dicho proyecto regulatorio.
Solicita el apoyo por parte del Estado a la creación de medios de comunicación, así como el apoyo para la creación de contenidos vía FUTIC	RED INTERCABLE	De conformidad con lo previsto en el artículo 35 de la Ley 1341 de 2009, es de competencia del Ministerio de Tecnologías de la Información y las comunicaciones

<sup>23</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>24</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)

Comentario	Operador	Justificación
Solicita revisar la Sección II DEFENSOR DEL TELEVIDENTE de la Resolución CRC 6261 de 2021, en cuanto a la obligatoriedad de emisión de este espacio en las subseñales digitales especializadas	Canal Capital	De conformidad con lo previsto en los numerales 25, 26, 27 y 28 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, adicionados por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019, así como el numeral 20.2 del artículo 20 de la Ley 1341 de 2009, es de competencia de la Sesión de Contenidos Audiovisuales y está siendo revisado en el proyecto de <i>Medidas de Protección y participación del televidente, especialmente de niños, niñas y adolescentes</i> . a cargo de dicha Sesión.
<p>Solicita que las ISP sean incluidos como actores del servicio de TV para que puedan transmitir televisión por internet.</p> <p>Solicita que las casas o cadenas de distribución de señales que creen subcanales digitales deban <b>“entregar uno de ellos de forma gratuita para ser transmitido junto con la televisión pública”</b>, para que el ciudadano que no cuente con TV por suscripción pueda contar con una parrilla de televisión.</p>	Asociación Nacional de Proveedores de Servicio de Internet	<p>La prestación de video por internet no corresponde a la definición de servicio de televisión presente en la Ley 182 de 1995. Además, de conformidad con la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, todo ISP que se acoja a la habilitación general puede prestar servicios de televisión, siempre en los términos de la Ley 182 de 1995.</p> <p>En relación con la solicitud de los subcanales digitales, 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. En principio no se considera apropiado formular la obligatoriedad de la entrega de una subseñal digital a operadores de TV cerrada, ya que al no ser obligatorio que los operadores tengan subseñales, este tipo de norma pondría en desventaja a los que sí las tengan, En cuanto a la transmisión de estas señales por internet, al no tener la CRC competencia sobre dichas plataformas, no es posible generar ninguna disposición regulatoria en ese sentido, pero se recuerda que quien suministre contenidos audiovisuales por internet tiene la posibilidad de adquirir al operador abierto la señal que considere.</p>

Fuente: Elaboración CRC

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 21 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

### 5.3. Subtemáticas excluidas para evaluación

Dentro del proceso de estructuración de alternativas regulatorias, se realizó un análisis jurídico y técnico; para ello se identificó para cada subtemática el marco normativo, ya sea legal o regulatorio, y desde allí se pudo evidenciar las limitaciones legales que sustentan la exclusión de los siguientes tópicos, por las razones que se exponen a continuación:

**Producción de origen Nacional:** En lo que respecta a esta subtemática, el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, el cual fue modificado por el artículo 4 de la Ley 335 de 1996, luego por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001, y posteriormente por el artículo 21 de la Ley 1520 de 2012, dispone la cuota de producción nacional, por canal nacional o regional o local, estableciendo los horarios para su cumplimiento y un % mínimo trimestral. La disposición legal, sujeta de varias modificaciones, puede resumirse en la siguiente tabla:

**Tabla 4. Porcentajes y horarios producción de origen nacional**

<b>Canales Nacionales</b>	De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A)	70% de la programación será producción nacional En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 30% en los siguientes horarios: – De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A). – De las 22:30 horas a las 24:00 horas. – De las 10:00 horas a las 19:00 horas.
	De las 22:30 horas a las 24:00 horas	50% de la programación será producción nacional
	De las 00:00 horas a las 10:00 horas	100% de la programación será libre.
	De las 10:00 horas a las 19:00 horas	50% de la programación será producción nacional
<b>Canales regionales y estaciones locales</b>		Programación de producción nacional deberá ser el 50% de la programación total

Fuente: Elaboración CRC

De la misma manera, en la mentada disposición legal, se establecieron las definiciones de producción nacional<sup>25</sup> y coproducción<sup>26</sup>, las cuales fueron derogadas por el artículo 21 de la Ley 1520 de 2012.

Desde la perspectiva regulatoria, el artículo 16.4.1.12 de la Resolución CRC 5050 de 2016 hace referencia a la contabilización de los porcentajes de producción nacional y extranjera para la Televisión Abierta; de la misma manera, el artículo 16.1.5.5 del mismo cuerpo regulatorio, establece como obligación para la televisión local sin ánimo de lucro, el cumplimiento de dichos porcentajes, y a su

<sup>25</sup> Se entiende por producciones de origen nacional los programas de cualquier género, realizados en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano. La participación de artistas extranjeros se permitirá siempre y cuando la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos. La Comisión Nacional de Televisión reglamentará el porcentaje máximo de personas extranjeras que puedan participar en los programas dramatizados, para efectos de considerarlo producción nacional.

<sup>26</sup> Se entenderá por coproducción, aquella en donde la participación nacional en las áreas artística y técnica no sea inferior a la de cualquier otro país. El incumplimiento de estas obligaciones dará lugar a la imposición de sanciones por parte de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), que según la gravedad y reincidencia pueden consistir en la suspensión del servicio por un período de tres (3) a seis (6) meses a la declaratoria de caducidad de la concesión respectiva sin perjuicio de las acciones judiciales a que haya lugar y del incumplimiento de la norma y principios del debido proceso.

vez el artículo 16.4.4.1., señala que dentro de los porcentajes de producción nacional, mínimo el 20% debe corresponder a programación nacional de producción propia.

Así las cosas, y considerando las restricciones de orden legal que de manera precedente se expusieron, en donde los porcentajes fijados son de orden legal, no es viable la estructuración de alternativas regulatorias, que permitan solventar la problemática identificada, la cual consistió en que el porcentaje de programación de producción nacional es alto, considerando además que no hay suficientes obras, sumado esto a las limitaciones en repeticiones. Debe resaltarse que la identificación de la problemática se sustentó en la consulta sectorial realizada entre noviembre y diciembre de 2022, tal y como se resumió en el Anexo No. 1 del documento de formulación de la problemática<sup>27</sup>.

#### 5.4. Nuevas subtemáticas incluidas para evaluación

En atención a que dentro de las observaciones y comentarios que se recibieron respecto del documento de Alternativas Regulatorias algunos agentes plantearon, entre otros aspectos, la necesidad de que se revisaran otras medidas relacionadas con la publicidad de alcohol como son la clasificación de esta, los horarios en que se puede transmitir y su intensidad, esta Comisión evaluó la pertinencia de abordar tales propuestas dentro del presente proyecto regulatorio.

Lo primero que se debe destacar es que **CLARO** señala que las restricciones sobre publicidad de bebidas alcohólicas son desiguales comparadas con otros medios. Respecto de los tipos de publicidad (indirecta, directa y promocional), sugiere que se permita la publicidad directa en horarios o franjas visibles para los televidentes, debido que no tiene sentido conservar tal restricción cuando las tendencias y gustos de los televidentes se han modificado de acuerdo con la evoluciones tecnológicas o irrupción de plataformas, de este modo se estaría equilibrando cargas regulatorias con nuevos agentes como lo son las OTT. Precisa que se debe redefinir los conceptos de publicidad directa e indirecta y los horarios en que pueden transmitirse.

**TELEANTIOQUIA** indica que se debe evaluar la eliminación de la clasificación de la publicidad de alcohol, señala que hoy en día no es necesaria dadas las alternativas de medios para pautar.

Por su parte **CARACOL TV** manifiesta que deben ser verificados y ajustados los horarios permitidos para la publicidad de alcohol, teniendo en cuenta que la franja de programación apta por todo público termina a las 21:30. Señala que *“las restricciones de publicidad indirecta no pueden extenderse hasta las 22:00 horas, más aún cuando dicho horario fue ya reiterado y que recientemente el Consejo de Estado eliminó la publicidad como parte de la programación de televisión”*.

**CARACOL TV** también señala que se debe eliminar la restricción de un minuto de publicidad de alcohol por cada media de hora de programación, menciona que esto restringe la administración de la pauta para todos los operadores. Por su parte **TELEANTIOQUIA** plantea que el tiempo máximo de publicidad por cada media hora de programación se puede adecuar a 3 minutos, pero no debe ser superior a esta cifra dado que la publicidad con un tiempo superior se podría catalogar informativo comercial (esto en caso de que la duración de los comerciales no tenga limite).

<sup>27</sup> *“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 (...)”*.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 23 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Con respecto a este grupo de propuestas es pertinente señalar que la clasificación de la publicidad de alcohol establecida en el artículo 16.5.4.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, así como la prohibición de la publicidad de directa que se indica en el artículo 16.5.4.4 de la misma norma, son medidas que se fundamentan en lineamientos de orden legal para prevención del consumo abusivo de alcohol y por tanto, cualquier modificación de estas medidas debe ser analizada a la luz del contenido de la publicidad y los riesgos que representa para la salud pública, lo cual excede el alcance del presente proyecto regulatorio. En todo caso, en lo referente al fallo del Consejo de Estado del 16 de marzo de 2023, mencionado por **CARACOL TV**, se precisa que en la sección 9.9 del presente documento se realiza el análisis de las implicaciones que tiene este en las temáticas y subtemáticas que abarca el presente proyecto.

Por otra parte, las temáticas relacionadas con la intensidad de la publicidad de bebidas con contenido alcohólico y los horarios en que pueden ser transmitida la publicidad promocional e indirecta corresponden a aspectos que han sido analizados dentro de la revisión de la regulación que aplica a la publicidad en general.

Una vez aclarado lo anterior, se identificó la pertinencia de incluir las siguientes subtemáticas del **eje temático de Publicidad**:

**(i) Publicidad de alcohol – intensidad de la publicidad:** Teniendo en cuenta la asimetría regulatoria que presenta la TV abierta frente otros medios de pauta publicitaria y la desventaja que puede representar para los canales de televisión, se analizará la sub temática de intensidad de la publicidad, con el fin de evaluar la posibilidad de flexibilizar o desregular la restricción del tiempo máximo de publicidad de alcohol por cada media hora de programación establecida en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En este caso, de acuerdo con la propuesta recibidas, se tendrán como alternativas, además del statu quo, por una parte, la ampliación de un (1) minuto a tres (3) minutos dicho tope máximo de tiempo y por otra, la eliminación de la restricción regulatoria.

**(ii) Publicidad de alcohol –horarios de la publicidad:** A partir de las manifestaciones de la necesidad de revisar la restricción de los horarios para la transmisión de publicidad de alcohol con el fin de flexibilizarla o unificarla para los diferentes tipos publicidad que señala el artículo 16.5.4.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, la CRC ha considerado pertinente adelantar la revisión de esta sub temática con un enfoque de simplificación normativa con fin de ofrecer mayor claridad de la medida regulatoria y facilitar su aplicación y control.

De igual modo, y considerando los comentarios del sector, los cuales evidenciaron la necesidad de reducir la duración y cantidad de los espacios institucionales; y en concomitancia con los análisis que esta Comisión realizó de los mismos, se identificó la pertinencia de subdividir el **eje temático de Espacios Institucionales**, en dos (2) subtemáticas, ajustando sus denominaciones:

**(i) Franjas de emisión de espacios institucionales:** En la cual se evaluará la posibilidad de desconcentrar los espacios institucionales de las horas de más alta audiencia, ya sea, a través de la ampliación de las franjas en las cuales pueden emitir espacios institucionales, o a través de la modificación de la cantidad de espacios institucionales que se pueden emitir en los horarios habilitados.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 24 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- (ii) **Duración espacios institucionales:** En la cual se evaluará la posibilidad de introducir en la regulación una disposición que limite la duración máxima de los espacios institucionales que deben emitir los operadores. En todo caso, dicha disposición no resultaría aplicable a los espacios institucionales especiales.

## 6. LISTADO AJUSTADO DE EJES TEMÁTICOS Y SUBTEMÁTICAS

Así las cosas, de las catorce (14) subtemáticas a ser abordadas en esta propuesta regulatoria, las cuales fueron listadas en la sección 5.1. de este documento con el fin de contribuir a dar solución al problema identificado de manera integral, y realizando los ajustes mencionados en los acápite 5.3 y 5.4 los cuales consisten en adicionar dos (2) subtemáticas del eje temático de publicidad, y eliminar la subtemática de producción de origen nacional del eje temático de programación, el resultado arroja quince (15) subtemáticas, de las cuales nueve (9) se evalúan mediante la metodología de Análisis Multicriterio y seis (6) son analizadas mediante el enfoque de simplificación normativa (Ver Secciones 8 y 9 de este documento).

**Tabla 5. Listado ajustado de ejes temáticos y subtemáticas**

Metodología de evaluación	Programación	Espacios institucionales y eventos especiales	Publicidad y comercialización
<b>Multicriterio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Franjas de Programación</li> <li>▪ Repeticiones</li> <li>▪ Obras cinematográficas nacionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Franjas de emisión de espacios institucionales</li> <li>▪ Duración de espacios institucionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación</li> <li>▪ Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios</li> <li>▪ Publicidad de alcohol:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de prevención</li> <li>• Intensidad de la publicidad</li> </ul> </li> </ul>
<b>Enfoque de simplificación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Subcanales digitales</li> <li>▪ Canales temáticos satelitales</li> <li>▪ Señales codificadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eventos especiales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad en canales regionales y locales con ánimo de lucro</li> <li>▪ Publicidad de alcohol               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Horarios de la publicidad</li> <li>• Mensaje de advertencia para padres o adultos</li> </ul> </li> </ul>

Fuente: Elaboración CRC

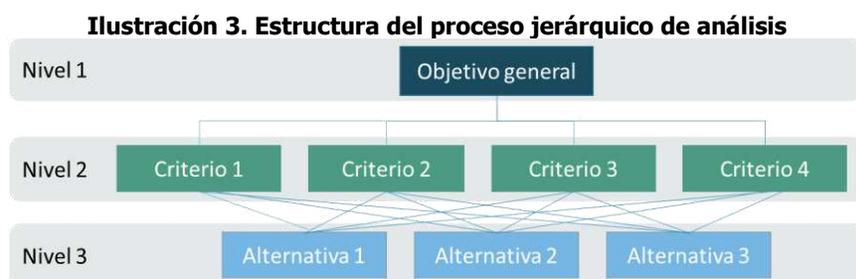
## 7. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

### 7.1. Enfoque de evaluación de alternativas mediante metodología AIN y la herramienta de análisis multicriterio

El proceso de AIN requiere del uso de una metodología que permita analizar los impactos potenciales de las alternativas propuestas para resolver el problema o problemas identificados. Este tipo de análisis parte del reconocimiento de que los problemas a ser estudiados son complejos, debido a que para llevar a cabo un examen integral debe considerarse una gran variedad de aspectos tanto cuantitativos como cualitativos y que, principalmente estos últimos, abarcan elementos que no siempre es posible medir con exactitud plena. Este tipo de análisis permite incluir todos estos aspectos a la hora de valorar las diferentes soluciones que fueron propuestas para resolver el problema identificado.

Vale la pena mencionar que el análisis multicriterio es una de las metodologías más usadas en la evaluación de políticas públicas y en los procesos de toma de decisiones<sup>28</sup>. La posibilidad de incluir dentro de los criterios, simultáneamente, tanto aspectos cuantificables, como aspectos no cuantificables, requiere un grado de análisis detallado y riguroso que considere tanto los intereses de los diferentes agentes que tengan injerencia sobre las temáticas y subtemáticas de estudio, como las consecuencias directas e indirectas que posiblemente surjan de la aplicación de las diferentes medidas.

En el desarrollo del análisis multicriterio existen diversas técnicas de estimación, siendo el Proceso de Análisis Jerárquico (AHP por sus siglas en inglés) una de las más usadas en la literatura<sup>29</sup>. Esta metodología, desarrollada por Saaty (1977-1980), parte de la descomposición de la temática, subtemática o problemática a analizar, en un esquema jerárquico como el que se describe en la Ilustración 3. Así, el primer nivel del problema corresponde al objetivo principal de la decisión; el segundo nivel representa los criterios frente a los cuales se van a evaluar las alternativas o soluciones para lograr el objetivo, los cuales, cabe mencionar, pueden a su vez componerse de subcriterios; y el último nivel representa las alternativas que serán sujetas a evaluación.



Fuente: Elaboración CRC, con base en ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. Multi-Criteria Decision Analysis. Methods and Software. 2013. El nivel 2 puede descomponerse en varios subniveles dependiendo de la cantidad de subcriterios que compongan el criterio.

<sup>28</sup> DEAN, Marco. Multi-criteria analysis. En: Advances in Transport Policy and Planning [En Línea]. Vol 6. 2020. Niek Mouter. p. 165-224. ISBN 9780128208212. Disponible en: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2543000920300147>>

<sup>29</sup> DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT: LONDON. Communities and Local Government. Multi-criteria analysis: a manual [En Línea]. Londres: 2009., 168 pp. ISBN: 978-1-4098-1023-0. Disponible en: <[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/191506/Multicrisis\\_analysis\\_a\\_manual.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/191506/Multicrisis_analysis_a_manual.pdf)>

La técnica del AHP busca construir, mediante un proceso analítico, una representación de la “curva de utilidad de los criterios y alternativas”<sup>30</sup>. Esta técnica se basa en las leyes de la psicofísica para establecer escalas de evaluación relativas<sup>31</sup>, a partir de comparaciones directas, segmentando el análisis por pares, para determinar los grados de preferencia mediante un proceso matemático<sup>32</sup>. Esta metodología, además, permite evaluar las alternativas a la luz de criterios que no tengan ningún grado de preferencia previa al análisis, buscando minimizar sesgos de percepción o prejuicio.

De acuerdo con el Departamento para Comunidades y Gobierno Local del Reino Unido<sup>33</sup>, la implementación de un análisis multicriterio debe cumplir las siguientes fases:

- i. Descripción del contexto de decisión, identificando el problema, los objetivos generales y específicos y los agentes involucrados.
- ii. Identificación y desarrollo de las alternativas de solución al problema establecido.
- iii. Identificación de los criterios y subcriterios.
- iv. Construcción de la matriz de comparación entre criterios de evaluación para establecer su importancia relativa con el fin de generar sus respectivos ponderadores.
- v. Valoración de la consistencia de los resultados encontrados en la matriz de ponderadores.
- vi. Evaluación del desempeño de las alternativas de solución para cada uno de los criterios establecidos, para posteriormente calcular el desempeño general de la alternativa con base en los ponderadores establecidos.
- vii. Presentación y análisis de los resultados.

En desarrollo de estas fases, se tiene que, una vez identificado el problema, definidas las alternativas para dar solución al mismo y establecidos los criterios de evaluación, procede definir la importancia relativa de los criterios de evaluación. Para ello, se utiliza la escala propuesta por Saaty<sup>34</sup>, que permite obtener una matriz de preferencias reveladas, la cual es normalizada usando las reglas del proceso de análisis jerárquico. La escala que se utilizó para comparar los criterios se presenta en la Tabla 6.

<sup>30</sup> ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. Multi-Criteria Decision Analysis. Methods and Software: Wiley, 2013. ISBN: 978-1-119-97707-9

<sup>31</sup> DOLDÁN, Félix. Métodos de decisión basados en criterios cualitativos: una comparación entre los métodos AHP y REMBRANT. 1999. Universidad de La Coruña.

<sup>32</sup> SAATY, Thomas L. Relative measurement and its generalization in decision making why pairwise comparisons are central in mathematics for the measurement of intangible factors the analytic hierarchy/network process [en línea]. En: RACSAM - Revista de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales. Serie A. Matemáticas. RACSAM, septiembre de 2008. vol. 102, no 2. pp 251-318. Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF03191825>

<sup>33</sup> DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT: LONDON. Op. Cit., p. 50.

<sup>34</sup> SAATY, Thomas L. Relative measurement and its generalization in decision making why pairwise comparisons are central in mathematics for the measurement of intangible factors the analytic hierarchy/network process [en línea]. En: RACSAM - Revista de la Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales. Serie A. Matemáticas. RACSAM, septiembre de 2008. Vol. 102, no 2. pp 251-318. [Consultado el 13 de mayo de 2020]. Disponible en: <https://rac.es/ficheros/doc/00576.PDF>

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 27 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Tabla 6. Escala de Saaty para la evaluación relativa de criterios**

(¿Cuál es la importancia relativa del criterio X respecto del criterio Y?)

Importancia Relativa	Valor	Interpretación
Igual importancia	1	Al comparar un elemento con otro, no hay diferencia entre ellos.
Importancia moderada	3	Al comparar un elemento con otro, el primero es ligeramente más importante o preferido que el segundo.
Importancia fuerte	5	Al comparar un elemento con otro, el primero se considera más importante o preferido que el segundo.
Importancia muy fuerte	7	Al comparar un elemento con otro, el primero se considera mucho más importante o preferido que el segundo.
Extrema importancia	9	Al comparar un elemento con otro, el primero se considera absoluta o extremadamente más importante que el segundo.
Son valores intermedios	2,4,6,8	
Valores inversos de comparación	(1, 1/3, 1/5, 1/7, 1/9)	

Fuente: Elaboración CRC con base en Saaty (2008).

Para normalizar la matriz se divide cada celda sobre el total de la suma de su respectiva columna de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$PRC_{i,j} = \frac{C_{i,j}}{\sum_{i=1}^n C_{i,j}}$$

Donde:

$PRC_{i,j}$ : Porcentaje relativo del criterio  $i$  y sobre el criterio  $j$

$C_{i,j}$ : Puntaje obtenido del criterio  $i$  sobre el criterio  $j$  según la escala de Saaty

$\sum_{i=1}^n C_{i,j}$ : Sumatoria de los puntajes de obtenidos en el criterio de la columna  $j$

$n$  = el número de criterios

**Tabla 7. Estructura de matriz de comparación de criterios**

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio n
Criterio 1	$C_{1,1}$	$C_{1,2}$	$C_{1,3}$	$C_{1,n}$
Criterio 2	$C_{2,1}$	$C_{2,2}$	$C_{2,3}$	$C_{2,n}$
Criterio 3	$C_{3,1}$	$C_{3,2}$	$C_{3,3}$	$C_{3,n}$
Criterio n	$C_{n,1}$	$C_{n,2}$	$C_{n,3}$	$C_{n,n}$
	$\sum_{i=1}^n C_{i,1}$	$\sum_{i=1}^n C_{i,2}$	$\sum_{i=1}^n C_{i,3}$	$\sum_{i=1}^n C_{i,n}$

Fuente: Elaboración CRC

Después del cálculo de los porcentajes para cada una de las alternativas, se establecen los promedios aritméticos en cada una de las filas de la matriz, dando como resultado el ponderador de los criterios respectivos, así:

$$w_i = \frac{\sum_{j=1}^n PRC_{i,j}}{n}$$

Donde:

$w_i$ : ponderador del criterio  $i$

$\sum_{j=1}^n PRC_{i,j}$ : sumatoria del porcentaje relativo para el criterio  $i$

**Tabla 8. Matriz de criterios normalizada y cálculo de ponderador**

	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio n	$w_i$
Criterio 1	$PRC_{1,1}$	$PRC_{1,2}$	$PRC_{1,3}$	$PRC_{1,n}$	$w_1 = \frac{\sum_{j=1}^n PRC_{1,j}}{n}$
Criterio 2	$PRC_{2,1}$	$PRC_{2,2}$	$PRC_{2,3}$	$PRC_{2,n}$	$w_2$
Criterio 3	$PRC_{3,1}$	$PRC_{3,2}$	$PRC_{3,3}$	$PRC_{3,n}$	$w_3$
Criterio n	$PRC_{n,1}$	$PRC_{n,2}$	$PRC_{n,3}$	$PRC_{n,n}$	$w_n$

Fuente: Elaboración CRC

De esta forma, se obtiene el ponderador  $w$  de cada uno de los criterios. Para verificar que la evaluación de criterios es consistente, y que el cálculo de los ponderadores es adecuado, se debe realizar una prueba de consistencia. Nótese, por ejemplo, que la asignación de puntajes en la escala de criterios indica a simple vista que el criterio más importante es el criterio 1, seguido del 2, luego el 3, y finalmente el criterio 4 es el menos importante.

Para verificar esta consistencia de manera objetiva, primero se calcula el valor de referencia  $\lambda$ , equivalente a

$$\lambda = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{\sum_{j=1}^n PRC_{i,j} * w_j}{w_i}$$

Con este valor, se calcula el índice de consistencia, equivalente a:

$$IC = \frac{\lambda - n}{n - 1}$$

Luego se calcula el valor de referencia de la prueba de consistencia  $PR$ :

$$PC = \frac{IC}{IR}$$

Donde  $IR$  corresponde al "Random Index"; parámetro que depende del número de criterios, y que determina el tamaño de la matriz, de acuerdo con la siguiente tabla:

**Tabla 9. Random Index según número de criterios**

Número de criterios	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Random Index	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49

Fuente: Elaboración CRC con base en Saaty (2008).

Si el valor  $PC$  es menor a 0,1, la asignación de puntajes y resultante asignación de pesos es consistente.

Así las cosas, a efectos de realizar la evaluación de las alternativas planteadas frente a nueve (9) de las situaciones problemáticas identificadas en el presente proyecto regulatorio se utilizó la metodología de Análisis Multicriterio descripta<sup>35</sup>. En la Sección 8 del presente documento se presentan los resultados

<sup>35</sup> Es importante precisar que las alternativas regulatorias de las subtemáticas relacionadas con subcanales digitales, señales codificadas, canales temáticos satelitales, publicidad en canales regionales y locales con ánimo de lucro, publicidad de alcohol – mensaje advertencia de los padres y publicidad de alcohol – horarios de la publicidad y eventos especiales, se evalúan con un enfoque de simplificación normativa, debido a que el número de alternativas propuestas es insuficiente para aplicar las metodologías de análisis multicriterio.

obtenidos en cada una de las fases del procedimiento de esta metodología de análisis aplicada a los ejes temáticos evaluados mediante esa metodología.

## 7.2. Enfoque de simplificación normativa

De acuerdo con la “Política de Mejora Regulatoria” de la CRC<sup>36</sup> y los documentos desarrollados por el DNP al respecto<sup>37</sup>, reconociendo que las dinámicas de los mercados que se regulan exigen que el ejercicio de simplificación sea constante e integral, la Comisión estableció el enfoque de simplificación como un pilar de la mejora regulatoria de aplicación constante, que tiene como finalidad contar con un marco regulatorio dinámico, sencillo, que goce de lenguaje claro y que reconozca que hace parte de un marco normativo sectorial, así como que, si bien la regulación genera costos y cargas administrativas, debe buscarse que estos no sean excesivos.

De esta manera, este enfoque de simplificación no se refiere únicamente a la reducción o eliminación de regulación, sino que es un concepto más amplio que incluye mejoras en los procesos de interacción con los sujetos de la regulación y de estos con sus usuarios, así como la optimización, digitalización y automatización de los trámites que se requieran con el fin de reducir los costos que estos puedan generar. Así las cosas, el pilar de simplificación regulatoria se materializa durante el diseño y desarrollo de la regulación de carácter general, mediante la revisión integral de las temáticas regulatorias que se revisan en los proyectos que se llevan a cabo en la CRC, con el fin de identificar si en al menos una de las medidas sujetas a revisión se cumple alguno de los siguientes criterios:

1. Evolución del mercado
2. Evolución tecnológica
3. Duplicidad normativa
4. Transitoriedad

En este sentido, si se materializa al menos uno de los cuatro criterios antes descritos en los artículos de la Resolución CRC 5050 de 2016 que son sujetos de revisión, estos serán candidatos a ser simplificados, siempre y cuando su derogación no colisione con mandatos constitucionales, legales, o lineamientos de política pública que se encuentren vigentes.

En la Sección 9 del presente documento se presentan los análisis y resultados obtenidos en las seis (6) subtemáticas analizadas mediante el enfoque de simplificación normativa, con aquellos aspectos que con el fin de ofrecer mayor claridad de la medida regulatoria y facilitar su aplicación y control, deben ser modificados.

## 8. SUBTEMÁTICAS A EVALUAR CON ANÁLISIS MULTICRITERIO

### 8.1. Descripción de criterios y subcriterios

Teniendo en cuenta el problema identificado en el documento de “*Alternativas Regulatorias*”, publicado por la Comisión el 11 de octubre de 2023, se realizaron los ejercicios de construcción de criterios y

<sup>36</sup> CRC (2022). Política de mejora regulatoria. Disponible en:

<https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf>

<sup>37</sup> DNP (2016). Guía Metodológica de Análisis de Impacto Normativo. Disponible en: <https://bit.ly/2RSQRII> y DNP (2014). Consejo Nacional de Política Económica y Social – CONPES. Documento CONPES 3816 Mejora Normativa: Análisis de Impacto. Disponible en: <https://bit.ly/3SmXIu9>.

<https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf>

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 30 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

subcriterios por medio de los cuales se efectuó la evaluación del desempeño de las diferentes subtemáticas, con sus respectivas alternativas de solución propuestas. A partir del análisis realizado, se identificó un conjunto de cinco (5) criterios, cada uno de ellos con un número de subcriterios que oscila entre uno (1) y cuatro (4) según la complejidad del mismo, tal como se muestra a continuación:

**Ilustración 4. Estructura de criterios y subcriterios para la evaluación de las alternativas**



Fuente: Elaboración CRC

La definición de cada uno de los subcriterios está dada de la siguiente manera:

**8.1.1 Criterio 1: Actualidad**

Subcriterio 1.1: Correspondencia con el dinamismo del consumo.	Permite que los operadores ubiquen programación y publicidad de forma más acorde a las dinámicas actuales de consumo en términos de nicho de audiencia (adulto, adolescente, infantil y familiar) y horarios efectivos de consumo de televisión.
Subcriterio 1.2: Correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición.	Permite a los operadores programar de una manera más acorde con las dinámicas actuales de producción nacional de contenidos generalistas, producción de contenidos temáticos o disponibilidad de obras cinematográficas nacionales.
Subcriterio 1.3: Cambios y desarrollos tecnológicos	Promueve que los operadores aprovechen, en sus dinámicas de programación y publicidad, los cambios e innovaciones derivados de los cambios tecnológicos, tales como nuevos formatos de publicidad, nuevas estrategias de difusión, nuevas formas de transmisión, entre otras.

**8.1.2 Criterio 2: Racionalidad normativa**

Subcriterio 2.1: Desuso y decaimiento	Reconoce las normas cuya aplicación resulta difícil o imposible en atención a la actualidad normativa, económica o tecnológica del país. Dentro de este grupo se incluyen las normas conocidas como anacrónicas.
---------------------------------------	--

### **8.1.3 Criterio 3: Simplicidad Normativa**

Subcriterio 3.1. Claridad en la consulta e interpretación	Permite que tanto operadores como otros grupos de valor del sector consulten con facilidad la norma y la entiendan con la mayor claridad, sin duplicidades y sin espacio a interpretaciones erróneas que puedan generar perjuicios para algún actor.
Subcriterio 3.2. Complejidad de adopción por parte de los operadores	Fácil implementación por parte de los operadores, con alta viabilidad.
Subcriterio 3.3 Complejidad de vigilancia y control	Facilita al Regulador y a las demás autoridades competentes la vigilancia y control de la medida.
Subcriterio 3.4. Costos de producción	Reduce costos excesivos al regulador y a otras entidades estatales en la producción y programación de mensajes institucionales

### **8.1.4 Criterio 4: Competencia**

Subcriterio 4.1. Asimetrías entre modalidades reguladas	Afecta especialmente a una o algunas modalidades de televisión sin una justificación basada en las características inherentes de la modalidad.
Subcriterio 4.2. Asimetrías con no regulados	Aumenta las desventajas competitivas para la televisión respecto a otros servicios audiovisuales no regulados que pueden llegar a las mismas audiencias.
Subcriterio 4.3. Costo de oportunidad	Facilita a los operadores ubicar pauta publicitaria y minimizar la fuga de audiencia causada por la emisión de otros tipos de mensajes

### **8.1.5 Criterio 5: Incentivos**

Subcriterio 5.1. Protección a la industria nacional	Genera incentivos para que los operadores generen o adquieran más contenidos televisivos nacionales para su emisión
Subcriterio 5.2. Incentivo a la oferta televisiva	Promueve que se generen más opciones de programación televisiva, tales como subcanales digitales temáticos o nuevas franjas de programación con nichos específicos.
Subcriterio 5.3: Fines superiores	Genera valor a los fines superiores de orden legal y constitucional: propósito de las comunidades organizadas, protección de audiencias ante el exceso de publicidad; información de interés público a las audiencias, protección de niños, niñas y adolescentes.

## **8.2. Subtemáticas a evaluar con aplicación de la metodología multicriterio**

De acuerdo con lo expuesto en la sección 6 de este documento, se identificaron nueve (9) diferentes subtemáticas a ser abordadas a través de la metodología AIN con el fin de dar solución a las problemáticas identificadas, particularmente utilizando la herramienta de Análisis Multicriterio. Para cada una de las subtemáticas se desarrolla la descripción de la situación problemática, la justificación de la necesidad de la intervención regulatoria, las alternativas regulatorias propuestas para dar solución a la problemática, la evaluación de alternativas, selección de la alternativa a implementar y finalmente la modificación a la regulación que aplica en cada caso.

A continuación, se relaciona cada uno de los subcriterios considerados en la evaluación de cada subtemática.

**Tabla 10. Relación de criterios y subcriterios utilizados en las diferentes subtemáticas**

<i>Criterio</i>	<i>Subcriterio</i>	Franjas programación	Repeticiones	OCN	Franjas E. Insit.	Duración E. instit.	Tiempo max. Public.	Duración anuncios	Campaña alcohol	Intensidad publ. alcohol
Actualidad	1.1: Correspondencia con el dinamismo del consumo.	X			X	X				
	2.1: Correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición.		X	X						
	3.1: Cambios y desarrollos tecnológicos						X	X		X
Racionalidad normativa	2.1: Desuso y decaimiento		X							
Simplicidad normativa	3.1. Claridad en la consulta e interpretación	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.2. Complejidad de adopción por parte de los operadores (percepción)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	3.3 Complejidad de vigilancia y control (percepción).	X	X	X	X		X	X	X	X
	3.4. Costos de producción								X	
Competencia	4.1. Asimetrías entre modalidades reguladas		X							
	4.2. Asimetrías con no regulados	X							X	X
	4.3. Asimetrías con regulados y no regulados				X	X	X	X		
	4.3. Costo de oportunidad				X	X	X	X	X	X
Incentivos	5.1. Protección a la industria nacional		X	X						
	5.2. Incentivo a la oferta televisiva	X		X						
	5.3: Fines superiores	X			X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración CRC

El primer criterio identificado es el de *actualidad* tiene como fin el reconocimiento de las actuales condiciones de prestación del servicio de televisión y comprende tres (3) subcriterios: **(i)** correspondencia con el dinamismo de consumo, **(ii)** correspondencia con el dinamismo de producción/adquisición y **(iii)** cambios y desarrollos tecnológicos.

El segundo criterio es el de *racionalidad normativa*, el cual reconoce las normas cuya aplicación resulta difícil o imposible, como también aquellas anacrónicas, este criterio comprende un solo subcriterio denominado desuso y decaimiento.

El criterio de *simplicidad normativa* tiene como prioridad que tanto operadores como otros grupos de valor del sector consulten con facilidad la norma y la entiendan con la mayor claridad posible, y considera cuatro (4) subcriterios: **(i)** claridad en la consulta e interpretación, **(ii)** complejidad de adopción por parte de los operadores (percepción), **(iii)** complejidad de vigilancia y control (percepción) y **(iv)** costos de producción.

El criterio de *competencia* considera la afectación diferencial de la norma según la modalidad de televisión y la posible fuga de audiencias, este criterio abarca tres (3) subcriterios: **(i)** asimetrías entre modalidades reguladas, **(ii)** asimetrías con no regulados, y **(iii)** costo de oportunidad

Por último, el criterio de *incentivos* el cual pretende reconocer las alternativas que generan algún tipo de estímulo con el fin de elevar la producción y protegen la industria nacional; así se consideró tres (3) subcriterios: **(i)** protección a la industria nacional, **(ii)** incentivo a la oferta televisiva y **(iii)** fines superiores.

### 8.3. Eje temático Programación – Subtemática: Franjas de programación

Dentro del eje temático de Programación se identifica con mayor relevancia el eje temático de *franjas de programación*, el cual se desarrolla en el Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, donde por modalidad de televisión, esto es: televisión abierta, televisión digital terrestre, televisión local, televisión local sin ánimo de lucro, se identifican las franjas de programación,

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 34 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

particularmente en los artículos 16.4.1.1<sup>38</sup>, 16.4.1.2<sup>39</sup>, 16.4.1.3<sup>40</sup>, 16.4.1.10<sup>41</sup>, 16.4.2.3<sup>42</sup>, 16.4.3.3<sup>43</sup>, 16.4.3.4<sup>44</sup>, 16.4.4.1.<sup>45</sup> de la Resolución CRC 5050 de 2016, en los cuales se establecen una serie de

<sup>38</sup> "Las franjas de audiencia se clasifican en infantil, adolescente, familiar y adulta. Entre las 05:00 y las 22:00 horas la programación debe ser familiar, de adolescentes o infantil. Sólo a partir de las 22:00 horas y hasta las 05:00 horas se podrá presentar programación para adultos.

Para estos efectos, se debe tener en cuenta lo previsto en el artículo 25 del presente acuerdo.

PARÁGRAFO. Para efectos de la calificación de niños, niñas y adolescentes, se tendrá en cuenta la definición que sobre esta materia consagra la Ley 1098 de 2006, o las normas que la modifiquen o deroguen".

<sup>39</sup> "Los programas de televisión se clasifican de la siguiente manera:

a) Infantil:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de niños entre 0 y 12 años, cuya narrativa y lenguaje responden al perfil de esa audiencia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la audiencia infantil, sin la compañía de adultos.

b) Adolescente:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de niños entre 12 y 18 años, cuya narrativa y lenguaje responden al perfil de esa audiencia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la audiencia de adolescentes, sin la compañía de adultos.

c) Familiar:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de la familia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 05:00 y las 22:00 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por toda la familia y puede requerir la compañía de adultos.

d) Adulto:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de los mayores de dieciocho (18) años.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 22:00 y las 05:00 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la población adulta. La presencia de niños, niñas y adolescentes estará sujeta a la corresponsabilidad de los padres o adultos responsables de la mencionada población.

PARÁGRAFO 1o. Para efectos de la calificación de niños, niñas y adolescentes, se tendrá en cuenta la definición que sobre esta materia consagra la Ley 1098 de 2006, o las normas que la modifiquen, sustituyan o adicionen.

PARÁGRAFO 2o. En el horario comprendido entre las 05:00 y las 22:00 horas, toda la programación que no se clasifique por parte de la Comisión Nacional de Televisión como infantil o de adolescentes, deberá ser familiar.

PARÁGRAFO 3. Dentro de los primeros diez (10) días hábiles siguientes al vencimiento de cada trimestre del año, cada operador deberá remitir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones el reporte de la programación radiodifundida, en los formatos que para el efecto establezca esta entidad".

<sup>40</sup> "El contenido de la programación y el tratamiento de su temática deberá ajustarse a las franjas de audiencia y a la clasificación de la programación.

Las imágenes, escenas o contenidos de los programas de televisión que estén destinados al público adulto no podrán ser radiodifundidas en programas familiares, de adolescentes ni infantiles. Las promociones de los programas de televisión destinados al público adulto no podrán ser radiodifundidas en programas infantiles, sólo podrán ser incluidas en programas de adolescentes y familiares siempre que las escenas, imágenes, tratamiento audiovisual y lenguaje de dichas promociones se ajusten de manera precisa al perfil de audiencia de esos programas. En todo caso, en las promociones que se emitan en esos programas no se empleará lenguaje fuerte u ofensivo, primeros planos violentos, escenas de sexo acompañadas de violencia ni escenas que inciten al delito, a la promiscuidad sexual ni a la degradación del sexo"

<sup>41</sup> "Cada operador de televisión abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro deberá cumplir las siguientes obligaciones de programación:

a) Programación Infantil:

Cada operador de televisión abierta deberá radiodifundir un mínimo de horas trimestrales de programación infantil, teniendo en cuenta la definición consagrada en el artículo 16.4.1.2 de la presente resolución, en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas, de la siguiente manera:

- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento nacional, mínimo ciento ocho (108) horas trimestrales.

- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo ochenta (80) horas trimestrales.

b) Programación de Adolescentes:

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 35 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

reglas y lineamientos en relación con los horarios de la clasificación de la programación: infantil, adolescente, familiar y adulto; y el fin perseguido de los programas radiodifundidos en dichas franjas, así como las horas mínimas de transmisión trimestrales de programación infantil y adolescente.

Tal y como se plasmó en el documento de formulación del problema publicado el 14 de julio de 2023, tanto de los comentarios recibidos en la consulta sectorial realizada entre noviembre y diciembre de 2022, como del análisis que realizó la Comisión para la confección de las alternativas regulatorias, se evidencia una evolución del acceso a los contenidos, los cuales se han diseminado en múltiples

*Cada operador de televisión abierta deberá radiodifundir un mínimo de horas trimestrales de programación de adolescentes, teniendo en cuenta la definición consagrada en el artículo 16.4.1.2 de la presente resolución, en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas, de la siguiente manera:*

- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento nacional, mínimo sesenta (60) horas trimestrales.
- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo cuarenta y cinco (45) horas trimestrales.

PARÁGRAFO 1o. Estos programas podrán presentarse en cualquier formato y el conteo por horas se tendrá en cuenta para contabilizar el tiempo total trimestral, para efectos del control posterior que sobre la programación corresponde a la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Así mismo, estos programas podrán transmitirse en otros horarios o en un número de horas trimestrales superior a las establecidas en el presente artículo, pero no se tendrá en cuenta para efectos del mencionado conteo que realizará la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

PARÁGRAFO 2o. Cada hora de Programación Infantil y de adolescentes aplicará en una sola de dichas categorías. Es decir que, para efectos del control posterior que sobre la programación corresponde a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, cada una de las referidas categorías se tendrá en cuenta de manera independiente.

Así por ejemplo, si el operador radiodifunde Programación Infantil, esta no se podrá contabilizar al tiempo de adolescentes ni viceversa.

PARÁGRAFO 3o. En los casos en que el operador radiodifunda menos de veinticuatro (24) horas diarias, las obligaciones de programación establecidas en el presente artículo se aplicarán proporcionalmente a las horas radiodifundidas.

PARÁGRAFO 4o. Lo previsto en este artículo no aplica para los concesionarios de espacios de televisión ni a los operadores de televisión local sin ánimo de lucro".

<sup>42</sup> " Tanto el canal principal como los subcanales digitales deberán cumplir las siguientes obligaciones:

a) La franja comprendida entre las 05:00 y las 22:00 horas, deberá ser para programación apta para todos los públicos. (...)"

<sup>43</sup> " Conforme a la naturaleza de la audiencia habitual y en atención a sus necesidades y derechos, se establecen las siguientes franjas: infantil, familiar y adultos.

FRANJAS	HORARIO
<b>LUNES A VIERNES</b>	
Infantil	15:55 a 16:55
Familiar	06:00 a 15:55
16:55 a 22:00	
Adultos	22:00 a 06:00
<b>SÁBADOS, DOMINGOS Y FESTIVOS</b>	
Infantil	08:00 a 10:00
Familiar	06:00 a 08:00
10:00 a 22:00	
Adultos	22:00 a 06:00

<sup>44</sup> " El contenido de los programas y el tratamiento de su temática deberá ajustarse a la franja de audiencia escogida y al ordenamiento legal vigente al tiempo de su emisión".

<sup>45</sup> " El operador de televisión local sin ánimo de lucro deberá emitir mínimo 6 horas diarias de programación dentro de las franjas infantil o familiar. En todo caso deben cumplir los porcentajes de programación nacional exigidos en la Ley y dentro de ellos mínimo el 20% debe corresponder a programación nacional de producción propia".

pantallas y plataformas, y por lo tanto, la clasificación de las franjas infantil y adolescentes podría corresponder a la perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales.

Al respecto, vale la pena describir el marco legal que acota esta subtemática, a efectos de identificar las restricciones legales, que sustentan las alternativas regulatorias objeto de evaluación:

El artículo 29 de la Ley 182 de 1995<sup>46</sup> le asigna a la extinta Comisión Nacional de Televisión – CNTV reglamentar y velar por el establecimiento y difusión de franjas u horarios en los que deba transmitirse programación apta para niños o de carácter familiar.

De la misma manera, el artículo 5 de la Ley 335 de 1996 le otorga la competencia a la antigua CNTV de reglamentar las franjas de audiencia y fijar el número de horas de emisión diaria. De igual modo, el artículo 27 de la citada Ley, precisa que la franja comprendida entre las 7:00 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todo público.

Por su parte el artículo 49 de la Ley 1098 de 2006<sup>47</sup> indica que “*La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes consagradas en la presente ley. Así mismo, la Comisión Nacional de Televisión garantizará que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no se presentarán escenas o mensajes violentos o que hagan apología a la violencia*”.

Del anterior recorrido normativo, se concluye que, de una parte, existe un mandato legal para la autoridad que ostenta hoy la competencia en materia del servicio de televisión, de velar por la difusión de franjas y horarios, con el propósito de transmitir programas aptos para la familia y para la audiencia infantil; y de otra parte, un precepto imperativo a la extinta CNTV o a la entidad que haga sus veces, actualmente la CRC, para que **preserve y amplie** las franjas infantiles y juveniles, de manera tal, que se asegure la difusión de contenidos aptos para dichas audiencias.

Por lo anterior, aplicando los criterios de interpretación de las normas o de resolución de antinomias, estos son: **(i)** jerarquía, **(ii)** cronológico y **(iii)** de especialidad, junto con lo preceptuado en el artículo 27 del Código Civil, el cual determina que no puede desatenderse el tenor literal de la ley cuando su sentido sea claro, no es viable la eliminación de las franjas infantil y adolescente.

Vale la pena hacer referencia al Informe Ejecutivo del Estudio Infancia y Medios Audiovisuales de la CRC realizado en el 2021<sup>48</sup>, el cual arroja los siguientes resultados: **(i)** en la franja de edad entre los 6 y los 9 años la disponibilidad de los dispositivos es baja y la autonomía en la selección de los contenidos tiende a ser media baja. **(ii)** para la franja de 10 a 13 años la disponibilidad de dispositivos es media y la autonomía en la selección de contenidos tiende a ser media baja. **(iii)** para la franja entre 14 y 17 años la disponibilidad de los dispositivos es media alta y la autonomía en la selección de los contenidos tiende a ser media alta.

<sup>46</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>47</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>48</sup> Disponible en:

[https://crcom.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://crcom.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)

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 37 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Así mismo, las actividades más frecuentes de los niños, niñas y adolescentes son el acceso a canales nacionales de televisión (61%), jugar en el celular (57%) y acceso a redes sociales (55%). En relación con las actividades que presentan menos frecuencia es importante mencionar que actividades como acceso a canales regionales y a canales comunitarios registran menciones del 13% y del 6%, respectivamente.

Adicionalmente, el Internet es el medio más usado (85%), seguido por el celular (79%) y la televisión (74%).

Respecto a los tiempos de consumo de contenidos audiovisuales en las plataformas digitales, se estableció de manera general que, de lunes a viernes, niños, niñas y adolescentes - NNYA dedican en promedio 144 minutos diarios a ver contenidos audiovisuales en plataformas digitales, mientras el fin de semana este tiempo es de 142 minutos diarios promedio.

Los NNYA consumen un promedio de 146 minutos diarios de televisión entre semana. Los adolescentes de 14 a 17 años son los que más tiempo están frente a las pantallas, con 160 minutos en promedio por día.

De otra parte, los canales de televisión que más ven los NNYA son los canales nacionales privados RCN y Caracol, canales infantiles internacionales como Cartoon Network y Disney Channel y plataformas digitales como Netflix y YouTube.

En relación con las experiencias internacionales, vale la pena traer a colación los siguientes países:

Reino Unido: los programas no aptos para niños deben ser transmitidos luego de las 21:00 horas y antes de las 5:30 del día siguiente. Para servicios premium la franja familiar termina a las 20:00.

España: 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 y Estados Unidos: ambos limitan la emisión de televisión para NNYA de las 6:00 a las 20:00 horas.

México: La norma mexicana, excepción en la región, contempla contenidos aptos para adultos a partir de las 19:00 hasta las 5:59 horas del día siguiente.

### 8.3.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA FRANJAS DE PROGRAMACIÓN	
<b>Situación identificada:</b>	<b>La evolución del acceso a los contenidos se ha diseminado en múltiples pantallas y plataformas, por ende, la clasificación de las franjas infantil y adolescentes correspondería a la perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener el marco regulatorio vigente en materia de franjas de programación esto es: Mantener la clasificación en cuatro (4) franjas: infantil, adolescente, familiar y adulto. Junto con los horarios, identificando unos horarios especiales para la TV local con ánimo de lucro. Se establecen mínimo de horas de trasmisión: (i) Trimestral: TV Abierta y TV Local. (ii) Horarios establecidos: Local. (iii) 6 horas diarias: TV local sin ánimo de lucro.

<p><b>Alternativa 2: Preservación de las franjas, con modificación de los horarios</b></p>	<p>Dado el marco legal referido de manera precedente, en lo que respecta a franjas y la fijación de horas de transmisión, deben mantenerse las franjas: infantil, adolescente, familiar y adulto. Se propone modificar los horarios, de manera tal que se maneje el horario de finalización de la franja familiar e inicio de la franja de adultos a las 21:30, de que trata el artículo 27 de la Ley 336 de 1995</p>
<p><b>Alternativa 3: Preservación de las franjas, modificación de horarios e incentivo para el cumplimiento de las horas de transmisión de programación infantil y adolescente</b></p>	<p>Dado el marco legal referido de manera precedente, en lo que respecta a franjas y horas de transmisión deben mantenerse las franjas: infantil, adolescente, familiar y adulto. Se propone modificar los horarios, de manera tal que se maneje el horario de finalización de la franja familiar e inicio de la franja de adultos a las 21:30, de que trata el artículo 27 de la Ley 336 de 1995.</p> <p>Adicionalmente, en lo que respecta a las horas de transmisión que por virtud del artículo 5 de la Ley 336 de 1995 deben ser fijadas, se propone establecer un incentivo en relación con la no aplicación del mínimo de transmisión de horas infantil y adolescente, para el canal digital principal, que tenga un subcanal digital cuya temática especializada sea de NNyA y que este subcanal digital cumpla como mínimo con las horas de transmisión establecidas en el artículo 16.4.1.10, tanto para la programación infantil como adolescente; con lo cual se espera promueva su creación.</p>

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

**Alternativa 1 (Statu Quo):**

Esta alternativa consiste en mantener la regulación vigente, esto significa, tal y como lo detalla la Tabla No. 11 mantener la clasificación actual de las cuatro (4) franjas de programación esto es: infantil, adolescente, familiar y adulto. Junto con los horarios de 7:00 a 9:30 pm para las franjas infantil y adolescente, y para la franja familiar de 5:00 a 22:00, y la de adulto de 22:00 a 5:00, identificando unos horarios cortos y especiales para la TV local con ánimo de lucro.

Adicionalmente, se mantendría el mínimo de horas de transmisión, que de una parte tiene una periodicidad trimestral para la TV Abierta, y 6 horas diarias para la TV local sin ánimo de lucro.

**Tabla 11. Regulación vigente franjas de programación**

Franja	Horarios	Mínimo horas de transmisión
Infantil 0 a 12 años)	07:00 a 21:30  TV Local: 15:55 a 16:55	TV Nacional: 108 horas trimestrales Regional y Local: 80 horas trimestrales TV Local SAL: 6 horas diarias de programación dentro de la franja infantil y familiar
Adolescente (12 a 18 años)	07:00 a 21:30	TV Nacional: 60 horas trimestrales Regional y Local: 45 horas trimestrales
Familiar	05:00 a 22:00  TV Local CAL: 06:00 a 15:55 y 16:55 a 22:00	TV Local SAL: 6 horas diarias de programación dentro de la franja infantil y familiar
Adultos	22:00 a 05:00  TV Local: 22:00 a 06:00	-

Fuente: Elaboración CRC

Alternativa 2: Preservación de las franjas, con modificación de los horarios.

Esta alternativa está enfocada puntualmente en la modificación del horario de la finalización de la franja familiar y el inicio de la franja de adulto, para las 21:30, tal y como lo dispone el artículo 27 de la Ley 335 de 1996. Y de otra parte, la eliminación de los horarios especiales y cortos, para la TV local con ánimo de lucro, de manera tal que se aplique a dicha modalidad, las franjas y horarios establecidos para la TV Abierta. La misma se describe en la siguiente Tabla:

**Tabla 12. Modificación alternativa regulatoria franjas de programación**

Franja	Horarios	Mínimo horas de transmisión
Infantil (0 a 12 años)	<u>07:00 a 21:30</u>	TV Nacional: 108 horas trimestrales Regional y Local: 80 horas trimestrales TV Local SAL: 6 horas diarias de programación dentro de la franja infantil y familiar
Adolescente (12 a 18 años)	<u>07:00 a 21:30</u>	TV Nacional: 60 horas trimestrales Regional y Local: 45 horas trimestrales
Familiar	<u>05:00 a 21:30</u>	TV Local SAL: 6 horas diarias de programación dentro de la franja infantil y familiar
Adultos	<u>21:30 a 05:00</u>	-

Fuente: Elaboración CRC

Es importante señalar, que en el horario comprendido entre las 05:00 y las 21:30 horas, toda la programación que no se clasifique por parte de la CRC como infantil o de adolescentes, deberá ser familiar y apta para todo público, y en todo caso, estará sujeta a la emisión del número mínimo de horas trimestrales de programación infantil y de adolescentes.

Alternativa 3: Preservación de las franjas, modificación de horarios e incentivo para el cumplimiento de las horas de transmisión de programación infantil y adolescente.

Esta alternativa replica en su integralidad la alternativa No. 2, adicionando un incentivo relacionado con la no aplicación del mínimo de transmisión de horas infantil y adolescente para el canal digital principal, que tenga un subcanal digital cuya temática especializada sea de NNYA, siempre y cuando este último cumpla como mínimo con las horas de transmisión establecidas en el artículo 16.4.1.10 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Por lo que, el mínimo de horas de transmisión debe cumplirse por parte del canal digital principal solo si no se tiene una subseñal digital con enfoque a niños, niñas y adolescentes. En otras palabras, el subcanal digital especializado en NNYA, deberá cumplir como mínimo con las horas de transmisión establecidas en el artículo 16.4.1.10, tanto para la programación infantil como adolescente.

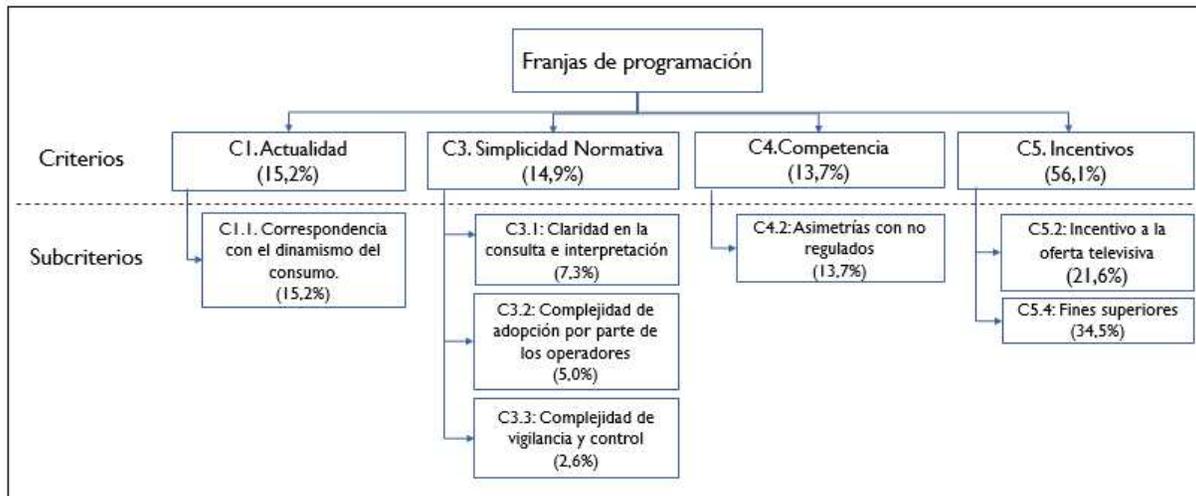
Es importante señalar, que en el horario comprendido entre las 05:00 y las 21:30 horas, toda la programación que no se clasifique por parte de la CRC como infantil o de adolescentes, deberá ser familiar y apta para todo público, y en todo caso, estará sujeta a la emisión del número mínimo de horas trimestrales de programación infantil y de adolescentes.

### 8.3.2. Evaluación

#### Crterios y subcriterios

Se consideraron cuatro (4) criterios y siete (7) subcriterios para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Franjas de Programación**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

**Ilustración 5. Criterios y subcriterios. Subtemática: Franjas de programación**

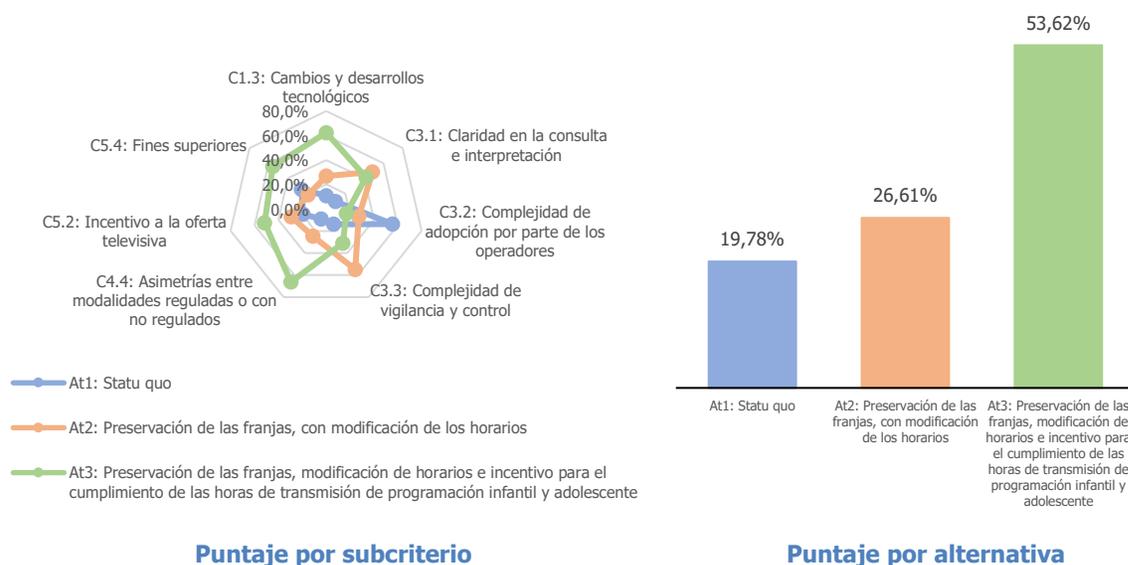


Fuente: Elaboración CRC

#### **Resultados de la evaluación:**

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 6, donde se exhiben los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

## Ilustración 6. Resultados de la evaluación. Subtemática: Franjas de programación



Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3: Preservación de las franjas, modificación de horarios e incentivo para el cumplimiento de las horas de transmisión de programación infantil y adolescente resulta ser la óptima con un puntaje de 53,62%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- Respecto al primer subcriterio "correspondencia con el dinamismo del consumo", se determinó que la alternativa regulatoria 3 con 62,4% promueve en mayor medida que los operadores aprovechen sus dinámicas de programación y publicidad, los cambios e innovaciones derivados de los cambios tecnológicos, esta alternativa comprende el mantenimiento de las franjas: infantil, adolescente, familiar y adulto y propone modificar los horarios, de manera tal que se maneje el horario de que trata el artículo 27 de la Ley 336 de 1996 (la franja comprendida entre las 7 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todos los públicos). En comparación con las otras dos alternativas, esta alternativa ofrece al usuario protección y garantía en cuanto a la preservación de las franjas, modifica los horarios y da mayor flexibilidad en la presentación del contenido y adicionalmente genera un incentivo para la creación de programación infantil y adolescente, a través de los subcanales digitales.
- Con respecto a la "Claridad en la consulta e interpretación" (48,5%), se evidenció que la alternativa regulatoria 2 generaría una mayor claridad en la consulta e interpretación dado que contempla menos modificaciones en la medida que mantiene las franjas y modifica horarios de manera tal que se maneje como dispone el artículo 27 de la Ley 336 de 1995.
- En cuanto al subcriterio de "complejidad de adopción por parte de los operadores" (55,7%), la evaluación arrojó que la alternativa que representa menor complejidad para los operadores es el statu quo; es decir, mantener las actuales condiciones de operación de las franjas de programación, lo anterior en el sentido que no les implicaría ajuste alguno.

- d. Respecto de la “complejidad de vigilancia y control” (54,9%), se determina que la alternativa 2 alcanza el mayor puntaje de evaluación al ser la alternativa que representa menor complejidad para realizar vigilancia y control en el sentido que las franjas ya están adoptadas y si bien esta alternativa implica la modificación de los horarios, lo que contempla es acotarlos al horario establecido de manera normativa.
- e. Asimetrías con no regulados (66,3%) se evidenció que la alternativa regulatoria 3 es la que aporta en mayor medida a la reducción de las asimetrías con los no regulados porque minimiza las desventajas competitivas para la televisión respecto a otros servicios audiovisuales no regulados que pueden llegar a las mismas audiencias, lo anterior, derivado de la modificación de los horarios y el incentivo generado para el cumplimiento de las horas de transmisión de la televisión infantil y adolescente.
- f. Incentivos a la oferta televisiva (51,5%) se evidenció que la alternativa regulatoria 3 fue la que obtuvo mayor puntaje, en el sentido que promueve que se generen más opciones de programación televisiva, tales como subcanales digitales temáticos o nuevas franjas de programación con nichos específicos.
- g. Fines superiores (55,6%) la evaluación arrojó que la alternativa con mayor puntaje para este subcriterio es la 3 porque genera mayor valor a los fines superiores de orden legal y constitucional como son la protección de niños, niñas y adolescentes, de acuerdo con lo previsto en la Ley 1098 de 2006.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria asociada a esta subtemática es la siguiente:

-Subrogar el artículo 24 del Acuerdo CNTV 2 de 2011 compilado en el artículo 16.4.1.1. de la Sección 1 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Las franjas de audiencia se clasifican en infantil, adolescente, familiar y adulta.

Entre las 05:00 y las ~~22:00~~ 21:30 horas la programación debe ser familiar, de adolescentes o infantil.

Sólo a partir de las ~~22:00~~ 21:30 horas y hasta las 05:00 horas se podrá presentar programación para adultos.

Para estos efectos, se debe tener en cuenta lo previsto en el artículo ~~25 del presente acuerdo~~ 16.4.1.2 de la presente resolución.

**PARÁGRAFO.** Para efectos de la calificación de niños, niñas y adolescentes, se tendrá en cuenta la definición que sobre esta materia consagra la Ley 1098 de 2006, o las normas que la modifiquen, **sustituyan** o deroguen.

- Subrogar el artículo 24 del Acuerdo CNTV 2 de 2011 compilado en el artículo 16.4.1.2. de la Sección 1 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Los programas de televisión se clasifican de la siguiente manera:

a) Infantil:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de niños y niñas entre 0 y 12 años, cuya narrativa y lenguaje responden al perfil de esa audiencia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la audiencia infantil, sin la compañía de adultos.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 43 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

b) Adolescente:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de niños y niñas entre 12 y 18 años, cuya narrativa y lenguaje responden al perfil de esa audiencia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la audiencia de adolescentes, sin la compañía de adultos.

c) Familiar:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de la familia.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las 05:00 y las ~~22:00~~ 21:30 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por toda la familia y puede requerir la compañía de adultos.

d) Adulto:

Son aquellos programas que han sido diseñados y realizados para satisfacer las necesidades de entretenimiento, educación o formación de los mayores de ~~dieciocho~~ (18) años.

Su radiodifusión se deberá realizar en el horario comprendido entre las ~~22:00~~ 21:30 y las 05:00 horas.

Estos programas deberán ser aptos para ser vistos por la población adulta. La presencia de niños, niñas y adolescentes estará sujeta a la corresponsabilidad de los padres o adultos responsables de la mencionada población.

PARÁGRAFO 1. Para efectos de la calificación de niños, niñas y adolescentes, se tendrá en cuenta la definición que sobre esta materia consagra la Ley 1098 de 2006, o las normas que la modifiquen, sustituyan o adicionen.

PARÁGRAFO 2. En el horario comprendido entre las 05:00 y las ~~22:00~~ 21:30 horas, toda la programación que no se clasifique por parte de la Comisión ~~Nacional de Televisión~~ de Regulación de Comunicaciones como infantil o de adolescentes, deberá ser familiar.

PARÁGRAFO 3. Dentro de los primeros diez (10) días hábiles siguientes al vencimiento de cada trimestre del año, cada operador deberá remitir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones el reporte de la programación radiodifundida, en los formatos que para el efecto establezca esta entidad.

- Subrogar el artículo 21 del Acuerdo CNTV 2 de 2011 compilado en el artículo 16.4.1.3. de la Sección 1 Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

El contenido de la programación y el tratamiento de su temática deberá ajustarse a las franjas de audiencia y a la clasificación de la programación.

Las imágenes, escenas o contenidos de los programas de televisión que estén destinados al público adulto no podrán ser radiodifundidas en programas familiares, de adolescentes ni infantiles. Las promociones de los programas de televisión destinados al público adulto no podrán ser radiodifundidas en programas infantiles, sólo podrán ser incluidas en programas de adolescentes y familiares siempre que las escenas, imágenes, tratamiento audiovisual y lenguaje de dichas promociones se ajusten de manera precisa al perfil de audiencia

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 44 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

de esos programas. En todo caso, en las promociones que se emitan en esos programas no se empleará lenguaje fuerte u ofensivo, primeros planos violentos, escenas de sexo acompañadas de violencia ni escenas que inciten al delito, a la promiscuidad sexual ni a la degradación del sexo.

Los operadores del servicio de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, deberán advertir a la audiencia sobre la responsabilidad que tienen los padres de familia y los adultos, de propender y velar por la no presencia de audiencia menor de edad, a partir de las 21:30 horas.

- Subrogar el artículo 33 del Acuerdo CNTV 2 de 2011 compilado en el artículo 16.4.1.10. de la Sección 1 Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Cada operador de televisión abierta nacional, regional y local con y sin ánimo de lucro deberá cumplir las siguientes obligaciones de programación:

a) Programación Infantil:

Cada operador de televisión abierta deberá radiodifundir un mínimo de horas trimestrales de programación infantil, teniendo en cuenta la definición consagrada en el artículo 16.4.1.2 de la presente resolución, en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas, de la siguiente manera:

- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento nacional, mínimo ciento ocho (108) horas trimestrales.
- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo ochenta (80) horas trimestrales.

-Los operadores televisión abierta de cubrimiento local sin ánimo de lucro, deberán emitir mínimo 6 horas diarias de programación dentro de las franjas infantil o familiar.

b) Programación de Adolescentes:

Cada operador de televisión abierta deberá radiodifundir un mínimo de horas trimestrales de programación de adolescentes, teniendo en cuenta la definición consagrada en el artículo 16.4.1.2 de la presente resolución, en el horario comprendido entre las 07:00 y las 21:30 horas, de la siguiente manera:

- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento nacional, mínimo sesenta (60) horas trimestrales.
- Los operadores de televisión abierta de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo cuarenta y cinco (45) horas trimestrales.

PARÁGRAFO 1. Estos programas podrán presentarse en cualquier formato y el conteo por horas se tendrá en cuenta para contabilizar el tiempo total trimestral, para efectos del control posterior que sobre la programación corresponde a la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Así mismo, estos programas podrán transmitirse en otros horarios o en un número de horas trimestrales superior a las establecidas en el presente artículo, pero no se tendrá en cuenta para efectos del mencionado conteo que realizará la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

PARÁGRAFO 2. Cada hora de Programación Infantil y de adolescentes aplicará en una sola de dichas categorías. Es decir que, para efectos del control posterior que sobre la programación corresponde a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, cada una de las referidas categorías se tendrá en cuenta de

manera independiente. ~~Así por ejemplo,~~ De esta manera, si el operador radiodifunde Programación Infantil, esta no se podrá contabilizar al tiempo de adolescentes ni viceversa.

PARÁGRAFO 3. En los casos en que el operador radiodifunda menos de veinticuatro (24) horas diarias, las obligaciones de programación establecidas en el presente artículo se aplicarán proporcionalmente a las horas emitidas.

PARÁGRAFO 4. El número mínimo de horas trimestrales de radiodifusión de programación infantil o de adolescentes no aplicará al canal digital principal de televisión de un múltiplex digital que tenga uno o varios subcanales digitales cuya temática especializada sea de niños, niñas y adolescentes, siempre que este último transmita trimestralmente, el mínimo de horas requeridas en el presente artículo.

PARAGRAFO 5. Lo previsto en este artículo no aplica para los concesionarios de espacios de televisión. ~~ni a los operadores de televisión local sin ánimo de lucro.~~

- Subrogar el numeral 1) del artículo 20 del Acuerdo CNTV 2 de 2012 compilado en el literal a) del artículo 16.4.2.3. de la Sección 2 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

a) La franja comprendida entre las 05:00 y las ~~22:00~~ 21:30 horas, deberá ser para programación apta para todos los públicos. El número mínimo de horas trimestrales de radiodifusión de programación infantil o de adolescentes definido en el artículo 16.4.1.10 no aplicará al canal digital principal de televisión de un múltiplex digital que tenga uno o varios subcanales digitales cuya temática especializada sea de niños, niñas y adolescente, siempre que este último transmita trimestralmente, el mínimo de horas requeridas en el artículo 16.4.1.10.

- Subrogar el artículo 20 del Acuerdo CNTV 24 de 1997 compilado en el artículo 16.4.3.3. de la Sección 3 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Conforme a la naturaleza de la audiencia habitual y en atención a sus necesidades y derechos, se establecen las siguientes franjas: infantil, de adolescentes, familiar y adultos, las cuales se regirán por lo establecido en los artículos 16.4.1.1 y 16.4.1.2 de la presente resolución.

- Subrogar el artículo 30 del Acuerdo CNTV 3 de 2012 compilado en el artículo 16.4.4.1 de la Sección 4 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

~~El operador de televisión local sin ánimo de lucro deberá emitir mínimo 6 horas diarias de programación dentro de las franjas infantil o familiar.~~ Los operadores de la televisión abierta local sin ánimo de lucro deberán acatar lo previsto en los artículos 16.4.1.1, 16.4.1.2. y 16.4.1.10 de la presente Resolución o los que los modifiquen, sustituyan o adicionen. En todo caso deben cumplir los porcentajes de programación nacional exigidos en la Ley y dentro de ellos mínimo el 20% debe corresponder a programación nacional de producción propia.

#### 8.4. Eje temático Programación – Subtemática: Repeticiones

Las repeticiones son una estrategia de la programación que permite no solamente disminuir la exigencia de producción de contenidos para nutrir la parrilla de un canal, sino también permite que la audiencia pueda recurrir a un contenido exitoso o de especial significado cultural, histórico, social o de otra índole que amerite su validez en el tiempo.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 46 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

En Colombia, el régimen de repeticiones consignado en la Resolución CRC 5050 de 2016 fue establecido por el Acuerdo 6 de 2002, para la TV abierta en general; y compilado en el 2021 en la Resolución CRC 5050 de 2016, mediante la Resolución CRC 6383 de 2021.

En primera instancia, es preciso hacer referencia a la definición de repetición para el servicio de Televisión Abierta, entendida como la(s) emisión(es) posterior(es) a la primera, que efectúe el prestatario del servicio respectivo, de conformidad con lo señalado en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016.

De otra parte, debe hacerse mención del artículo 33 de Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001, que eliminó la obligación legal que disponía que las repeticiones de los programas de producción nacional solamente serían incluidas en los porcentajes de la cuota de producción nacional, previstos en el artículo 33 ya referido, de acuerdo con unas equivalencias. Así, el artículo 16.4.3.5. de la Resolución CRC 5050 de 2016 replica lo inicialmente previsto por el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, que como ya se anotó fue modificado por la Ley 680 de 2001, estableciendo unas equivalencias de las repeticiones de los programas de producción nacional para la TV local, de esta manera:

- a) Primera repetición, la mitad del tiempo de su duración.
- b) Segunda repetición, la tercera parte del tiempo de su duración.
- c) La tercera y sucesivas repeticiones, la cuarta parte del tiempo de su duración.

De otra parte, los artículos 16.4.7.1 al 16.4.7.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016, establecen los lineamientos para el esquema de repeticiones de la TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro, en cualquier horario, incluso los sábados, domingos y festivos, así:

**Tabla 13. Esquema de repeticiones de la TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro**

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 las repeticiones del trimestre)
A partir del 2 año	2 veces al año

Fuente: Elaboración CRC

Señala que los resúmenes de programas no serán considerados como repeticiones. Adicionalmente, se enlistan unas excepciones, de lo que no será considerado como repeticiones:

- a) Las emisiones posteriores de documentales con valor cultural o histórico.
- b) Los programas que se emitan en el horario comprendido entre las 00:00 y las 6:00 a.m.

De esta manera, tanto en la consulta sectorial, como en los espacios surtidos con los operadores por modalidad de televisión, en virtud de la etapa de discusión de las alternativas regulatorias realizada en el mes de octubre de 2023, se identificó que, además de la circunstancia previamente expuesta sobre la modificación realizada por la Ley 680 de 2001, al artículo 33 de la Ley 182 de 1995, y la correspondencia en derogar el artículo 16.4.3.5. de la Resolución CRC 5050 de 2016; el sector considera conveniente que *“cada canal determine sus estrategias de estrenos y repeticiones, pues los recursos para producir contenidos son limitados; repetir contenidos hace viable la parrilla”*<sup>49</sup>.

<sup>49</sup> Comentario presentado por Canal Capital. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-14>

En la mencionada consulta con el sector, los operadores manifestaron también que la frecuencia de emisiones requerida por la norma actual aumenta el costo de mantener la parrilla mediante producciones nuevas, ya que el inventario no es suficiente para tener esta frecuencia de emisión de repeticiones.

*"Los operadores consideraron que 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"<sup>50</sup>.*

Respecto a las excepciones contempladas en la norma, los operadores solicitaron en dicha instancia, al igual que en las mesas de trabajo sobre las alternativas, no restringir la excepción únicamente a documentales. Consideran que las limitaciones deberían ser por tipo de contenido, para lo cual deberían exceptuarse programas atemporales, películas y programas con contenido histórico, cultural, pedagógico y de ficción, que son programas que revisten interés más allá de la actualidad y que, por tanto, su repetición, más que limitar la oferta al televidente, permitiría visitar contenidos de interés atemporal.

Otro argumento de los operadores de TV abierta es que esta limitación no cubre a la TV cerrada — por suscripción y comunitaria—, pues los canales codificados, cuya programación no está regulada en Colombia tienen diseños de repetición de contenidos por día de hasta 3 repeticiones del capítulo estreno, lo que se denomina "parrilla de programación en espejo". Esto les permite economizar en adquisición y producción de contenidos, y no existe evidencia de que dichas repeticiones debiliten la oferta televisiva, ahuyenten a la audiencia o reduzcan la calidad de la oferta.

Respecto a los costos, los operadores señalan que es casi inviable producir un programa que solo podrá ser emitido cuatro veces en un año, reiterando que esta limitación solo recae sobre la TV abierta colombiana, lo que la pone en desventaja frente a los canales de TV cerrada.

Es importante señalar que estas percepciones de los operadores de TV abierta cobran especial importancia dada la obligación tipo *must-carry* vigente en Colombia, por la cual los operadores de TV por suscripción deben garantizar la recepción de las señales principales de los operadores de TV abierta. Esto implica que, para los hogares que cuentan con el servicio de TV cerrada, los canales abiertos terminan compitiendo por audiencia con señales internacionales y nacionales que no están sometidas al régimen de repeticiones, lo que genera una asimetría.

No obstante, por otro lado, están las características diferenciales de la TV abierta, principalmente su cobertura potencial sobre cualquier hogar sin necesidad de pagar una suscripción o afiliación y, por tanto, la convierte en plataforma predilecta para la difusión de contenidos nacionales. Esta característica hace que deban contemplarse las limitaciones las repeticiones como una medida de protección tanto a la industria nacional de contenidos televisivos como al fortalecimiento de su difusión.

Respecto de este tema, es importante señalar que la CRC participó en dos cohortes del International Training Programme Autorregulación de Medios en entornos democráticos, de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional (ASDI), por lo que se espera que las dinámicas de autorregulación sean siempre tenidas en cuenta en la generación de alternativas regulatorias para los proyectos de

<sup>50</sup><https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/documento-formulacion-problema-revision-condiciones-programacion-publicidad-espacios-institucionales-servicio-television.pdf>

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 48 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

televisión, medio que está en el ámbito de las competencias regulatorias de la CRC. En dicho programa, se estableció la siguiente definición<sup>51</sup>:

*"(...) La autorregulación de medios de comunicación se refiere al conjunto de principios, normas y procedimientos que los propios medios establecen y adoptan voluntariamente para guiar su conducta y contenidos, sin la intervención directa de entidades externas o gubernamentales. Este mecanismo busca garantizar la responsabilidad, ética y calidad informativa, protegiendo a la vez la libertad de expresión y el derecho a la información. Permite a los medios ser autocríticos y corregir desvíos sin imposiciones externas, propiciando un equilibrio entre su papel en la sociedad y los derechos de la audiencia. La autorregulación, cuando es efectiva, fomenta la confianza pública y fortalece la democracia (...)"*

### 8.4.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA REPETICIONES	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Los canales codificados de la TV por suscripción programan esquemas de repeticiones autorregulados y no tienen ninguna restricción, por lo que se genera una posible asimetría con la TV Abierta; sumado a que no hay suficiente inventario para cumplir con las limitaciones de repeticiones.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener el marco regulatorio vigente.
<b>Alternativa 2: Flexibilización de las excepciones</b>	Derogar por desuso por decaimiento o inaplicabilidad el artículo 16.4.3.5 en lo referido a repeticiones. Modificar excepciones e incluir documentales con valor cultural o histórico, programas que se emitan en el horario comprendido entre las 00:00 y las 6:00 a.m., programas atemporales, contenidos infantiles, películas y enlatados
<b>Alternativa 3: Desregularizar y eliminación del esquema de repeticiones</b>	Derogar por desuso por decaimiento o inaplicabilidad el artículo 16.4.3.5 en lo referido a repeticiones. Derogar los artículos 16.4.7.1 al 16.4.7.3. (TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro) y permitir la autorregulación por parte de operadores.

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

#### Alternativa 1 (Statu Quo):

Esta alternativa consiste en:

- Mantener las disposiciones regulatorias, referidas a la definición de Repetición<sup>52</sup>, descrita en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016.
- Conservar el artículo 16.4.3.5. de la Resolución CRC 5050 de 2016<sup>53</sup>.

<sup>51</sup> ASDI. 2021. Principios de la Autorregulación. Ehttps://www.auto-regulacion.org/copia-de-principios-%C3%A9ticos

<sup>52</sup> "REPETICIÓN: Para efectos del servicio de Televisión Abierta se entiende como la(s) emisión(es) posterior(es) a la primera, que efectúe el prestatario del servicio respectivo".

<sup>53</sup> ARTÍCULO 16.4.3.5 ORIGEN DE LA PROGRAMACIÓN. Las repeticiones de los programas de producción nacional se ajustarán a las siguientes equivalencias:

- Primera repetición, la mitad del tiempo de su duración.
- Segunda repetición, la tercera parte del tiempo de su duración.
- La tercera y sucesivas repeticiones, la cuarta parte del tiempo de su duración.

- No modificar los artículos 16.4.7.1 al 16.4.7.3<sup>54</sup> de la Resolución CRC 5050 de 2016, que definen el esquema de repeticiones para la TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro.

### Alternativa 2: Flexibilización de las excepciones

Esta alternativa está enfocada en derogar por desuso por decaimiento o inaplicabilidad el artículo 16.4.3.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, referido específicamente a repeticiones en la TV local. Esto se haría fundamentado en la modificación legal que realizó la Ley 680 de 2001, previamente descrita. De este modo, la televisión local no tendrá obligaciones adicionales a las que cubren a toda la TV abierta.

Así mismo, se plantea modificar las excepciones, es decir, ampliar la definición de lo que no será considerado repetición. Actualmente la norma solo contempla como excepciones los documentales con valor cultural o histórico y programas que se emitan en el horario comprendido entre las 00:00 y las 6:00 a.m.

Basado en los comentarios de operadores durante las distintas instancias de interacción, se considera que pueden exceptuarse también otros tipos de programas, que se puedan considerar atemporales, es decir, cuya comprensión y disfrute no disminuya ostensiblemente con el cambio de época del año o de año. Esto incluiría programas atemporales como las series y telenovelas, contenidos infantiles, películas y "enlatados" —películas y series, principalmente extranjeras, que se adquieren para emisión sin ser parte de una parrilla previa—. El diálogo con los operadores permite establecer que este tipo de programas gozan de una posible audiencia constante que no es afectada por las veces que sea

*PARÁGRAFO 1º. Los operadores de televisión en el nivel local con ánimo de lucro, deberán enviar, semestralmente, a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, una relación detallada de su programación donde se especifique el origen de la misma.*

*PARÁGRAFO 2º. Los operadores de televisión en el nivel local podrán recibir y retransmitir señales incidentales de televisión con fines sociales y comunitarios. En ningún caso dichas señales podrán ser interrumpidas con comerciales, excepto los de origen.*

*Previa autorización y pago de los derechos de autor correspondientes, los operadores públicos, privados y comunitarios y los concesionarios de espacios de televisión, podrán recibir y distribuir señales codificadas. Esta recepción y distribución, para el caso de operadores de televisión en el nivel local con ánimo de lucro, deberá ser abierta y no podrá cobrarse a los televidentes por su recepción.*

<sup>54</sup> **ARTÍCULO 16.4.7.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN.** *La presente sección aplica a los concesionarios de espacios de los canales nacionales de operación pública, los concesionarios de los canales nacionales de operación privada, las organizaciones regionales, los contratistas de televisión regional, y los concesionarios de los canales locales con ánimo de lucro o habilitados para los anteriores efectos.*

**ARTÍCULO 16.4.7.2 CONDICIONES GENERALES.** *Podrán efectuarse repeticiones en cualquier horario, inclusive los días sábados, domingos y festivos; sin embargo, estas se someterán a las siguientes condiciones:*

*En un trimestre después de la primera emisión, sólo se podrá repetir un programa hasta dos veces, preferiblemente en horarios diferentes al inicial.*

*Durante un año, sólo se podrá repetir un programa hasta cuatro (4) veces, a partir de la primera emisión, en esta contabilización se incluyen las repeticiones efectuadas durante el trimestre a que se hace referencia en el numeral anterior.*

*A partir del segundo año, la repetición estará limitada únicamente a dos veces en el año.*

*En todo caso, las repeticiones deben contemplar los términos de las licencias o contratos que se hayan celebrado con los titulares de los derechos de autor sobre las obras audiovisuales.*

**PARÁGRAFO.** *Los resúmenes de programas no serán considerados como repeticiones.*

**ARTÍCULO 16.4.7.3. ALCANCE DE REPETICIONES.** *No serán considerados como repeticiones:*

*Las emisiones posteriores de documentales con valor cultural o histórico.*

*Los programas que se emitan en el horario comprendido entre las 00:00 y las 6:00 a.m.*

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 50 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

repetida, ya que muchos programas, especialmente los infantiles, apelan a la nostalgia y son visitados por distintas generaciones, además de cumplir con funciones educativas y de sano entretenimiento.

### Alternativa 3: Desregularizar y eliminación del esquema de repeticiones

Esta alternativa está enfocada en derogar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad el artículo 16.4.3.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, en lo que respecta a las repeticiones en la TV local, lo anterior, fundamentado en la modificación legal que realizó la Ley 680 de 2001, previamente descrita.

De la misma manera, esta opción deroga por desuso, decaimiento o inaplicabilidad la Sección 7 del Capítulo 4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, dejando a los operadores sin limitaciones ni obligaciones respecto a estrenos y repeticiones más allá de las exigencias inherentes a la demanda: exigencia de la audiencia, compromisos con casas productoras y necesidad de mantener una parrilla actualizada y atractiva de acuerdo a las condiciones y tendencias de la oferta de otros canales nacionales, regionales o locales.

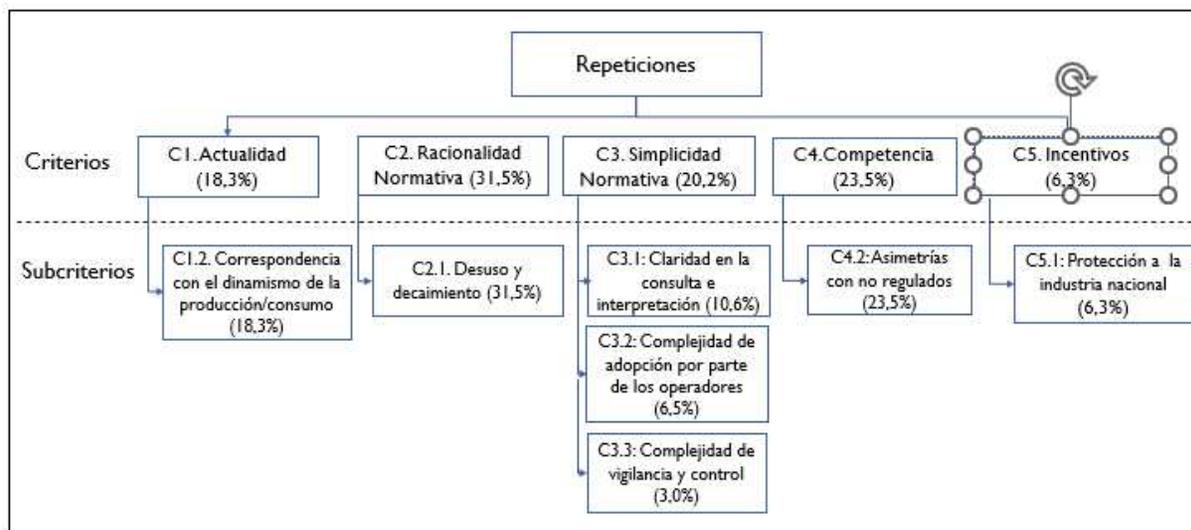
En esta alternativa se permite que los operadores generen su propio régimen de repeticiones basados en un criterio de autorregulación en materia de programación televisiva generado por las audiencias, lo que significa que, si la programación no es renovada, la misma audiencia tomará decisiones que puede redundar en no ver el canal o la programación de este.

## 8.4.2. Evaluación

### Crterios y subcriterios

Se consideraron 5 criterios y 7 subcriterios para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Repeticiones**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

**Ilustración 7. Criterios y subcriterios. Subtemática: Repeticiones**

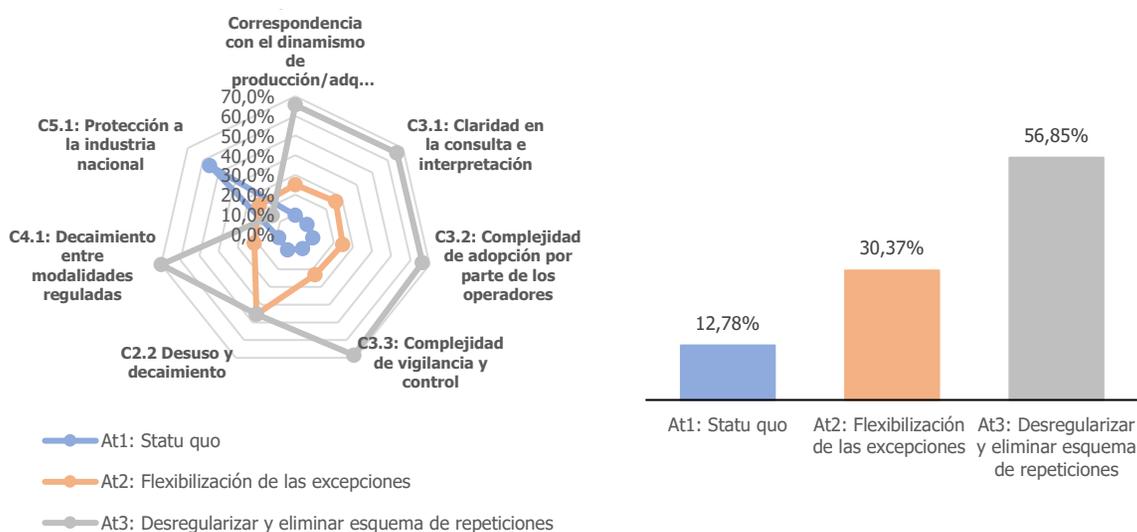


Fuente: Elaboración CRC

## Resultados de la evaluación:

El resultado de las tres alternativas se muestra en la Ilustración 8, donde se presentan los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 8. Resultados de la evaluación. Subtemática: Repeticiones**



### Puntaje por subcriterio

### Puntaje por alternativa

Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3 resulta ser la óptima con un puntaje de 56,85%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- Con respecto a la "correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición" obtuvo mayor puntaje la alternativa 3 (65,5%) relacionada con desregularizar y eliminar del esquema de repeticiones, lo anterior en la medida que permite a los operadores programar de una manera más acorde con las dinámicas actuales de producción nacional de contenidos generalistas, producción de contenidos temáticos o disponibilidad de obras cinematográficas nacionales.
- Con respecto a la "claridad en la consulta e interpretación" (66,1%), también se determinó que la alternativa regulatoria 3 generaría una mayor claridad en la consulta e interpretación de la norma evitando así duplicidades y espacios a interpretaciones erróneas que puedan generar perjuicios para algún actor.
- En cuanto al criterio de complejidad de adopción por parte de los operadores (66,3%) desregularizar y eliminar del esquema de repeticiones, que corresponde a la alternativa 3, es la que reduciría en mayor medida está complejidad para los operadores.

- d. Respecto de la complejidad de vigilancia y control la alternativa con mayor peso porcentual es la 3 con (68,5%), situación relacionada con que esta medida reduce la complejidad de vigilancia para el regulador y otras entidades competentes.
- e. Con respecto al desuso o decaimiento se encuentra que la alternativa 3 obtuvo el mayor puntaje (45,4%) lo anterior en la medida que se atiende al desuso y decaimiento de la medida en el sentido que no se evidencia medidas similares en otros países, adicional al ajuste que debe realizarse en torno a derogar el artículo 16.4.3.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, pues su contenido fue modificado por la Ley 680 de 2001.
- f. En cuanto al subcriterio de asimetrías entre modalidades reguladas la alternativa con mayor peso es la 3 con (70,0%) lo anterior, en la medida que al desregular las repeticiones se estaría atendiendo la situación de las asimetrías entre las modalidades reguladas.
- g. Protección a la industria nacional es la alternativa 1 que arroja mayor puntuación (70,3%) en la medida que, tal como está concebida al día de hoy se estima que genera incentivos para que los operadores generen o adquieran más contenidos televisivos nacionales para su emisión.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es la siguiente<sup>55</sup>:

-Derogar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad el artículo 2 del Acuerdo CNTV 6 de 2002 compilado en la definición relacionada como Repetición, contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016.

-Subrogar el artículo 23 del Acuerdo CNTV 24 de 1997 compilado en el artículo 16.4.3.5. de la Sección 3 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

~~Las repeticiones de los programas de producción nacional se ajustarán a las siguientes equivalencias:~~

~~a) Primera repetición, la mitad del tiempo de su duración.~~

~~b) Segunda repetición, la tercera parte del tiempo de su duración.~~

~~c) La tercera y sucesivas repeticiones, la cuarta parte del tiempo de su duración.~~

~~**PARÁGRAFO 1º.** Los operadores de televisión en el nivel local con ánimo de lucro, deberán enviar, semestralmente, a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, una relación detallada de su programación donde se especifique el origen de la misma.~~

~~**PARÁGRAFO 2º.** Los operadores de televisión en el nivel local podrán recibir y retransmitir señales incidentales de televisión con fines sociales y comunitarios. En ningún caso dichas señales podrán ser interrumpidas con comerciales, excepto los de origen.~~

Prevía autorización y cumplimiento de la normatividad en derechos de autor y conexos correspondientes, los operadores públicos, privados y comunitarios y los concesionarios de espacios de televisión podrán recibir y distribuir señales codificadas. Esta recepción y distribución, para el caso de operadores de televisión en el nivel local con ánimo de lucro, deberá ser abierta y no podrá cobrarse a los televidentes por su recepción.

-Derogar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad los artículos 1, 3 y 4 del Acuerdo CNTV 6 de 2002 compilado en la Sección 7 del Capítulo 4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

<sup>55</sup> Se incluyen modificaciones sobre las obligaciones de reportes de información de las cuales trata la sección 9.8

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 53 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

## 8.5. Eje temático Programación – Subtemática: Obras Cinematográficas Nacionales

Las obras cinematográficas nacionales —OCN son producidas en Colombia para ser estrenadas y distribuidas en cualquier pantalla, pero principalmente en salas de cine. Se diferencian de los demás contenidos televisivos en que son unitarias (no seriadas, sino que constan de una sola pieza, aunque pueden hacer parte de trilogías o demás tipos de saga), y que buscan contar una historia o exponer narrativamente ideas mediante los múltiples lenguajes y formatos del cine.

El Capítulo I de la Resolución CRC 5050 de 2016 las define como:

*OBRAS CINEMATOGRÁFICAS NACIONALES: Para efectos de la presente resolución, se entienden como aquellas producciones audiovisuales de largometraje, cortometraje, ficción, documentales u otro, cuya nacionalidad colombiana sea certificada por parte del Ministerio de Cultura, una vez verificada la participación artística, técnica y económica exigida en las normas respectivas.*

La norma tiene su origen en el Acuerdo CNTV 7 de 2006, y compilada en la Resolución CRC 5050 de 2016 mediante la Resolución CRC 6383 de 2021<sup>56</sup>.

Debe tenerse en cuenta que el artículo 18 de la Ley 814 de 2003, señala que la CNTV fijará anualmente un porcentaje de emisión de obras cinematográficas nacionales.

Como se anticipó en el acápite de la subtemática de Producción Nacional, el artículo 33 de la Ley 182 de 1995 establecía una definición de coproducción, sin embargo, esta definición fue derogada por el artículo 21 de la Ley 1520 de 2012.

Por su parte, el artículo 44 de la Ley 397 de 1997<sup>57</sup> precisa que para que se entienda que existe coproducción cinematográfica colombiana de largometraje se debe reunir los siguientes requisitos:

- “1. Que sea producida conjuntamente por empresas cinematográficas colombianas y extranjeras.
2. Que la participación económica nacional no sea inferior al veinte por ciento (20%).
3. Que la participación artística colombiana que intervenga en ella sea equivalente al menos al 70% de la participación económica nacional y compruebe su trayectoria o competencia en el sector cinematográfico”.

Los conceptos establecidos en la Ley 397 de 1997 son aplicables a las OCN, por virtud de lo señalado en el artículo 2 de la Ley 814 de 2003.

De igual modo, el Decreto 358 de 2000, reglamentó la Ley 397 de 1997, y los artículos 8, 9, 10, 11, 12 y 13 del mencionado Decreto, establecen los porcentajes de participación artística, técnica y

<sup>56</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 CRC”.

<sup>57</sup> “Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias”.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 54 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

económica para que una obra cinematográfica de largo o cortometraje sea considerada como nacional en las modalidades de producción y coproducción.

Por lo que será necesario, remitir a la Ley 397 de 1997 y sus Decretos reglamentarios, para que a efectos de hacer efectivo el incentivo y estímulo a la emisión de OCN por el triple, ese operador de televisión o concesionario tenga en cuenta esos criterios, en un mínimo del 30%, de acuerdo con lo señalado en el último inciso del artículo 16.4.8.7.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

La norma vigente conforma la Sección 8 del Capítulo 4 la Resolución CRC 5050 de 2016 de la mencionada Resolución, así:

*ARTÍCULO 16.4.8.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN. El objeto de la presente sección es establecer el porcentaje mínimo de Obras Cinematográficas Nacionales que deben transmitir anualmente, por el servicio público de televisión, los concesionarios de espacios, los concesionarios nacionales privados de televisión abierta, los concesionarios locales privados de televisión abierta con ánimo de lucro y los concesionarios públicos nacionales y regionales o habilitados para tal efecto.*

*ARTÍCULO 16.4.8.2 CONTABILIZACIÓN DE OBRAS CINEMATOGRAFICAS NACIONALES. Las obras cinematográficas nacionales que se emitan en cumplimiento de la presente sección se contabilizarán como parte de los porcentajes de programación nacional que los operadores de televisión y concesionarios de espacios deben transmitir por disposición del artículo 33 de la Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001 o de acuerdo con la norma que la modifique, adicione o sustituya.*

*ARTÍCULO 16.4.8.3 PORCENTAJE DE EMISIÓN DE OBRAS CINEMATOGRAFICAS NACIONALES. Los operadores de televisión y los concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección emitirán anualmente Obras Cinematográficas Nacionales por un equivalente mínimo al 10% del tiempo total de emisión de producciones cinematográficas extranjeras.*

*ARTÍCULO 16.4.8.4 OBLIGACIÓN DE EMISIÓN. Las Obras Cinematográficas Nacionales transmitidas en cumplimiento de lo dispuesto en la presente sección serán presentadas entre las 06:00 y antes de las 24:00 horas, y su contenido se adecuará a las franjas de audiencia y a la reglamentación vigente para repeticiones de programas.*

*PARÁGRAFO 1º. Los operadores de televisión y concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección rendirán informe semestral a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, de conformidad, con los lineamientos establecidos para el efecto, sobre la totalidad de los títulos nacionales y extranjeros emitidos, la duración de cada uno de ellos y el tiempo total.*

*PARÁGRAFO 2º. En todo caso, las obras cinematográficas de que trata el presente artículo estarán sujetas a los criterios sobre repeticiones, fijados en la Sección 7 del Capítulo 4 del Título XVI de la presente resolución.*

*PARÁGRAFO 3º. La emisión de las obras cinematográficas nacionales deberá incluir la divulgación de la totalidad de los créditos de la misma.*

*ARTÍCULO 16.4.8.5 INCENTIVOS Y ESTÍMULOS A LA EMISIÓN DE OBRAS CINEMATOGRAFICAS NACIONALES. A efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional que por Ley deben transmitir, los operadores de televisión y los concesionarios de espacios podrán contar por el doble o el triple de la duración de las Obras Cinematográficas Nacionales que transmitan, en las siguientes condiciones:*

*Por el doble:*

*a) Toda emisión de Obras Cinematográficas Nacionales que exceda el porcentaje mínimo fijado en la presente sección, siempre y cuando no haya sido presentado antes, en ese mismo período, por ese concesionario y no constituya repetición.*

*b) La emisión de Obras Cinematográficas Nacionales que hayan sido producidas o estrenadas durante el año inmediatamente anterior, siempre y cuando no constituya repetición.*

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 55 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

c) Toda Obra Cinematográfica Nacional emitida el fin de semana, que comprende los días sábados, domingos o festivos, entre las 6:00 y antes de las 24:00 horas, siempre y cuando no constituya repetición.

d) La emisión de Obras Cinematográficas Nacionales producidas por universidades, por ONG o por agencias del Estado que cumplen funciones y finalidades culturales, siempre y cuando no constituya repetición.

Por el triple: Toda Obra Cinematográfica Nacional coproducida mínimo en un treinta (30) por ciento por un operador de televisión o concesionario de espacios, y que sea emitida por televisión sin constituir repetición.

**PARÁGRAFO.** El beneficio de los estímulos y los incentivos obtenidos por el cumplimiento de más de una de las condiciones aquí señaladas no son sumables ni acumulables por la emisión de una misma Obra Cinematográfica Nacional.

Como puede detallarse, la inclusión de obligación de emitir un porcentaje de OCN es relativa a las obras extranjeras que se emiten, de manera que, si un operador de TV abierta no emite en sus canales ninguna obra cinematográfica extranjera, esta norma no le aplicaría.

En la consulta sectorial llevada a cabo entre noviembre y diciembre de 2022, así como en otras instancias de interacción, los operadores de televisión señalan que esta medida solo afecta a la TV abierta, lo que genera una asimetría con otras modalidades reguladas y con los no regulados. Los principales argumentos de los operadores son:

- La falta de suficientes contenidos cinematográficos nacionales que cumplan con características técnicas, de calidad, temáticas y narrativas que los hagan aptos para la pantalla televisiva. Esto deriva de las diferencias entre los lenguajes, temáticas y formatos televisivos, que son bastante acotados por el carácter masivo de su audiencia, y los del cine, que son más amplios y pueden ser más complejos y difíciles para una audiencia general como es la de los canales de TV colombianos.
- La falta de un catálogo actualizado y caracterizado de la producción colombiana disponible para el cumplimiento de esta norma, a la luz de la anterior consideración, lo que hace que cada operador deba desarrollar sus propias estrategias de búsqueda y adquisición. Solo se encuentran publicados los reportes globales de Proimágenes y el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura<sup>58</sup>, que incluye la producción anual de OCN.

Según los participantes en las interacciones<sup>59</sup>, se evidencia que la poca oferta apta para la pantalla televisiva es repartida entre todos los canales obligados por la norma. Dado que el licenciamiento de estos contenidos para emisión suele estar mediado por exclusividad, cada adquisición disminuye la posibilidad de los demás operadores de conseguir contenidos para cumplir.

También durante las mesas de trabajo, especialmente con la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC, surgió la propuesta de moderar la norma mediante incentivos, que permitiría flexibilizarla y actualizarla, pero manteniendo la intención de promover y proteger la industria cinematográfica nacional. El incentivo sería la consideración del *telecine*, definido como "*película realizada para ser estrenada en pantallas televisivas*".

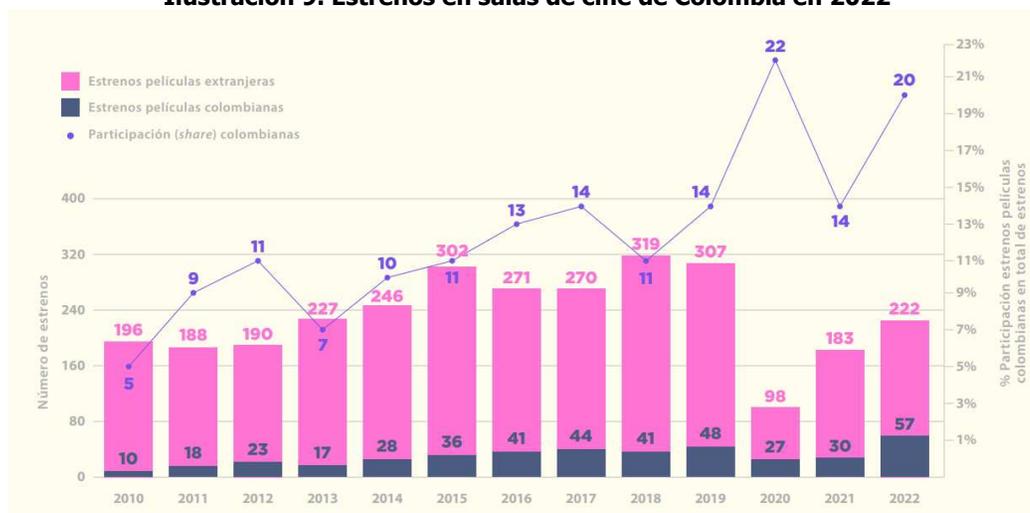
<sup>58</sup> MINCULTURA. 2023. Anuario de Estadísticas Culturales. [En línea]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:a51b4916-fc36-4898-b9f6-e7380e21b114/anuario-de-estadisticas-culturales-2022.pdf>

<sup>59</sup> Especialmente Caracol TV y Canal Capital, con quienes se llevaron a cabo reuniones específicas sobre el tema.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 56 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

De acuerdo con Proimágenes<sup>60</sup>, en 2022 se estrenaron 57 películas colombianas, 27 títulos más que en 2021. Los géneros de los largometrajes del año fueron 26 documentales, 21 dramas, 7 comedias, 2 de misterio y 1 de terror. Esto quiere decir que 2022 es el año con mayor número de estrenos de películas colombianas en salas de cine, año en el que se estrenaron 9 películas más en comparación con 2019.

**Ilustración 9. Estrenos en salas de cine de Colombia en 2022**

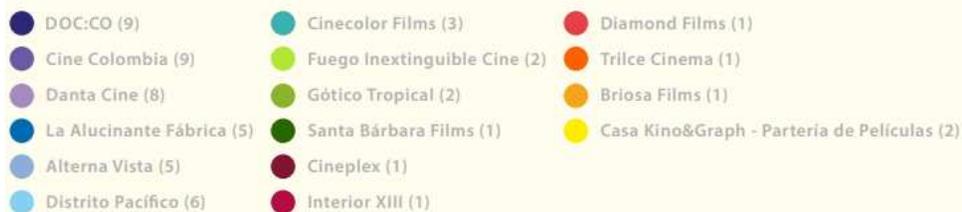


Fuente: Proimágenes

Según el informe de Proimágenes, los 57 estrenos de películas colombianas en salas de cine en el año 2022 fueron distribuidos por 16 empresas distintas, siendo DOC:CO y Cine Colombia las que más participaron en el mercado, con 9 títulos cada una (31,58% del total), seguido por Danta Cine con 8 estrenos (14,05% del total).

**Ilustración 10. Distribuidores de OCN en Colombia en 2022**

## DISTRIBUIDORES DE PELÍCULAS COLOMBIANAS 2022



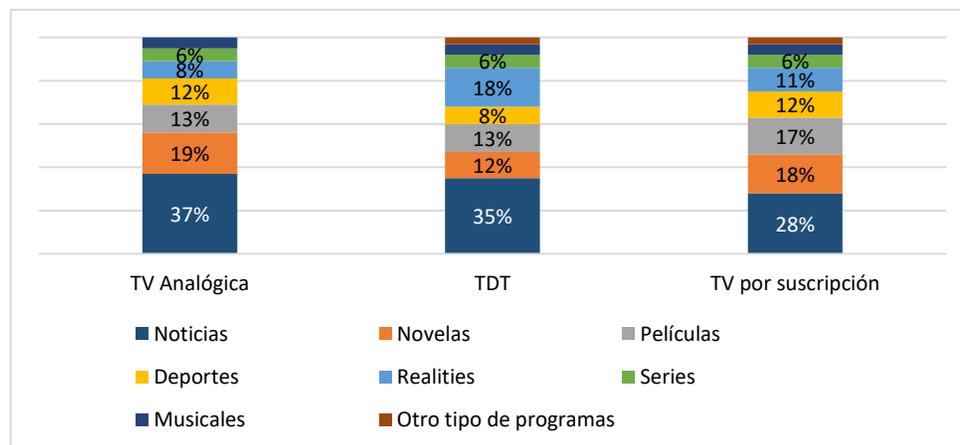
Fuente: Proimágenes

<sup>60</sup> PROIMÁGENES. 2023. El cine en cifras. [En línea]. Disponible en: [https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine\\_colombiano/cine\\_en\\_cifras/CineEnCifras23\\_HTML/index.html](https://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/cine_en_cifras/CineEnCifras23_HTML/index.html)

Estos datos permiten evaluar tanto el tamaño de la oferta de OCN a disposición de los operadores de televisión, como la de distribuidoras. Debe tenerse en cuenta que, según informó Canal Capital en mesa de trabajo, muchas veces el operador no negocia con distribuidoras sino directamente con los productores de la película.

En síntesis, respecto a la subtemática, puede evidenciarse desde las cifras que el mercado de OCN en Colombia es mediano, y que podría cumplir con las exigencias de la norma. También es posible desde las cifras constatar que gran parte de la oferta son documentales, cuando las audiencias televisivas colombianas prefieren los géneros, drama, comedia, *reality* y deportes.

**Ilustración 11. Contenidos de televisión abierta que las personas acostumbran a ver por TV analógica, TDT y TV por suscripción**



Fuente: Brandstrat<sup>61</sup>

Por tanto, es posible que la oferta no supla adecuadamente la demanda desde el punto de vista de temas y géneros. Por otra parte, no es posible constatar desde las cifras si el tratamiento narrativo (la forma como se aborda un tema) es, como lo afirman los operadores de TV, inadecuado para la pantalla televisiva, dado que este criterio no está en las clasificaciones de OCN consultadas.

Finalmente, debe hacerse referencia a lo previsto en el Anexo 2<sup>62</sup> del Tratado de Libre Comercio suscrito entre la República de Colombia y Estados Unidos de América, el cual señala que "Colombia se reserva el derecho de adoptar o mantener cualquier medida requiriendo que un porcentaje específico (no excediendo el 10 por ciento) del total de obras cinematográficas mostradas anualmente en canales de televisión abierta consista de obras cinematográficas colombianas. Para establecer dicho porcentaje Colombia deberá tener en cuenta la disponibilidad de obra cinematográfica nacional para la televisión abierta (...)". Lo anterior, se tomó en cuenta para la confección de las alternativas regulatorias y su correspondiente evaluación.

<sup>61</sup> Respuesta a la pregunta 94, "¿Qué contenidos de la televisión nacional acostumbra a ver por...?", del cuestionario de BRANDSTRAT para el estudio *El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia 2023-Residencial*. 2023. Producto desarrollado en el marco del Contrato 120 de 2023.

<sup>62</sup> Tratado de Libre Comercio USA. Anexo II - Medidas Disconformes para Servicios e Inversión – Colombia. Disponible en: <https://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Anexo-II.pdf>

### 8.5.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA OBRAS CINEMATOGRAFICAS NACIONALES	
<b>Situación identificada:</b>	<b>La oferta del mercado de películas colombianas que puedan ser transmitidas por calidad y contenido en televisión abierta es limitada</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener las obligaciones actuales en OCN, que implican que se emita el 10% de tiempo en OCN respecto a la cantidad de obras cinematográficas extranjeras que se emitan.
<b>Alternativa 2: Flexibilización % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo</b>	Fijar en 5% el porcentaje de OCN respecto al total de OC extranjeras emitido en el periodo dado, y se aclara que la base de cálculo es la emisión de cada canal. Se elimina la condición de que no constituya repetición.
<b>Alternativa 3: Flexibilización % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo e inclusión de telecine</b>	Fijar en 5% el porcentaje de OCN respecto al total de OC extranjeras emitido en el periodo dado, y se aclara que la base de cálculo es la emisión de cada canal. Se elimina la condición de que no constituya repetición. Se incluye el concepto de telecine como incentivo por el triple.
<b>Alternativa 4: Se mantiene el % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo e inclusión de telecine</b>	Mantener en 10% el porcentaje de OCN respecto al total de OC extranjeras emitido en el periodo dado, y se aclara que la base de cálculo es la emisión de cada canal. Se elimina la condición de que no constituya repetición. Se incluye el concepto de telecine como incentivo por el triple.

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

#### Alternativa 1: Statu Quo

Se mantiene la sección 8 del capítulo 4 de la Resolución CRC 5050 de 2916, compuesta por los artículos 16.4.8.1. al 16.4.8.5, expuestos en el numeral 8.5. del presente documento, que indican que 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.

#### Alternativa 2: Flexibilización % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo

Esta alternativa **fija en 5%** la cuota anual de emisión de obras cinematográficas nacionales y aclara que la base del cálculo es el total de emisión de OC extranjeras en **el canal**. De manera periódica la CRC debe revisar la base de cálculo, de acuerdo con los reportes de cumplimiento y el inventario que para el efecto dispongan las entidades competentes y las asociaciones y gremios del sector.

- Se elimina la condición a que no constituya repetición.

#### Alternativa 3: Flexibilización % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del concepto telecine dentro de los incentivos.

Esta alternativa **fija en 5%** la cuota anual de emisión de obras cinematográficas nacionales y aclara que la base del cálculo es el total de emisión de OC extranjeras en **el canal**. De manera periódica

la CRC debe revisar la base de cálculo, de acuerdo con los reportes de cumplimiento y el inventario que para el efecto dispongan las entidades competentes y las asociaciones y gremios del sector.

- Se elabora e incluye el concepto de *telecine* (película producida específicamente para televisión) como una condición para la contabilización por el triple, a efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional:

*"A efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional que por Ley deben transmitir, los operadores de televisión y los concesionarios de espacios podrán contar por el doble o el triple de la duración de las OCN que transmitan, en las siguientes condiciones: (...)*

*Por el triple: (i) Toda OCN coproducida mínimo en un 30% por un operador de televisión o concesionario de espacios, y que sea emitida por televisión.*

*(ii) Toda Obra Cinematográfica Nacional producida en formato telecine "película realizada para ser estrenada en pantallas televisivas"*

- Se elimina la condición a que no constituya repetición.

#### Alternativa 4: Mantenimiento del % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del telecine dentro de los incentivos.

Esta alternativa **mantiene en 10%** la cuota anual de emisión de obras cinematográficas nacionales y aclara que la base del cálculo es el total de emisión de OC extranjeras en **el canal**. De manera periódica la CRC debe revisar la base de cálculo, de acuerdo con los reportes de cumplimiento y el inventario que para el efecto dispongan las entidades competentes y las asociaciones y gremios del sector.

- Se elabora e incluye el concepto de *telecine* (película producida específicamente para televisión) como una condición para la contabilización por el triple, a efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional:

*"A efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional que por Ley deben transmitir, los operadores de televisión y los concesionarios de espacios podrán contar por el doble o el triple de la duración de las OCN que transmitan, en las siguientes condiciones: (...)*

*Por el triple: (i) Toda OCN coproducida mínimo en un 30% por un operador de televisión o concesionario de espacios, y que sea emitida por televisión.*

*(ii) Toda Obra Cinematográfica Nacional producida en formato telecine "película realizada para ser estrenada en pantallas televisivas"*

- Se elimina la condición a que no constituya repetición.

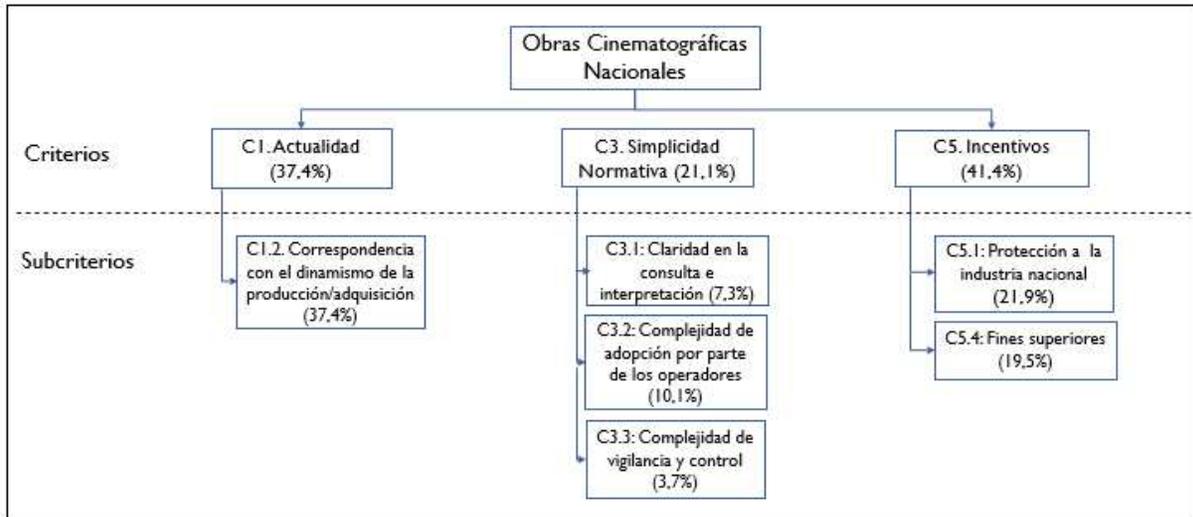
## 8.5.2. Evaluación

### Criterios y subcriterios

Se consideraron 3 criterios y 6 subcriterios para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Obras cinematográficas nacionales**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 60 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 12. Criterios y subcriterios. Subtemática: Obras cinematográficas nacionales**

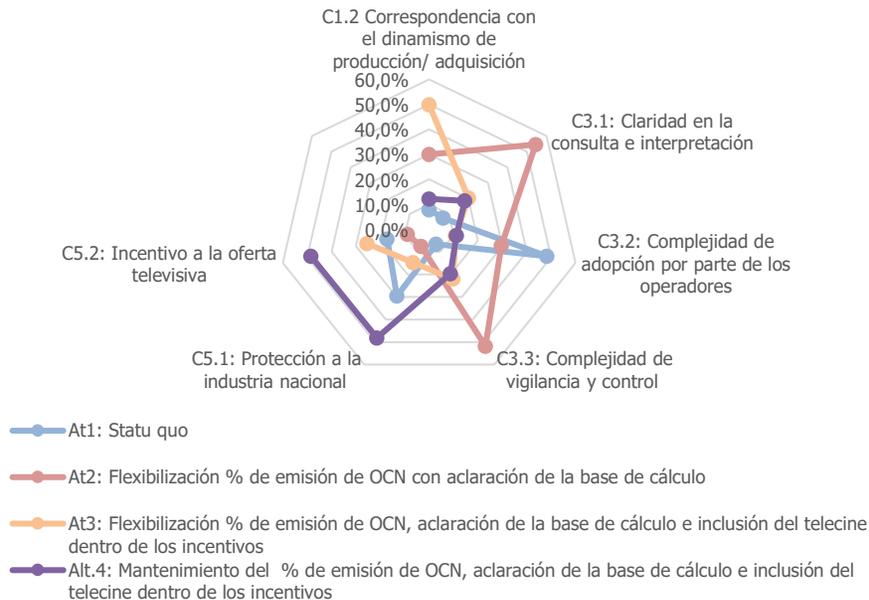


Fuente: Elaboración CRC

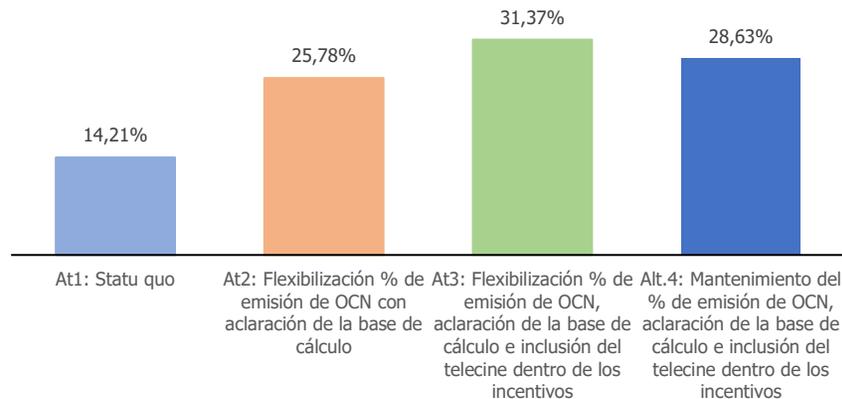
**Resultados de la evaluación:**

El resultado de las cuatro (4) alternativas se presenta en la Ilustración 13.

**Ilustración 13. Resultados de la evaluación. Subtemática: Obras cinematográficas nacionales**



**Puntaje por subcriterio**



### Puntaje por alternativa

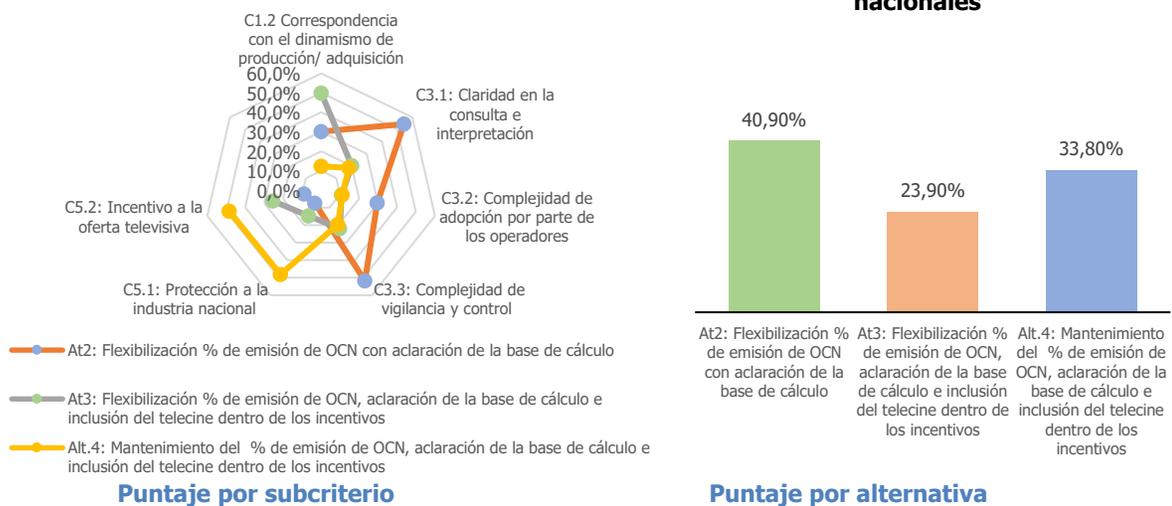
Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las cuatro alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, se evidenció un empate técnico, dado que entre la alternativa 2 y 4, la diferencia ascendió a 2.85%. Y entre la alternativa 3 y 4 una diferencia de 2.74%. Por lo anterior, se llegó al consenso que el resultado de la evaluación no era concluyente.

De esta manera, se consideró procedente realizar un desempate, por lo que el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias con mayor puntuación (2, 3 y 4) en función de cada uno de los subcriterios establecidos, corresponde a que la alternativa 2 resulta ser la óptima con un puntaje de 40.90%.

El resultado de las tres (3) alternativas se presenta en la Ilustración 14, donde se exhiben los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

### Ilustración 14. Resultados de la evaluación (desempate). Subtemática: Obras cinematográficas nacionales



Fuente: Elaboración CRC

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- a. Con respecto a la “correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición” (64,6%), se determinó que la alternativa regulatoria 2 es la que más permite a los operadores programar de una manera más acorde con las dinámicas actuales de producción nacional de contenidos generalistas, producción de contenidos temáticos o disponibilidad de obras cinematográficas nacionales.
- b. Con respecto a la claridad en la consulta e interpretación, la alternativa de más peso es la número 2 (59,3%) en tanto permite que operadores como otros grupos de valor del sector consulten con facilidad la norma y la entiendan con la mayor claridad, sin duplicidades y sin espacio a interpretaciones erróneas que puedan generar perjuicios para algún actor.
- c. En cuanto al criterio de complejidad de adopción por parte de los operadores, tiene mayor ponderación la alternativa 2 (66,0%) en tanto que las condiciones que plantea, permiten que sea de fácil implementación por parte de los operadores, con alta viabilidad.
- d. Respecto el subcriterio de complejidad de vigilancia y control la alternativa 2 (64,0%) tiene mayor representatividad en el sentido que facilita al regulador y a las demás autoridades competentes la vigilancia y control de la medida.
- e. En lo correspondiente al subcriterio de protección a la industria nacional, la alternativa 4 (64,0%) es la de mayor puntaje en cuanto genera en mayor medida incentivos para que los operadores generen o adquieran más contenidos televisivos nacionales para su emisión.
- f. Finalmente, el subcriterio de incentivo a la oferta televisiva alcanzó mayor ponderación con la alternativa 4 (64,1%) en la medida que promueve que se generen más opciones de programación televisiva, tales como nuevas franjas de programación con nichos específicos.

Dada la necesidad de evaluar ex post los posibles efectos de esta modificación sobre el sector audiovisual, la prevista flexibilización del porcentaje será objeto de monitoreo por la Comisión, que podría fijarlo nuevamente en 10% si así se concluye de la revisión periódica que la CRC puede realizar de acuerdo con lo establecido en el artículo 16.4.8.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es la siguiente<sup>63</sup>:

- Subrogar los artículos 1, 2, 3, 4 y 5 del Acuerdo CNTV 7 de 2006 compilados en la Sección 8 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16.4.8.1 ÁMBITO DE APLICACIÓN. El objeto de la presente sección es establecer el porcentaje mínimo de Obras Cinematográficas Nacionales que deben transmitir anualmente, por el servicio público de televisión los operadores de dicho servicio en la modalidad televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública. ~~los concesionarios nacionales privados de televisión~~

<sup>63</sup> Sobre la modificación del párrafo del artículo 16.4.8.4 se pronunciará esta Comisión en la sección 9.8.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 63 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

~~abierta, los concesionarios locales privados de televisión abierta con ánimo de lucro y los concesionarios públicos nacionales y regionales o habilitados para tal efecto.~~

ARTÍCULO 16.4.8.2 CONTABILIZACIÓN DE OBRAS CINEMATográfICAS NACIONALES. Las obras cinematográficas nacionales que se emitan en cumplimiento de la presente sección se contabilizarán como parte de los porcentajes de programación nacional que los operadores de televisión y concesionarios de espacios deben transmitir por disposición del artículo 33 de la Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001 o de acuerdo con la norma que la modifique, adicione o sustituya.

ARTÍCULO 16.4.8.3 PORCENTAJE DE EMISIÓN DE OBRAS CINEMATográfICAS NACIONALES. Los operadores de televisión y los concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección emitirán anualmente Obras Cinematográficas Nacionales por un equivalente mínimo al ~~5%~~ **10%** del tiempo total de emisión de producciones cinematográficas extranjeras **emitidas en el canal. La base de cálculo será revisada de manera periódica por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, de acuerdo con los reportes de cumplimiento y el inventario que para el efecto dispongan las entidades competentes y las asociaciones y gremios del sector.**

ARTÍCULO 16.4.8.4 OBLIGACIÓN DE EMISIÓN. Las Obras Cinematográficas Nacionales transmitidas en cumplimiento de lo dispuesto en la presente sección serán presentadas entre las 06:00 y antes de las 24:00 horas, y su contenido se adecuará a las franjas de audiencia. ~~y a la reglamentación vigente para repeticiones de programas.~~

PARÁGRAFO 1. Los operadores de televisión y concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección rendirán informe ~~semestral~~ a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, de conformidad, ~~con los lineamientos establecidos para el efecto,~~ **a través del Formato T.4.5 del Título de Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016,** sobre la totalidad de los títulos nacionales y extranjeros emitidos, la duración de cada uno de ellos y el tiempo total.

~~PARÁGRAFO 2. En todo caso, las obras cinematográficas de que trata el presente artículo estarán sujetas a los criterios sobre repeticiones, fijados en la Sección 7 del Capítulo 4 del Título XVI de la presente resolución.~~

PARÁGRAFO ~~2~~ **3.** La emisión de las obras cinematográficas nacionales deberá incluir la divulgación de la totalidad de los créditos de ~~esta~~ **la misma**

ARTÍCULO 16.4.8.5 INCENTIVOS Y ESTÍMULOS A LA EMISIÓN DE OBRAS CINEMATográfICAS NACIONALES. A efectos de cumplir con el porcentaje de programas de producción nacional que por Ley deben transmitir, los operadores de televisión **a los que se les aplica la presente sección** y los concesionarios de espacios podrán contar por el doble o el triple de la duración de las Obras Cinematográficas Nacionales que transmitan, en las siguientes condiciones:

Por el doble:

~~a) Toda emisión de Obras Cinematográficas Nacionales que exceda el porcentaje mínimo fijado en la presente sección, siempre y cuando no haya sido presentado antes, en ese mismo período, por ese operador o concesionario y no constituya repetición.~~

~~ab) La emisión de Obras Cinematográficas Nacionales que hayan sido producidas o estrenadas durante el año calendario inmediatamente anterior,~~ **siempre y cuando no constituya repetición.**

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 64 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

b) Toda Obra Cinematográfica Nacional emitida el fin de semana, que comprende los días sábados, domingos o festivos, entre las 6:00 y antes de las 24:00 horas. ~~siempre y cuando no constituya repetición.~~

c) La emisión de Obras Cinematográficas Nacionales producidas por universidades, por ONG o por agencias del Estado que cumplen funciones y finalidades culturales. ~~, siempre y cuando no constituya repetición.~~

Por el triple: Toda Obra Cinematográfica Nacional coproducida mínimo en un treinta (30) por ciento por un operador de televisión o concesionario de espacios, ~~de conformidad con lo establecido en el artículo 44 de la Ley 397 de 1997 y sus decretos reglamentarios, y que sea emitida por televisión sin constituir repetición.~~

PARÁGRAFO. El beneficio de los estímulos y los incentivos obtenidos por el cumplimiento de más de una de las condiciones aquí señaladas no son sumables ni acumulables por la emisión de una misma Obra Cinematográfica Nacional.

## 8.6. Eje temático Espacios Institucionales - Subtemática: Franjas de emisión espacios institucionales

Las franjas de emisión de espacios institucionales corresponden a los horarios en los cuales los operadores se permiten emitir espacios institucionales con el ánimo de dar cumplimiento a la regulación vigente sobre la materia, la cual se encuentra contenida en la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Sobre los horarios para la transmisión de los espacios institucionales, y la cantidad de tiempo de espacios institucionales que debe ser emitida diariamente (tiempo de reserva para la emisión de espacios institucionales) versan los artículos 16.4.10.2<sup>64</sup>, 16.4.10.7<sup>65</sup>, 16.4.10.9<sup>66</sup>, y 16.4.10.10<sup>67</sup> de la Resolución CRC 5050 de 2016.

No obstante, como se identificó en el documento de formulación del problema publicado el 14 de julio de 2023, y en concordancia con lo manifestado por los operadores tanto en los espacios de discusión como en los comentarios, existe una falta de claridad que se deriva de los términos en que dichas disposiciones normativas son fijadas, pues como se observa, las mismas establecen condiciones ya sea en términos de horarios de transmisión, de tiempo diario para la emisión de espacios

<sup>64</sup> "ARTÍCULO 16.4.10.2 DE LOS HORARIOS PARA LA TRANSMISIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES. Los espacios de televisión asignados a los mensajes institucionales deberán ser presentados de lunes a viernes entre las 15:55 y las 18:55 horas.

Los espacios de televisión asignados a los mensajes institucionales que actualmente se presentan en el horario de lunes a viernes entre las 19:00 y las 22:40 horas, se continuarán presentando en el mismo horario.

Los canales locales y comunitarios en los horarios que se encuentren al aire cumplirán diariamente con los Planes de Emisión enviados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones."

<sup>65</sup> "ARTÍCULO 16.4.10.7 RADIODIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE. La Comisión de Regulación de Comunicaciones, se reserva 15 minutos diarios en cada uno de los canales que componen el múltiplex digital para la transmisión de mensajes institucionales.

Las condiciones de radiodifusión y programación de estos espacios serán las establecidas en la presente resolución"

<sup>66</sup> "ARTÍCULO 16.4.10.9 DETERMINACIÓN DE ESPACIOS INSTITUCIONALES. Sin perjuicio de lo que disponga el legislador, la Comisión de Regulación de Comunicaciones podrá reservar los siguientes tiempos diarios para la radiodifusión de espacios institucionales en televisión abierta:

a) En la franja familiar: hasta 60 minutos.

b) En la franja adultos: hasta 30 minutos."

<sup>67</sup> "ARTÍCULO 16.4.10.10 RESERVA DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES. En desarrollo de lo establecido en el artículo anterior, la Comisión de Regulación de Comunicaciones reserva los siguientes tiempos diarios, de lunes a domingo, para la radiodifusión de espacios institucionales en televisión abierta:

a) Cinco (5) minutos en el horario comprendido entre las 12:00 a las 18:00 horas, y

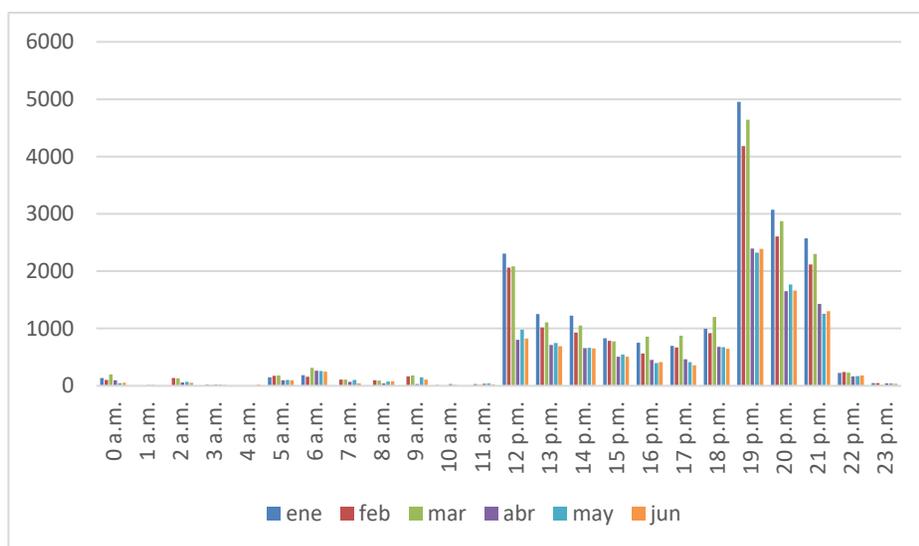
b) Diez (10) minutos en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas."

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 65 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

institucionales, de tiempos de reserva por franja para la emisión de espacios institucionales o cantidad de tiempo de espacios institucionales por franja; en todo caso, sin ser evidente equivalencia alguna entre dichas disposiciones.

Por otro lado, y de acuerdo con lo manifestado por los agentes regulados, ha evidenciado esta Comisión, que, del cumplimiento de la normativa vigente, especialmente de la aplicación del artículo 16.4.10.10 de la Resolución CRC 5050 de 2016, se ha materializado una alta concentración de espacios institucionales en las franjas de alta audiencia, lo cual, según afirman los operadores, ocasiona fuga de audiencias e imposibilita la oportunidad de emitir contenido publicitario. Dicha situación de concentración de espacios se observa en la gráfica a continuación, la cual evidencia la distribución horaria de emisión de dichos espacios en el total de la programación de TV abierta durante el primer semestre de 2023.

**Ilustración 15. Total de Minutos de Espacios Institucionales por hora en TV abierta (2023)**



Fuente. Elaboración propia con información de PostData<sup>68</sup>.

Del anterior gráfico se evidencia una tendencia de concentración de espacios institucionales en el horario comprendido entre las 12:00 m y las 21:59, la cual al mismo tiempo se observa acentuada entre las 19:00 y las 21:59. Así pues, al relacionar dicho comportamiento con las disposiciones regulatorias vigentes, resulta evidente que dicha acumulación de espacios encuentra como una de sus causas el contenido del artículo 16.4.10.10, según el cual, la CRC se reserva para la radiodifusión de espacios institucionales cinco (5) minutos en el horario comprendido entre las 12:00 a las 18:00 horas, y diez (10) minutos en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas.

En ese sentido, una vez diagnosticada la situación presentada en materia de horarios o franjas para la emisión de espacios institucionales, se formula el siguiente conjunto de alternativas, el cual además de presentar la posibilidad de mantener el statu quo, presenta dos (2) alternativas que propenden por la desconcentración de dichos espacios institucionales en horarios más amplios.

<sup>68</sup> Dataset. Espacios Institucionales Televisión abierta. Disponible para consulta en: <https://www.postdata.gov.co/dataset/espacios-institucionales-televi%C3%B3n-abierta>

Por otro lado, en relación con los espacios institucionales especiales y espacios de cámaras legislativas, debe mencionarse que los mismos han sido incluidos en la regulación con el objetivo de que la misma sea autocontenida y refleje las obligaciones que han sido establecidas por la vía legislativa, es así como se dispone en el artículo 16.4.10.11 un listado de espacios institucionales especiales y en el artículo 16.4.10.19 se fijan las condiciones a través de las cuales se debe dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 5 de 1992, esto es, garantizar el acceso gratuito por parte de las Cámaras Legislativas al servicio de televisión abierta.

No obstante, se observa que, en los años recientes, y particularmente, con la expedición de la Ley 1909 de 2018<sup>69</sup>, se ha habilitado igualmente el acceso a espacios adicionales en televisión por parte de organizaciones políticas con representación en las corporaciones públicas de elección popular que se declaren en oposición. Al respecto debe mencionarse que, si bien dicha disposición legislativa se encuentra vigente a pesar de no ser incluida vía regulatoria, también se evidencia la necesidad de mantener una regulación autocontenida que relacione también la antecitada obligación legislativa, en conjunto con las demás obligaciones que habilitan la emisión de mensajes institucionales, o de Cámaras Legislativas que ya se encuentran también incluidas en la regulación general.

### 8.6.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA FRANJAS DE EMISIÓN ESPACIOS INSTITUCIONALES	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Se presenta una acumulación de espacios institucionales en horarios de alta audiencia, lo que limita la posibilidad de comercializar tiempo al aire por parte de los operadores y ocasiona fuga de audiencias entre canales; así mismo, se afecta la experiencia del televidente.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	<p>Hay dos franjas para la emisión de espacios institucionales, (i) Entre 15:55 y las 18:55 y (ii) entre las 19:00 y las 22:40.</p> <p>La CRC reserva 15 minutos para la emisión de espacios institucionales, distribuidos así: cinco (5) minutos en el horario entre las 12:00 y las 18:00; y diez (10) minutos entre las 18:00 y las 22:00.</p> <p>Son espacios institucionales especiales los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partidos políticos</li> <li>• Propaganda electoral y divulgación política en época electoral</li> <li>• Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)</li> <li>• Instituto Colombiano de Bienestar Familiar</li> </ul> <p>Se debe destinar un espacio semanal de 30 minutos para Cámaras Legislativas.</p>
<b>Alternativa 2: Unificación de franja para emisión de espacios institucionales</b>	<p>Se establece una única franja para la emisión de espacios institucionales, entre las 12:00 y las 22:00.</p> <p>Se fija la obligación de emitir 15 mensajes institucionales diarios. Distribuidos así: 8 en la franja 12:00- 18:59, y 7 en la franja 19:00-22:00.</p> <p>Son espacios institucionales especiales los siguientes:</p>

<sup>69</sup> "Por medio de la cual se adoptan el estatuto de la oposición política y algunos derechos a las organizaciones políticas independientes."

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partidos políticos</li> <li>• Propaganda electoral y divulgación política en época electoral</li> <li>• Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)</li> <li>• Instituto Colombiano de Bienestar Familiar</li> <li>• Cámaras Legislativas</li> <li>• Ejercicio de la oposición</li> </ul>
<p><b>Alternativa 3: Unificación y ampliación de franja para emisión de espacios institucionales.</b></p>	<p>Se establece una única franja para la emisión de espacios institucionales, entre las 7:00 y las 22:00.</p> <p>Se fija la obligación de emitir 15 mensajes institucionales diarios. Distribuidos así: 10 en la franja 7:00- 18:59, y 5 en la franja 19:00-22:00.</p> <p>Son espacios institucionales los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partidos políticos</li> <li>• Propaganda electoral y divulgación política en época electoral</li> <li>• Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)</li> <li>• Instituto Colombiano de Bienestar Familiar</li> <li>• Cámaras Legislativas</li> <li>• Ejercicio de la oposición</li> </ul>

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

#### Alternativa 1 (Statu Quo)

Esta alternativa consiste en mantener sin ninguna modificación la normatividad vigente en materia de horarios y franjas para la emisión de espacios institucionales, de forma general, se destacan aquellas establecidos en los artículos que se relacionan a continuación:

- Artículo 16.4.1.7: La CRC se reserva 15 minutos diarios en los canales que componen el múltiplex para la transmisión de mensajes institucionales.
- Artículo 16.4.10.9: La CRC podrá reservar para la emisión de espacios institucionales 60 minutos en la franja familiar y 30 minutos en la franja de adultos
- Artículo 16.4.10.10: La CRC se reserva para la emisión de espacios institucionales de televisión abierta **(i)** 5 minutos en el horario comprendido entre las 12:00 a las 18:00 y **(ii)** 10 minutos entre las 19:00 y las 22:00 horas.

En lo relacionado con los espacios institucionales especiales, la regulación vigente lista en el artículo 16.4.10.11 los siguientes:

- Partidos políticos
- Propaganda electoral y divulgación política en época electoral
- Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar

Lo anterior se acompasa con lo indicado en el artículo 16.4.10.19, según el cual se debe destinar un espacio semanal de 30 minutos en horarios de alta audiencia para Cámaras Legislativas.

#### Alternativa 2: Unificación de franja para emisión de espacios institucionales.

Esta alternativa está enfocada en unificar los horarios en los cuales se deben emitir los espacios institucionales, así mismo, desconcentrando en cierta medida la presencia de este tipo de espacios en horarios de alta audiencia.

Para lograr dicho objetivo, se propone unificar en un solo artículo todas las medidas regulatorias que versen sobre los horarios para la emisión de espacios institucionales y la distribución horaria de estos.

Como característica complementaria, la carga regulatoria deberá cumplirse en términos de cantidad de espacios institucionales, y no de minutos totales de espacios institucionales, lo anterior, de conformidad con el objetivo de reconocer la realidad de que la duración de los espacios institucionales puede ser variable, y que, en todo caso, dicha duración es materia de estudio de las alternativas planteadas en la sección 8.7.

Así pues, la presente alternativa regulatoria consiste en establecer la obligación de emitir 15 mensajes institucionales, distribuidos así:

- 8 mensajes institucionales en el horario entre las 12:00 y las 18:59, y
- 7 en el horario entre las 19:00 y las 22:00.

Así mismo, la alternativa propone reorganizar el articulado, de modo que aquellas disposiciones asociadas a espacios institucionales especiales y aquellos que tienen origen legal, sean organizados bajo la misma sección, esto es incluyendo los espacios para partidos y movimientos políticos que se declaren en oposición política. Por tanto, dicha sección establecería las condiciones aplicables a los espacios asociados a:

- Partidos políticos
- Propaganda electoral y divulgación política en época electoral
- Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
- Cámaras Legislativas
- Ejercicio de la oposición

### Alternativa 3: Unificación y ampliación de franja para emisión de espacios institucionales.

Esta alternativa permite ampliar los horarios en los cuales se deben emitir los espacios institucionales, así mismo, desconcentrando en mayor medida la presencia de este tipo de espacios en horarios de alta audiencia.

Para lograr dicho objetivo, y al igual que en la alternativa 2, se propone unificar en un solo artículo todas las medidas regulatorias que versen sobre los horarios para la emisión de espacios institucionales y la distribución horaria de estos mismos.

En el mismo sentido, la carga regulatoria deberá cumplirse en términos de cantidad de espacios institucionales, y no de minutos totales de espacios institucionales, esto teniendo en cuenta igualmente que la duración de los espacios institucionales es materia de estudio de las alternativas planteadas en la sección 8.7.

Así pues, el factor diferencial de la presente alternativa regulatoria consiste en establecer la obligación de emitir 15 mensajes institucionales, distribuidos así:

- 10 mensajes institucionales en el horario entre las 7:00 y las 18:59, y
- 5 en el horario entre las 19:00 y las 22:00.

Al igual que la alternativa 2, se propone reorganizar el articulado, de modo que aquellas disposiciones asociadas a espacios institucionales especiales y aquellos que tienen origen legal, sean organizados bajo la misma sección, esto es incluyendo los espacios para partidos y movimientos políticos que se declaren en oposición política. Por tanto, dicha sección establecería las condiciones aplicables a los espacios asociados a:

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 69 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

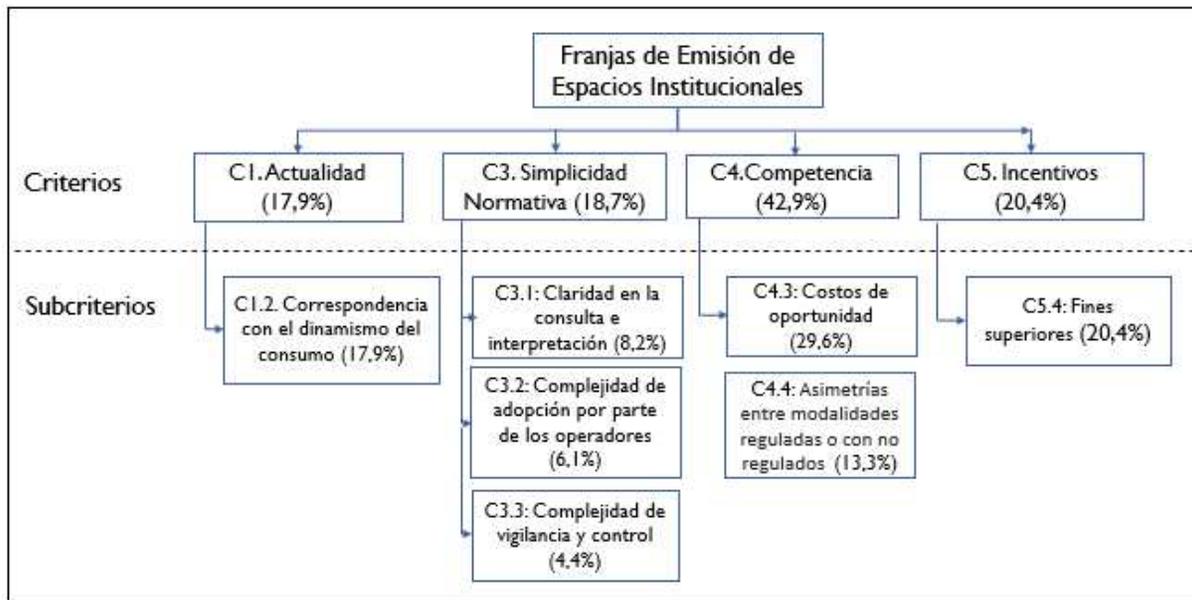
- Partidos políticos
- Propaganda electoral y divulgación política en época electoral
- Asociaciones de consumidores (boletín del consumidor)
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar
- Cámaras Legislativas
- Ejercicio de la oposición

## 8.6.2. Evaluación

### Criterios y subcriterios

Se consideraron 4 criterios y 7 subcriterios para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Franjas de emisión Espacios Institucionales**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el ANEXO 3.

**Ilustración 16. Criterios y subcriterios. Subtemática: Franjas de emisión Espacios Institucionales**



Fuente: Elaboración CRC

### Resultados de la evaluación:

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 17, donde se muestran los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 17. Resultados de la evaluación. Subtemática: Franjas de emisión Espacios Institucionales**



### Puntaje por subcriterio

### Puntaje por alternativa

Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3 resulta ser la óptima con un puntaje de 47.47%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- Con respecto a la "correspondencia con el dinamismo del consumo", la alternativa de mayor peso fue la 3 con un peso de 63,3%, se determinó que esta alternativa, al reducir efectivamente el tiempo total de espacios institucionales reduce la fuga de audiencias, aumenta la efectividad de la recepción de los espacios institucionales, y permite a los operadores aprovechar el tiempo al aire en contenido publicitario.
- Con respecto a la "claridad en la consulta e interpretación" (45,5%), se determinó que las alternativas regulatorias 2 y 3 permiten que tanto operadores como otros grupos de valor del sector consulten con facilidad la norma y la entiendan con la mayor claridad, sin duplicidades y sin espacio a interpretaciones erróneas que puedan generar perjuicios para algún actor.
- En cuanto al criterio de complejidad de adopción por parte de los operadores, la alternativa 1 de statu quo (70,9%) da mayor puntuación a mantener las actuales condiciones en materia de emisión de espacios institucionales en la medida que no les implica ninguna implementación.
- Complejidad de vigilancia y control, la alternativa 3 (47,1%) presenta un mejor desempeño dado que es la que más facilita al Regulador y a las demás autoridades competentes la vigilancia y control de la medida.
- Asimetrías entre modalidades reguladas o con no reguladas, la alternativa 3 con la mayor puntuación (63,3%) logra reducir las asimetrías existentes en relación con las demás modalidades de televisión y con agentes no regulados, los cuales se caracterizan por carecer de obligación de emisión de espacios institucionales y por emitir contenidos publicitarios de corta duración.

- f. Costo de oportunidad, la alternativa 3 (64,3%) es la más pertinente en el sentido que facilita a los operadores ubicar pauta publicitaria y minimizar la fuga de audiencia causada por la emisión de otros tipos de mensajes.
- g. Fines superiores. La alternativa 1 denominada Statu quo (63,3%) obtuvo la mayor puntuación en el entendido que genera valor a los fines superiores de orden legal y constitucional en relación con informar a las audiencias de asuntos de interés público.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria consiste en unificar aquellos artículos que versan sobre la cantidad y distribución de espacios institucionales, así como en la reorganización del articulado con el fin de agrupar las disposiciones relacionadas con espacios institucionales de orden legal<sup>70</sup>. Como modificaciones menores, la propuesta elimina algunas disposiciones duplicadas, se actualizan algunos de los términos utilizados de acuerdo con la actualidad de la provisión del servicio<sup>71</sup>, y se faculta a la CRC para que defina los aspectos logísticos relacionados con la recepción y aprobación de los espacios institucionales<sup>72</sup>.

- Derogar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad el artículo 1 de la Resolución CNTV 64 de 2000 compilado en el artículo 16.4.10.2. de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

~~ARTÍCULO 16.4.10.2 DE LOS HORARIOS PARA LA TRANSMISIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES.— Los espacios de televisión asignados a los mensajes institucionales deberán ser presentados de lunes a viernes entre las 15:55 y las 18:55 horas.~~

~~Los espacios de televisión asignados a los mensajes institucionales que actualmente se presentan en el horario de lunes a viernes entre las 19:00 y las 22:40 horas, se continuarán presentando en el mismo horario.~~

~~Los canales locales y comunitarios en los horarios que se encuentren al aire cumplirán diariamente con los Planes de Emisión enviados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~

- Subrogar el artículo 10 del Acuerdo CNTV 2 de 2011 compilado en el artículo 16.4.10.3. de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16.4.10.3.2 REQUISITOS PARA LA ASIGNACIÓN. La solicitud para la asignación de Espacio Institucional en televisión abierta será decidida por la Comisión de Regulación de Comunicaciones y deberá tener en cuenta lo siguiente:

a) La solicitud debe estar suscrita por el Representante Legal de la entidad, indicando el objeto de la misma y deberá incluir la vigencia, tiempo de duración, correo electrónico de la persona responsable y referencia del mismo.

b) Las solicitudes presentadas por entidades de la rama ejecutiva deberán estar acompañadas del respectivo aval por parte de la Presidencia de la República.

<sup>70</sup> La inclusión del numeral h) en el artículo 16.4.10.8 obedece a los análisis que se presentarán en la sección 8.7. del presente documento. Asimismo, la inclusión del numeral d) en el artículo 16.4.10.11 obedece a los análisis contenidos en la sección 8.10.

<sup>71</sup> En particular, se sustituye el término "radiodifundir" por "emitir"; esto teniendo en cuenta que, si bien las obligaciones recaen sobre operadores de televisión abierta, también es una realidad que en algunos casos dichas señales son emitidas a través de medios no radiodifundidos. Adicionalmente se sustituyen las alusiones a "canales" por "operadores de televisión"

<sup>72</sup> A través del Parágrafo al artículo 16.4.9.6 propuesto.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 72 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

c) El Representante Legal debe certificar que la entidad no cuenta dentro de su presupuesto con recursos para pautar o hacer publicidad en Televisión.

d) El Representante Legal debe certificar que en el mensaje no aparecen funcionarios públicos, ni en audio, ni en video.

e) Incluir algún sistema que garantice a la población con discapacidad auditiva, el acceso al contenido del espacio institucional (*closed caption*, subtitulación o lengua de señas colombiana).

**PARÁGRAFO.** La Comisión de Regulación de Comunicaciones podrá definir procedimientos y requisitos adicionales para el trámite de recepción y asignación de los espacios institucionales de los cuales trata la presente sección.

- Subrogar el artículo 6 de la Resolución CNTV 64 de 2000 compilado en el artículo 16.4.10.5. de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

**ARTÍCULO 16.4.10.5.4 DE LOS REQUISITOS A LOS QUE DEBE SUJETARSE LA PRESENTACIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES.** Con excepción de los espacios de que tratan los artículos 16.4.9.8, 16.4.9.11~~10.14~~ y 16.4.9.12~~10.15~~ de la presente resolución, los espacios institucionales se someterán a los siguientes requisitos:

a) La presentación de los espacios institucionales deberá realizarse dentro de los cortes de comerciales de los programas que se presentan en los horarios señalados en el artículo 16.4.10.2 de la presente resolución.

b) La distribución de los mensajes institucionales en los programas que se presenten en los horarios señalados en el artículo 16.4.9.7~~10.2~~ de esta resolución será proporcional y equitativa. ~~Es decir, por cada media hora de programa ubicado en los horarios señalados en el artículo citado debe presentarse mínimo un mensaje institucional.~~

c) Todos los mensajes tendrán un símbolo al final que los identifique como campaña institucional, el cual será suministrado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

d) Cuando los comerciales que se presenten en un programa sean de superposición o comprimidos, por cada media hora de programa se deberán presentar mínimo quince segundos (15") de espacios institucionales y así proporcionalmente a la duración total del programa. Los mensajes se emitirán en los cortes de comerciales regulares de estos programas, o bajo la forma superpuesta o comprimida si el canal o concesionario de espacios así lo decide y si técnicamente el mensaje lo permite.

e) Los mensajes institucionales no harán parte del tiempo de comercialización autorizado dentro de los programas de televisión.

f) Los mensajes institucionales podrán ser transmitidos en forma adicional a la señalada en la presente resolución, en el mismo horario indicado en el artículo 16.4.9.7~~10.2~~ de esta resolución o en horarios distintos, siempre y cuando no se les incluya ninguna modificación en el audio ni en el video.

- Derojar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad el artículo 17 del Acuerdo CNTV 02 de 2012 compilado en el artículo 16.4.10.7 de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

~~ARTÍCULO 16.4.10.7 RADIODIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE. La Comisión de Regulación de Comunicaciones, se reserva 15 minutos diarios en cada uno de los canales que componen el múltiplex digital para la transmisión de mensajes institucionales. Las condiciones de radiodifusión y programación de estos espacios serán las establecidas en la presente resolución.~~

- Subrogar el artículo 19 del Acuerdo CNTV 02 de 2011 compilado en el artículo 16.4.10.8 de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16.4.10.8.6 CONDICIONES DE RADIODIFUSIÓN EMISIÓN DE ESPACIOS INSTITUCIONALES. La radiodifusión-emisión de los espacios institucionales en televisión abierta se someterá a las siguientes condiciones:

- a) Los mensajes institucionales podrán ser radiodifundidos emitidos en forma adicional a la señalada en la presente resolución.
- b) Con excepción de los mensajes consagrados en los literales a y b del artículo 16.4.9.810.11 de esta resolución, en los mensajes institucionales no podrá aparecer ni la voz ni la imagen de funcionarios públicos.
- c) En los mensajes institucionales no podrá presentarse las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores.
- d) Cuando la transmisión del mensaje deba realizarse en un horario en el cual se esté radiodifundiendo emitiendo un evento especial en directo, el mensaje institucional que correspondía emitir en dicho espacio podrá emitirse en el siguiente corte de comerciales que se presente. Se entiende como evento especial en directo aquel que no hace parte de la programación habitual, y que se radiodifunde emite de manera simultánea a su realización.
- e) La distribución que de los mensajes institucionales realice la Comisión de Regulación de Comunicaciones, será proporcional y equitativa.
- f) Con excepción de los mensajes consagrados en el literal a del artículo 16.4.9.810.11 de la presente resolución, la radiodifusión emisión de los demás mensajes en los espacios institucionales se someterá a las siguientes condiciones:
  - Deberá realizarse dentro de los cortes de comerciales de los programas que se presenten en los horarios que indique la Comisión de Regulación de Comunicaciones en sus planes de emisión radiodifusión.
  - La duración de cada uno de los mensajes será determinada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, y siempre deberá ser en múltiplos de cinco (5) minutos.
- ~~g) Con excepción de los mensajes consagrados en el artículo 16.4.10.11 de la presente resolución, los mensajes tendrán el símbolo que determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~
- g) El tiempo de duración máximo de cada uno de los mensajes institucionales será de hasta 30 segundos, incluyendo el símbolo que cierra el material audiovisual o "colilla" de la CRC.
- h) Los canales locales y comunitarios, en los horarios que se encuentren al aire, cumplirán con los Planes de Emisión enviados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

- Derogar por desuso, decaimiento o inaplicabilidad el artículo 12 del Acuerdo CNTV 02 de 2011 compilado en el artículo 16.4.10.9. de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

~~ARTÍCULO 16.4.10.9 DETERMINACIÓN DE ESPACIOS INSTITUCIONALES. <Artículo adicionado por el artículo 3 de la Resolución 6383 de 2021. El nuevo texto es el siguiente:> Sin perjuicio de lo que disponga el legislador, la Comisión de Regulación de Comunicaciones podrá reservar los siguientes tiempos diarios para la radiodifusión de espacios institucionales en televisión abierta:~~

- ~~a) En la franja familiar: hasta 60 minutos.~~
- ~~b) En la franja adultos: hasta 30 minutos.~~

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 74 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- Subrogar los artículos 13 y 14 del Acuerdo CNTV 02 de 2011 compilado en los artículos 16.4.10.10 y 16.4.10.11 de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera<sup>73</sup>:

ARTÍCULO 16.4.~~10.10~~9.7 RESERVA DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES. ~~En desarrollo de lo establecido en el artículo anterior;~~ La Comisión de Regulación de reserva ~~los siguientes~~ tiempos diarios, de lunes a domingo, para la ~~radiodifusión~~ emisión de quince (15) espacios institucionales en televisión abierta, según la siguiente distribución:

~~a) Cinco (5) minutos en el horario comprendido entre las 12:00 a las 18:00 horas, y~~

~~b) Diez (10) minutos en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas.~~

a) Diez (10) mensajes institucionales en el horario entre las 7:00 y las 18:59, y

b) Cinco (5) mensajes institucionales en el horario entre las 19:00 y las 22:00.

ARTÍCULO 16.4.~~10.11~~9.8 ESPACIOS INSTITUCIONALES ESPECIALES. Dentro de los espacios institucionales señalados en el artículo anterior, se encuentran los siguientes:

a) Partidos Políticos: Espacios institucionales asignados a los partidos y movimientos políticos ~~—incluyendo aquellos que se declaren en oposición, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 1909 de 2018, o aquel que lo modifique, adicione o sustituya—. los cuales deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en el horario comprendido entre las 19:00 horas y las 19:02 horas.~~

Lo anterior sin perjuicio de la ~~radiodifusión~~ emisión de la propaganda electoral y de la divulgación política a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto por el Consejo Nacional Electoral y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, durante el período electoral, según la Ley 130 de 1994 o las normas que la reglamenten, modifiquen, adicionen o sustituyan; así como sin perjuicio de los demás espacios para el ejercicio de la oposición dispuestos por la Ley 1909 de 2018, o aquella que la modifique, adicione o sustituya.

b) Asociaciones de Consumidores: Espacios institucionales asignados a Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas por la ley, a fin de que dichas organizaciones presenten programas institucionales de información a la ciudadanía relacionados con sus derechos y mecanismos de protección.

En ningún caso se permitirá realizar proselitismo político, ni destacar la gestión de determinadas personas en dichos espacios. La violación a la presente prohibición dará lugar a la revocación de la autorización para utilizar el espacio.

A más tardar el 15 de febrero de cada año, la Comisión de Regulación de Comunicaciones realizará una convocatoria dirigida a las Asociaciones de Consumidores con el fin de determinar el reparto de espacios entre ellas. En caso de pluralidad de solicitudes para la emisión de programas institucionales, se tendrá en cuenta el volumen de afiliados que agrupe cada organización, de suerte que la representación se otorgará a la que reúna mayor número de afiliados.

Estos espacios deberán ~~radiodifundirse~~ emitirse de lunes a viernes, ~~que mediante resolución determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~ en los horarios y duración de los cuales trata el artículo 16.4.9.11 de la presente resolución.

c) Instituto Colombiano de Bienestar Familiar: Espacios institucionales asignados al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar., ~~los cuales tendrán una duración máxima de un (1) minuto y deberán radiodifundirse de lunes a viernes, en el horario comprendido entre las 19:02 y las 22:00 horas.~~

d) Campaña de prevención del consumo abusivo de alcohol. Espacio institucional reservado para la transmisión de mensajes de alto impacto sobre prevención del consumo abusivo de alcohol, el cual tendrá una duración máxima de 30 segundos y deberá emitirse, dos veces entre el lunes a viernes de cada semana y dos veces en fines de semana. Al menos una vez a la semana este espacio debe ser transmitido entre la 19:00 y las 22:00 horas.

**PARÁGRAFO.** La campaña de prevención del consumo abusivo de alcohol, podrá corresponder a mensaje institucional producido por una autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido

<sup>73</sup> La inclusión del Parágrafo al artículo 16.4.10.11 obedece a los análisis presentados en la sección 8.10 del presente documento.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 75 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

para la prevención del consumo de alcohol; en su defecto la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para que sea emitido con parte de los espacios institucionales.

- Subrogar el artículo 4 del Resolución CNTV 64 de 2000 compilado en el artículo 16.4.10.14 de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

**ARTÍCULO 16.4.10.14.11 HORARIOS PARA LA TRANSMISIÓN DE LOS ESPACIOS INSTITUCIONALES DE ORIGEN LEGAL.** Los espacios de televisión destinados por la ley para divulgación política de los partidos y movimientos políticos, ~~—incluyendo aquellos que se declaren en oposición, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 1909 de 2018, o aquel que lo modifique, adicione o sustituya—~~ deberán presentarse siempre, de lunes a viernes, ~~en~~ por todos los ~~canales~~ operadores del servicio de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, en el horario comprendido entre las 19:00 horas y las 19:02 horas. Lo anterior sin perjuicio de la transmisión de la propaganda electoral a que haya lugar, de conformidad con lo dispuesto por el Consejo Nacional Electoral y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, durante el período electoral, según la Ley 130 de 1994 o aquella que la modifique, adicione o sustituya; ~~así como sin perjuicio de los demás espacios para el ejercicio de la oposición dispuestos por la Ley 1909 de 2018, o aquella que la modifique, adicione o sustituya.~~

Los espacios de televisión asignados para las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidos por la ley se emitirán de lunes a viernes, ~~en todos los canales de televisión colombianos~~ por parte de los operadores del servicio de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, así:

De las 12:28:30" a las 12:30:00" horas. De las 22:05:00" a las 22:06:30" horas.

Los espacios de televisión reservados por la normatividad vigente para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, tendrán un (1) minuto de duración diaria y, los mensajes correspondientes, deberán emitirse de lunes a viernes, ~~en~~ por todos los ~~canales~~ operadores del servicio de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, en el horario comprendido entre las 19:00 y as 20:00 horas.

Los espacios de televisión destinados a la emisión de mensajes de prevención contra el consumo de cigarrillos, tabaco y sus derivados, serán emitidos por los operadores del servicio de televisión abierta, tres (3) veces a la semana, con una duración máxima de treinta (30) segundos, en el horario que determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Estos espacios serán asignados de forma gratuita y rotatoria por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

**PARÁGRAFO 1.** La emisión de los programas destinados por la ley para los partidos y movimientos políticos, y los asignados a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas, podrá realizarse con cinco (5) minutos de antelación o posterioridad con respecto a la hora señalada en el presente artículo.

**PARÁGRAFO 2.** En caso de que los ~~canales~~ operadores de televisión abierta locales y operadores comunitarios no se encuentren al aire en los horarios respectivos, estos deberán ajustar el cumplimiento de los Planes de Emisión a los horarios en que emita su programación diaria, previas las aprobaciones a que hubiere lugar.

La emisión de los programas destinados por la ley para los partidos y movimientos políticos, y los asignados a las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidas, en los ~~canales~~ operadores de televisión abierta locales y operadores comunitarios se realizará en los horarios previstos en la presente sección.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 76 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

PARÁGRAFO 3. Los espacios de televisión asignados para las Asociaciones de Consumidores debidamente reconocidos por la ley, se emitirán de lunes a viernes, ~~en el Canal Uno de operación nacional~~ por parte del concesionario de espacios de televisión en el canal nacional de operación pública, así:  
De las 12:28:30" a las 12:30:00" horas. De las 20:05:00" a las 20:06:30" horas.

## 8.7. Eje temático Espacios Institucionales - Subtemática: Duración espacios institucionales

Tal como se mencionó en la sección 8.6, los diferentes agentes interesados han manifestado la necesidad de disminuir entre otros la duración y cantidad de espacios institucionales que deben emitir en cumplimiento de lo establecido por la regulación.

Si bien en el documento de alternativas regulatorias la CRC estableció en las dos alternativas diferentes al statu quo la obligación de establecer una duración máxima de un minuto por espacio institucional (que no fuera especial), toda vez que en la actualidad esa es la duración máxima que fijó la CRC a través de la Circular 148 de 2022<sup>74</sup>. Si se evidenció a partir de los comentarios del sector, la necesidad de evaluar la posibilidad de modificar la duración máxima que tienen los espacios institucionales; pues como han manifestado dichos agentes regulados, dicha duración ocasiona fuga de audiencias.

Lo anterior encuentra sustento también en los análisis realizados por la CRC en el Documento de Formulación del Problema publicado el 14 de julio de 2023, en el cual se relacionó como una de las causas de la problemática aquella que relacionaba la existencia de nuevas tendencias en materia de publicidad, las cuales derivaban de la necesidad de realizar anuncios de corta duración; al respecto, dicho documento señaló que *"(...)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; así pues, (...) 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."*

Sobre esto último, reconoce la CRC que, si bien no puede establecerse una equivalencia directa entre la naturaleza de un mensaje publicitario y un mensaje institucional, si debe reconocerse que los mismos presentan similitudes en el sentido de la necesidad que tiene una marca/entidad de transmitir información relacionada con un producto/campaña que en todo caso, está dirigido a una población específica que como se relacionó, se encuentra característicamente sometida a un entorno de multi tarea. De ahí que se materialice la necesidad de mantener la atención de los televidentes con mensajes institucionales de menor duración, pues lo mismo no solo constituiría un beneficio para los operadores de televisión, sino también por parte de las entidades anunciantes, quienes al presentar un contenido de carácter más concreto permitirían que un mayor porcentaje de televidentes asimile el contenido del mensaje; dicho fenómeno, posibilitaría también la reducción de los índices de fuga de audiencias.

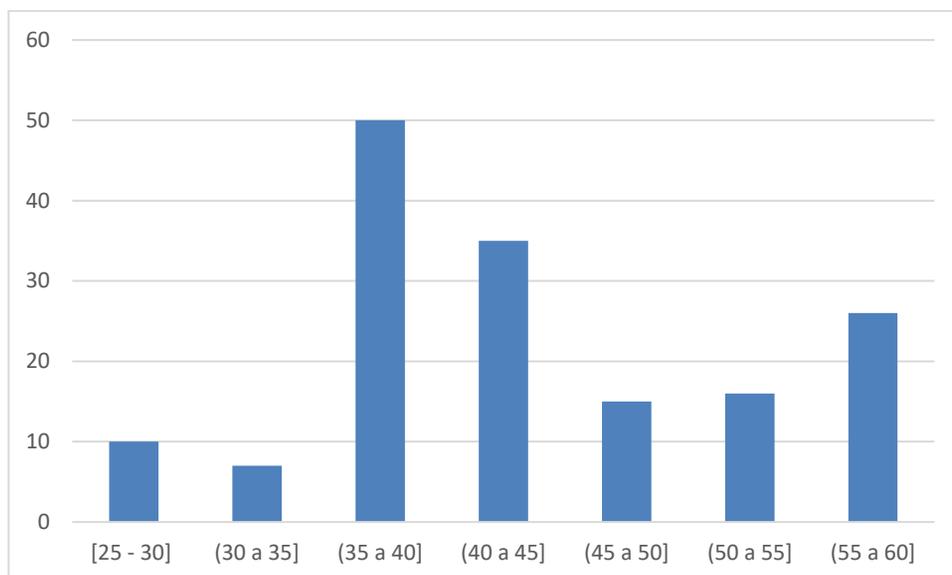
Así pues, con esta necesidad en mente, procedió esta Comisión a evaluar la duración de los 159 espacios institucionales que durante el año 2023<sup>75</sup> han sido aprobados dentro de los planes de emisión que son compartidos con los operadores, la siguiente Ilustración muestra la distribución de dichos mensajes según su duración.

<sup>74</sup> MODIFICACIÓN DE LA CIRCULAR 124 DE 2019 PARA LA SOLICITUD DE RADIODIFUSIÓN DE MENSAJES CÍVICOS Y ESPACIOS INSTITUCIONALES A TRAVÉS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN ABIERTA. Disponible en: [https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/normatividad/Circular\\_148\\_de\\_2022.pdf](https://www.crcm.gov.co/sites/default/files/normatividad/Circular_148_de_2022.pdf)

<sup>75</sup> Con corte a 15 de noviembre de 2023.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 77 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 18. Cantidad de mensajes institucionales según duración en segundos**



Fuente. Elaboración CRC basada en solicitudes de emisión de espacios institucionales allegadas por entidades estatales.

De la información presentada, es posible identificar que durante el periodo estudiado **(i)** la duración promedio de los mensajes institucionales (no especiales) aprobados fue de 44.2 segundos; **(ii)** el 6,2% de los mensajes institucionales aprobados tuvieron una duración que oscila en el rango entre los 25 y los 30 segundos; **(iii)** el 36% de dichos mensajes, tuvo una duración superior a los 45 segundos.

Así pues, teniendo en cuenta el anterior contexto, así como de la necesidad identificada, procede esta Comisión a formular alternativas regulatorias que versan sobre establecer como medida regulatoria una duración máxima para los mensajes institucionales.

### 8.7.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA DURACIÓN ESPACIOS INSTITUCIONALES	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Se presenta una larga duración de los espacios institucionales, lo cual ocasiona fuga de audiencias y reduce la efectividad en la recepción de dichos mensajes.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Los espacios institucionales (a excepción de los espacios institucionales especiales) deberán tener una duración máxima de 1 minuto, incluyendo la colilla de la CRC. Dicha obligación se encuentra fijada a través de la Circular CRC 148 de 2022.
<b>Alternativa 2: Duración máxima de 45 segundos por Espacio Institucional.</b>	Establecer vía regulatoria que los espacios institucionales (a excepción de los espacios institucionales especiales) deberán tener una duración máxima de 45 segundos, incluyendo la colilla de la CRC.

<b>Alternativa 3: Duración máxima de 30 segundos por Espacio Institucional.</b>	Establecer vía regulatoria que los espacios institucionales (a excepción de los espacios institucionales especiales) deberán tener una duración máxima de 30 segundos, incluyendo la colilla de la CRC.
---	---

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

Alternativa 1 (Statu Quo)

Esta alternativa consiste en mantener lo dispuesto en la Circular CRC 148 de 2022 en materia de duración de espacios institucionales, esto es, conservar una duración máxima de 60 segundos por espacio, incluyendo la colilla de la CRC.

Alternativa 2: Establecer una duración máxima de 45 segundos por Espacio Institucional

Esta alternativa consiste en establecer vía regulación un artículo que limite la duración de los mensajes institucionales, estableciendo un máximo de 45 segundos, incluyendo la colilla de la CRC.

Alternativa 3: Establecer una duración máxima de 30 segundos por Espacio Institucional

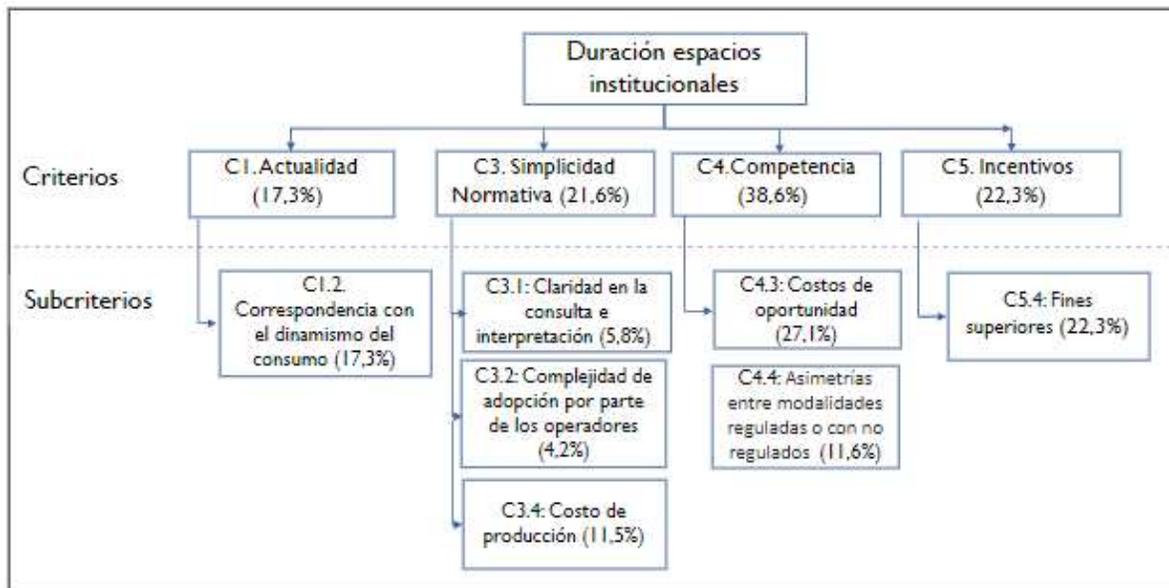
Esta alternativa consiste en establecer vía regulación un artículo que limite la duración de los mensajes institucionales, estableciendo un máximo de 30 segundos, incluyendo la colilla de la CRC.

## 8.7.2. Evaluación

### Criterios y subcriterios

Se consideraron 4 criterios y 7 subcriterios para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Duración de Espacios Institucionales**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el ANEXO 3.

### Ilustración 19. Criterios y subcriterios. Subtemática: Duración Espacios Institucionales

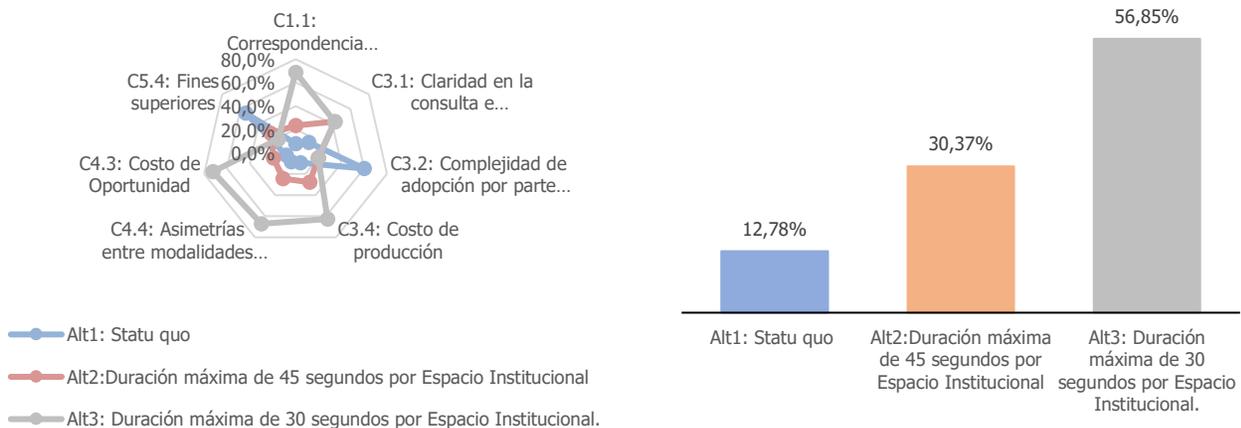


Fuente: Elaboración CRC

### Resultados de la evaluación:

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 20, donde se exhiben los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

### Ilustración 20. Resultados de la evaluación. Subtemática: Duración Espacios Institucionales



Puntaje por subcriterio

Puntaje por alternativa

Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3 resulta ser la óptima con un puntaje de 56,85%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- a. Con respecto a la "correspondencia con el dinamismo de consumo" (68,8%), se determinó que la alternativa regulatoria 3 en la medida que esta alternativa, al reducir efectivamente el tiempo total de espacios institucionales reduce la fuga de audiencias, aumenta la efectividad de la recepción de los espacios institucionales, y permite a los operadores aprovechar el tiempo al aire en contenido publicitario.
- b. Con respecto a la "claridad en la consulta e interpretación" (42,9%), también se determinó que la alternativa regulatoria 3, en tanto permite que operadores como otros grupos de valor del sector consulten con facilidad la norma y la entiendan con la mayor claridad, sin duplicidades y sin espacio a interpretaciones erróneas que puedan generar perjuicios para algún actor.
- c. En cuanto al criterio de complejidad de adopción por parte de los operadores (60,0%) alternativa 1 en la medida que propende por mantener las actuales condiciones y en tal sentido, reduciría la complejidad de adopción por parte de los operadores.
- d. En lo correspondiente al criterio de costo de producción la alternativa 3 obtuvo el mayor puntaje (62,8%) En tanto reduce costos excesivos al regulador y a otras entidades estatales en la producción y programación de mensajes institucionales.
- e. Para el subcriterio de asimetrías entre modalidades reguladas o con no regulados, el mayor peso porcentual fue para la alternativa 3 (67,1%) la cual reduce las desventajas competitivas con el fin que pueda llegar a las mismas audiencias respecto de otros servicios audiovisuales.
- f. Respecto al costo de oportunidad el mayor puntaje fue para la alternativa 3 (72,4%), en la medida que es la opción que más facilita a los operadores ubicar pauta publicitaria y minimizar la fuga de audiencia causada por la emisión de otros tipos de mensajes.
- g. En cuanto a fines superiores la alternativa 1 (54,3%) es la que tiene mayor peso porque genera valor a los fines superiores de orden legal y constitucional, esto es informar a las audiencias de temas de interés público.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria en esta subtemática consiste en incluir la duración máxima de los espacios institucionales como un numeral adicional en el artículo 16.4.10.8 de la Resolución CRC 5050 de 2016 de la siguiente manera<sup>76</sup>:

- Subrogar el artículo 19 del Acuerdo CNTV 02 de 2011 compilado en el artículo 16.4.10.8, de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

ARTÍCULO 16.4.10.8 CONDICIONES DE **RADIODIFUSIÓN EMISIÓN** DE ESPACIOS INSTITUCIONALES. La **radiodifusión emisión** de los espacios institucionales en televisión abierta se someterá a las siguientes condiciones:

<sup>76</sup> El numeral i) fue incluido a partir de las modificaciones expuestas en la sección 8.6 del presente documento.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 81 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- a) Los mensajes institucionales podrán ser **radiodifundidos emitidos** en forma adicional a la señalada en la presente resolución.
- b) Con excepción de los mensajes consagrados en los literales a y b del artículo 16.4.10.11 de esta resolución, en los mensajes institucionales no podrá aparecer ni la voz ni la imagen de funcionarios públicos.
- c) En los mensajes institucionales no podrá presentarse las actuaciones de entidades públicas como obra personal de sus gestores.
- d) Cuando la transmisión del mensaje deba realizarse en un horario en el cual se esté **radiodifundiendo emitiendo** un evento especial en directo, el mensaje institucional que correspondía emitir en dicho espacio podrá emitirse en el siguiente corte de comerciales que se presente. Se entiende como evento especial en directo aquel que no hace parte de la programación habitual, y que se **radiodifunde emite** de manera simultánea a su realización.
- e) La distribución que de los mensajes institucionales realice la Comisión de Regulación de Comunicaciones, será proporcional y equitativa.
- f) Con excepción de los mensajes consagrados en el literal a del artículo 16.4.10.11 de la presente resolución, la **radiodifusión emisión** de los demás mensajes en los espacios institucionales se someterá a las siguientes condiciones:
- Deberá realizarse dentro de los cortes de comerciales de los programas que se presenten en los horarios que indique la Comisión de Regulación de Comunicaciones en sus planes de radiodifusión.
  - La duración de cada uno de los mensajes será determinada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, y siempre deberá ser en múltiplos de cinco (5) minutos.
- ~~g) Con excepción de los mensajes consagrados en el artículo 16.4.10.11 de la presente resolución, los mensajes tendrán el símbolo que determine la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~
- g) El tiempo de duración máximo de cada uno de los mensajes institucionales será de hasta 30 segundos, incluyendo la "colilla" de la CRC, la cual cierra el material audiovisual.
- h) Los operadores televisión abierta local y los operadores comunitarios, en los horarios que se encuentren al aire, cumplirán con los Planes de Emisión enviados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

## 8.8. Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación

En Colombia, la publicidad es la principal fuente de financiación de la televisión abierta, pues esta, a diferencia de la TV cerrada, no cuenta con ingresos por suscripción o afiliación. Por tanto, toda regulación respecto a publicidad tiene un impacto directo en la financiación y la viabilidad de estos operadores.

La normativa respecto a publicidad en televisión está basada en varias medidas de orden legal. En primer lugar, el artículo 29 de la Ley 182 de 1995 señala que (...) *salvo lo dispuesto en la Constitución y la Ley, es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de televisión, los cuales no serán objeto de censura ni control previo. Sin embargo, los mismos podrán ser clasificados y regulados por parte de la CNTV (...).*

Del mismo modo, la Ley 1480 de 2011<sup>77</sup> incluye definición legal de publicidad y señala en el Título VI las obligaciones y responsabilidades en materia de publicidad, y el artículo 22.29 de la Ley 1341 de 2009 en el sentido de que le asigna a la CRC la facultad de regular las condiciones de operación y explotación de servicio de TV, entre ellas, en materia de publicidad.

Por último, el artículo 49 de la Ley 1978 de 2019 autoriza la comercialización, hasta en un 30% del total de la programación anual de RTVC. Señala la aplicación de la normatividad existente para los

<sup>77</sup> "Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones"

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 82 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

proveedores de TV abierta nacional a la comercialización que realice RTVC, sin perjuicio del objeto de la televisión de interés público, social, educativo y cultural.

Derivadas de estas disposiciones legales, la Resolución CRC 5050 de 2016 contempla las siguientes disposiciones relativas al tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación en el servicio de televisión.

**Artículo 16.5.1.8. NÚMERO Y DURACIÓN DE LOS RECONOCIMIENTOS POR PROGRAMA [en Señal Colombia].** Cualquiera que sea la forma de contribución en los programas, se podrán incluir reconocimientos con una duración máxima de tres (3) minutos por cada media hora de emisión del programa.

*En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá presentarse además un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres secciones.*

**Artículo 16.5.2.12. LOGOTIPOS. PROGRAMA [en TV regional].** Es el diseño característico que sirve de emblema a una empresa, marca, servicio o producto, sin referencia verbal o sonora y se emite ocupando un porcentaje de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.

*Solamente podrán transmitirse hasta cinco (5) logotipos por cada media (1/2) hora, en los programas de producción regional.*

**Artículo 16.5.2.17. AVISOS CLASIFICADOS. [en TV regional]** Son aquellos anuncios comerciales que, sin utilizar modelos vivos ni imágenes en movimiento, promueven cualquier producto o servicio empleando recursos propios del medio de televisión como generador de caracteres, foto fija, música y voz "en off", entre otros.

*Los avisos clasificados deben pautarse dentro del tiempo destinado a los anuncios comerciales.*

*La duración total de los avisos clasificados dentro de un programa no puede ser superior a tres (3) minutos por cada media (1/2) hora.*

**Artículo 16.5.3.4. DURACIÓN DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES DENTRO DE UN PROGRAMA. [en TV local sin ánimo de lucro]** Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán transmitir seis (6) minutos de comerciales por cada media (1/2) hora de programación.

**ARTÍCULO 16.5.6.1 COMERCIALIZACIÓN DEL CANAL COMUNITARIO. [en TV Comunitaria]** El Canal Comunitario podrá comercializar hasta seis (6) minutos por cada media hora de programación. La publicidad al igual que la programación debe respetar la normatividad vigente en materia de contenidos, franjas y demás derechos de los televidentes. En ningún caso estos operadores podrán interrumpir o alterar el contenido de las señales incidentales o las codificadas para incluir en ellas comerciales desde territorio colombiano.

Estas disposiciones pueden ser resumidas en la siguiente Tabla:

**Tabla 14. Disposiciones regulatorias tiempo máximo de publicidad/ programación**

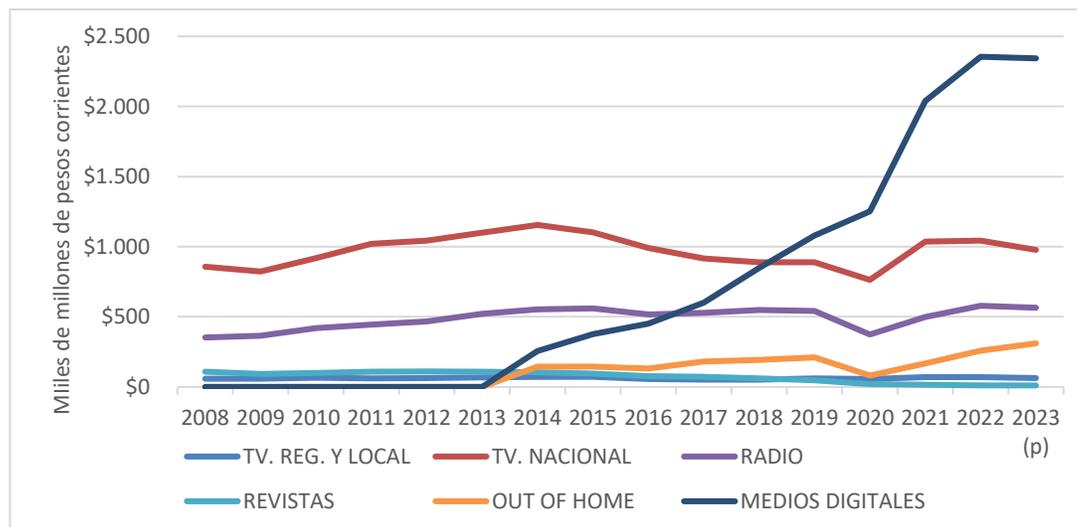
Tipo TV	Resolución CRC 5050	Obligación	Norma origen
Señal Colombia	Artículo 16.5.1.8	Máximo 3 minutos de reconocimientos por cada media hora de programación	Acuerdo CNTV 01 de 1995, expedido en virtud del Art. 61 de la Ley 182 de 1995 (derogado)
TV Local con ánimo de lucro	Artículo 16.5.3.4.	Máximo 6 minutos de comerciales por cada media hora de programación	Acuerdo CNTV 24 de 1997 expedido en virtud de los Art 37.4 y 47 (derogado) de la Ley 182 de 1995
TV Regional	Artículo 16.5.2.12	Máximo cinco (5) logotipos por cada media hora en los programas de producción regional.	Acuerdo CNTV 02 de 1995 expedido en virtud de los Art 37.3 de la Ley 182 de 1995
	Artículo 16.5.2.17	Máximo 3 minutos de reconocimientos por cada media hora de programación	
TV Comunitaria	Artículo 16.5.6.1	Hasta seis (6) minutos por cada media hora de programación.	Acuerdo ANTV 650 de 2018 expedido en virtud de la Ley

Fuente: Elaboración CRC

Ahora bien, de esta normativa se pueden inferir dos problemáticas que fueron reportadas por los operadores en la consulta sectorial realizada entre los meses de noviembre y diciembre de 2022, y corroboradas en diversas interacciones:

- Las limitaciones aplican solamente a la televisión pública —nacional y regional— y a la TV local sin ánimo de lucro. No hay normas para la TV privada de cobertura nacional ni para la local con ánimo de lucro. Por tanto, se tipifica claramente una asimetría regulatoria, si bien puede aducirse que esta corresponde a la naturaleza misma de los operadores: por un lado, la TV regional recibe subvenciones estatales, en la forma de la financiación que el Fondo Único de TIC aporta a los planes de inversión de los operadores regionales; por otro lado, la TV sin ánimo de lucro se creó, en principio, como estaciones de TV financiadas por una organización o institución.
- Estas limitaciones no reconocen los profundos cambios que han ocurrido en los últimos 15 años en el ecosistema audiovisual, y muy especialmente en el mercado de pauta publicitaria, debido principalmente a la irrupción de nuevas formas de producción, agregación y difusión de contenidos audiovisuales basadas en plataformas *Over-the-Top* —OTT—, que se manifiestan en dos formas principales: Servicios de Video por Suscripción —SVOD, por sus siglas en inglés— y Servicios de Video financiado por publicidad —AVOD—. El primero es un servicio complementario a la TV cerrada, pues los usuarios acceden al video por el pago de una suscripción o un pago por contenido, mientras el segundo es una competencia directa de la TV abierta, pues, como se puede evidenciar en la siguiente ilustración, la pauta en medios digitales ha crecido a costa de la inversión publicitaria en medios tradicionales, siendo el más perjudicado la televisión.

**Ilustración 21. Inversión Publicitaria Neta 2008-2023**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Asomédios (2023) e IAB

Por otro lado, es importante señalar que, tal como ha sido comentado por los operadores regionales en repetidas ocasiones, la financiación estatal —vía FUTIC o vía entes territoriales— solo cubre los planes de inversión, es decir, la operación y los contenidos más estables de la parrilla. Una gran parte de la programación (proporción variable según cada operador) es concesionada a terceros (casas productoras) y que parte de su financiación depende de la pauta.

También es fundamental para el análisis reconocer que el mercado de pauta disponible para los canales regionales es de índole regional, y no nacional como el de los canales privados; por tanto, su acceso a pauta es mucho más reducida, y las limitaciones regulatorias impactan esta posibilidad.

Dado este contexto, se elaboraron las siguientes alternativas para esta temática.

### 8.8.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA TIEMPO MÁXIMO DE PUBLICIDAD/TIEMPO DE PROGRAMACIÓN	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Existe una asimetría regulatoria en respecto al tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos entre las diferentes modalidades de televisión, que no es acorde con las actuales condiciones de provisión del servicio y del mercado de pauta publicitaria.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener los tiempos máximos de publicidad por cada media hora de programación señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 para Señal Colombia, la TV Comunitaria y la TV regional.
<b>Alternativa 2: Unificar tiempos de publicidad</b>	Unificar en 6 minutos de publicidad o de reconocimientos por cada media hora de programación al tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación permitido a Señal Colombia, la TV Regional, la TV con ánimo de lucro y TV Comunitaria y mantener el tope de 5 logotipos por cada media hora de programación en los programas de producción regional.
<b>Alternativa 3: Desregular tiempos de publicidad</b>	Desregular tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para Señal Colombia, la TV Regional, la TV Comunitaria y la TV con ánimo de lucro.

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

#### Alternativa 1: Statu quo

Esta alternativa consiste en mantener los tiempos máximos de publicidad por cada media hora de programación señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 para Señal Colombia [Máximo 3 minutos de reconocimientos], la TV sin ánimo de lucro [Máximo 6 minutos de comerciales], la TV Comunitaria [Máximo 6 minutos de comerciales] y la TV regional [Máximo 3 minutos de reconocimientos y máximo cinco (5) logotipos en los programas de producción regional]

#### Alternativa 2: Unificar tiempos de publicidad.

Esta alternativa propone:

- Unificar en 6 minutos de publicidad o de reconocimientos por cada media hora de programación al tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación permitido a Señal Colombia, la TV Regional, la TV Comunitaria y la TV con ánimo de lucro.

- Mantener el tope de 5 logotipos por cada media hora de programación en los programas de producción regional.

La alternativa contempla una mayor facilidad de consulta de la norma, al unificarse el tiempo de emisión de pauta.

#### Alternativa 3: Desregular tiempos de publicidad.

Esta alternativa desregula el tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para Señal Colombia, la Televisión Regional, la TV Comunitaria y la Televisión con Ánimo de Lucro. Es dicho escenario, los operadores pueden generar sus propios esquemas de publicidad en relación con el tiempo, sin intervención regulatoria, basados solo en el conocimiento de sus audiencias y de su negocio, bajo el entendimiento autorregulatorio de que un exceso de pauta en la programación aumentaría el riesgo de fuga de audiencia y, por tanto, de pérdida de rating que a su vez podría perjudicar la posibilidad de que los anunciantes contraten pauta en el canal.

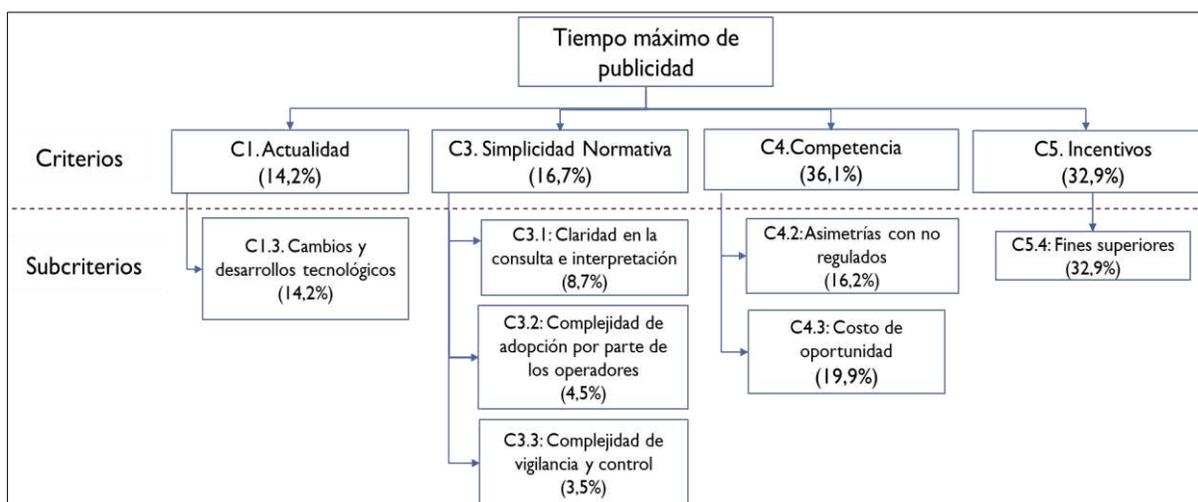
Esta alternativa no desconoce el énfasis en programación de interés cultural, social y educativo que define a los canales en mención, pero considera que la calidad de dicha programación puede aumentar si aumenta la financiación por pauta.

## 8.8.2. Evaluación

### **Criterios y subcriterios**

Se consideraron 4 criterios, 7 subcriterios y tres alternativas para el análisis de la subtemática **Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

**Ilustración 22. Criterios y subcriterios. Subtemática: Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación**

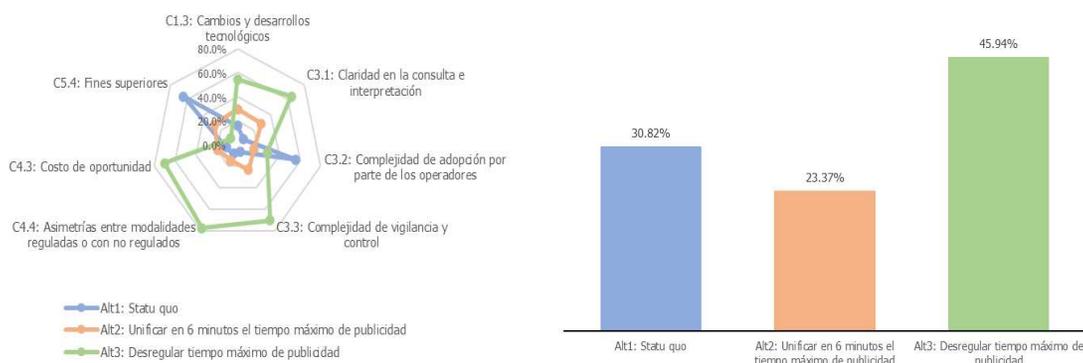


Fuente: Elaboración CRC

## Resultados de la evaluación:

El resultado de las tres alternativas se muestra en la Ilustración 23, donde se presentan los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 23. Resultados de la evaluación. Subtemática: Tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación**



### Puntaje por subcriterio

### Puntaje por alternativa

Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3 llamada desregulación tiempo máximo de publicidad resulta ser la óptima con un puntaje de 45,94%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- Con respecto a los "Cambios y desarrollos tecnológicos" se determinó que la alternativa regulatoria 3 con 56,6% promueve en mayor medida que los operadores aprovechen sus dinámicas de publicidad, los cambios e innovaciones derivados de los cambios tecnológicos. Esta alternativa contempla la desregulación del tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para Señal Colombia, la TV Regional y la TV con ánimo de lucro.
- Para el criterio "Claridad en la consulta e interpretación" se determinó que la alternativa regulatoria 3 con 64,3% promueve la claridad en la consulta, así como la interpretación y para ello es necesario la desregulación de tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para las señales nacional, regional y con ánimo de lucro con el propósito de no generar confusiones o mal interpretaciones de la norma.
- En cuanto al criterio "Complejidad de adopción por parte de los operadores" determinó que la alternativa regulatoria 1 con 55,6% promueve el statu quo, es decir, mantiene los tiempos máximos de publicidad o de reconocimiento entre las diferentes modalidades de televisión, es decir, un tiempo máximo de publicidad por cada 30 minutos de programación.

- d. Ahora bien, el criterio "Complejidad de vigilancia y control" se determinó que la alternativa regulatoria 3 con 70,2% representa menos complejidad a las entidades en su actuar de vigilancia y control de estos espacios bajo la norma actual.
- e. Con respecto al criterio "Asimetría entre modalidades reguladas o con no regulados" se determinó que la alternativa regulatoria 3 con 77% fue la ganadora. Esta alternativa, como mencionó anteriormente, promueve la desregulación del tiempo máximo de publicidad, así las cosas, disminuirá la asimetría entre las modalidades de cara a la norma.
- f. En línea con lo anterior, para el criterio "Costo de oportunidad" la alternativa regulatoria 3 con 10% fue la alternativa con mayor valoración. La desregulación promueve un costo de oportunidad por parte de los operadores que pueden aprovechar de cara a los tiempos máximos de publicidad dejando un margen de decisión entre la programación y la publicidad como fuente de ingresos.
- g. Por último, el criterio "Fines superiores" determinó que la alternativa regulatoria 1 con 64,7% promueve el statu quo en los tiempos máximos de publicidad por tiempo de programación como reconocimiento, se mantiene los tiempos máximos de publicidad por cada media hora de programación señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es excluir de la regulación aquellas medidas en las que se fija un tiempo máximo de publicidad en relación con el tiempo de programación, que está establecidas en las secciones 1, 2, 3 y 6 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, a continuación, se precisan las modificaciones a realizar respecto del artículo 16.5.6.1 de la sección 6. Por su parte, la modificación a realizar respecto del artículo 16.5.1.8. de la sección 1 se plantea en el numeral 8.9 del presente documento y las modificaciones a los artículos 16.5.2.12 y 16.5.2.17 de la sección 2 y del artículo 16.5.3.4. de la sección 3 se plantean al final del numeral 9.4 del presente documento, dado que en este se identifican otros aspectos de la regulación sobre publicidad que aplica a la televisión regional y a la televisión con ánimo de lucro que son susceptibles de modificación.

- Subrogar el artículo 22 del Resolución ANTV 650 de 2018 compilado en el artículo 16.5.6.1 de la sección 6 del Capítulo 5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, el cual quedará de la siguiente manera:

"ARTÍCULO 16.5.6.1 COMERCIALIZACIÓN DEL CANAL COMUNITARIO. ~~El Canal Comunitario podrá comercializar hasta seis (6) minutos por cada media hora de programación.~~ La publicidad, al igual que la programación, debe respetar la normatividad vigente en materia de contenidos, franjas y demás derechos de los televidentes. En ningún caso estos operadores podrán interrumpir o alterar el contenido de las señales incidentales o las codificadas para incluir en ellas comerciales desde territorio colombiano."

### **8.9. Eje temático Publicidad y comercialización – Subtemática: Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios**

Como fue expuesto en la sección 8.8., en Colombia, la publicidad es la principal fuente de financiación de la televisión abierta, pues esta, a diferencia de la TV cerrada, no cuenta con ingresos por suscripción o afiliación. Por tanto, toda regulación respecto a publicidad tiene un impacto directo en la financiación y la viabilidad de estos operadores.

También se expuso que la normativa respecto a publicidad en televisión está basada en el artículo 29 de la Ley 182 de 1995; en la definición consignada en la Ley 1480 de 2011; en el artículo 22.29 de la Ley 1341 de 2009, que le asigna a la CRC la facultad de regular las condiciones de operación y

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 88 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

explotación de servicio de TV, entre ellas, en materia de publicidad, y en el artículo 49 de la Ley 1978 de 2019.

Derivadas de estas disposiciones legales, la Resolución CRC 5050 de 2016 contempla las siguientes disposiciones relativas la duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios en el servicio de televisión. Estas disposiciones aplican a Señal Colombia, a la TV regional y a la TV local sin ánimo de lucro (la TV privada nacional de cobertura nacional y la TV local con ánimo de lucro no están sometidos a limitaciones regulatorias en duración de publicidad).

**Artículo 16.5.2.5. DURACIÓN DE CADA ANUNCIO COMERCIAL. [Para TV Regional]** *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.*

**Artículo 16.5.2.13. PATROCINIO.** *Es el reconocimiento que, en forma hablada, visual o en ambas formas se hace a la colaboración que una empresa, marca o producto, realiza a un programa con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.*

*Los patrocinios podrán ser de programa o de sección.*

*Los patrocinios se emitirán al principio y al final del programa, como parte integrante del cabezote de entrada y salida, y podrán incluirse hasta cinco (5) patrocinios en la presentación y hasta cinco (5) en la despedida, cada uno de los cuales no podrá ser superior a cinco (5) segundos.*

*Los patrocinios de sección se podrán incluir únicamente en los programas de producción regional en un total de cinco (5) por cada media hora o proporcional por fracción. Sólo podrá incluirse un patrocinio por sección y su duración no podrá exceder cinco (5) segundos.*

*Los patrocinios de sección deberán estar grabados como parte integral del programa.*

**Artículo 16.5.1.8. NÚMERO Y DURACIÓN DE LOS RECONOCIMIENTOS POR PROGRAMA. [Para Señal Colombia]** *Cualquiera que sea la forma de contribución en los programas, se podrán incluir reconocimientos con una duración máxima de tres (3) minutos por cada media hora de emisión del programa.*

*En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá presentarse además un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres secciones.*

**Artículo 16.5.1.9. INFORMATIVOS.** *Para los informativos de tres (3) minutos, el reconocimiento consistirá en una mención a la presentación, una mención a la despedida y un auspicio/o patrocinio de máximo treinta (30) segundos con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos.*

*De igual manera se autoriza en el Backing de fondo el uso de un logotipo.*

**Artículo 16.5.5.1. RECONOCIMIENTO. [Para TV Local sin ánimo de lucro]** *El operador de televisión local sin ánimo de lucro reconocerá las contribuciones efectuadas por terceros mediante una referencia de la persona, empresa, marca, producto o servicio que ella indique, la cual consistirá en la presentación del diseño característico que le sirve de emblema, en forma hablada, visual o en ambas formas, con ayudas estáticas o animadas, sin la participación de modelos vivos y podrán incluir lema, agregado o calificación.*

*Únicamente se permitirá la inclusión de modelos vivos cuando se trate de campañas institucionales o mensajes que promuevan acciones de beneficio colectivo y de interés exclusivamente social y comunitario.*

**PARÁGRAFO.** *Los reconocimientos deberán efectuarse al inicio y finalización del respectivo programa. En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá además presentarse un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres (3) secciones.*

Estas disposiciones se sintetizan en la siguiente tabla:

**Tabla 15. Disposiciones regulatorias duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios**

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 89 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Tipo TV	Resolución CRC 5050	Obligación	Norma origen
TV Regional	Artículo 16.5.2.5.	Duración máxima de los anuncios comerciales de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos. Se contabiliza en múltiplos de cinco (5) segundos.	Acuerdo CNTV 02 de 1995 expedido en virtud de los Art 37.3 de la Ley 182 de 1995
	Artículo 16.5.2.13	Máximo cinco patrocinios en la presentación y la despedida cada uno de máximo 5 segundos	
Señal Colombia	Artículo 16.5.1.9	Duración máxima de auspicio o patrocinio de 30 segundos para informativos de 3 minutos.	Acuerdo CNTV 01 de 1995, expedido en virtud del Art. 61 de la Ley 182 de 1995 (derogado)
	Artículo 16.5.1.8	Duración máxima de los reconocimientos de 5 segundos por cada sección de programa. Con un máximo de 3 secciones.	
TV Local sin ánimo de lucro	Artículo 16.5.5.1		Acuerdo CNTV 03 de 2012 expedido en virtud de Art 29 de la Ley 182 de 1995.

Fuente: Elaboración CRC

En el caso específico de los límites superior e inferior de duración de los anuncios, los operadores han reportado en las diferentes interacciones y mesas de trabajo, cómo estos límites no solo generan asimetrías con otras modalidades no reguladas, sino que no les permiten aprovechar formatos de publicidad que se han popularizado debido que son frecuentes en los medios digitales. Ese es el caso de los anuncios de 5 segundos o menos de duración, típicos de las redes sociales y plataformas de video.

Como se analizó en la sección 8.8., la realidad del mercado de pauta televisiva es radicalmente diferente a la existente en el momento de la expedición de las normas sobre publicidad tratadas en este proyecto regulatorio. Las disposiciones existentes generan asimetrías tanto entre modalidades reguladas como entre servicios regulados y no regulados. Por las mismas consideraciones, se proponen las siguientes alternativas.

### 8.9.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA DURACIÓN ANUNCIOS COMERCIALES, RECONOCIMIENTO, PATROCINIOS Y AUSPICIOS	
<b>Situación identificada:</b>	<b>El límite de tiempo de duración de los comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios restringe la posibilidad de diseñar productos o pauta para ciertos clientes, lo que crea desventajas entre modalidades de TV y frente a las demás alternativas de medios que tienen los anunciantes.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener la regulación sobre la duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 para TV Regional, Señal Colombia y la TV sin ánimo de lucro.
<b>Alternativa 2: Unificar en duración máxima de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos</b>	Unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales, patrocinios, reconocimientos y auspicios que tienen Señal Colombia, la TV Regional, y la TV sin ánimo de lucro, en el sentido de permitir una duración máxima de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos, contabilizada en múltiplos de cinco (5) segundos.
<b>Alternativa 3: Unificar solamente duración máxima de 2 minutos</b>	Unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales, patrocinios, reconocimientos y auspicios que tienen Señal Colombia, la TV Regional, y la TV sin ánimo de lucro, en el sentido de permitir una duración máxima de 2 minutos, sin tope mínimo y sin determinación de múltiplo de contabilización.
<b>Alternativa 4: Desregular la duración máxima y mínima de los comerciales</b>	Eliminar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales que tienen la TV Regional, así como también eliminar las restricciones del tiempo máximo de duración de reconocimientos que tiene Señal Colombia y la TV sin ánimo de lucro.

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

**Alternativa 1 (Statu Quo):**

Esta alternativa consiste en mantener la regulación sobre la duración de anuncios comerciales señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 para TV Regional [Máximo 2 minutos y mínimo 10 segundos -contabilizados en múltiplos de 5 segundos.], Señal Colombia [Duración máxima de 30 segundos de auspicio o patrocinio en informativos de 3 minutos y duración máxima de 5 segundos de los reconocimientos por cada sección de programa, con un máximo de 3 secciones] y la TV sin ánimo de lucro [Duración máxima de 5 segundos de los reconocimientos por cada sección de programa, con un máximo de 3 secciones].

**Alternativa 2: Unificar en duración máxima de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos.**

Esta alternativa consiste en unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales, reconocimientos y auspicios que tienen Señal Colombia, la TV Regional, y la TV sin ánimo de lucro, en el sentido de permitir una duración máxima de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos, contabilizada en múltiplos de cinco (5) segundos.

**Alternativa 3: Unificar solamente duración máxima de 2 minutos.**

Esta alternativa se trata de unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales, reconocimientos y auspicios que tienen Señal Colombia, la TV Regional, y la TV sin ánimo de lucro, en el sentido de permitir una duración máxima de 2 minutos, sin tope mínimo y sin determinación de múltiplo de contabilización.

Al eliminar el límite inferior los operadores pueden ubicar en su parrilla anuncios de menos de 10 segundos, aprovechando así formatos de publicidad cada vez más comunes debido a que se han popularizado en las redes sociales y medios digitales.

**Alternativa 4: Desregular la duración máxima y mínima de los anuncios comerciales.**

Esta alternativa consta en eliminar todas las disposiciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales que tienen la TV Regional, así como también eliminar las restricciones del tiempo máximo de duración de reconocimientos que tiene Señal Colombia y la TV sin ánimo de lucro.

La eliminación de los límites de duración implica dos asuntos:

- Al eliminar el límite superior, los operadores pueden generar estrategias de ubicación anuncios publicitarios, basados solo en el conocimiento de sus audiencias y de su negocio, bajo el entendimiento autorregulatorio de que un exceso de pauta en la programación aumentaría el riesgo de fuga de audiencia y, por tanto, de pérdida de rating que a su vez podría perjudicar la posibilidad de que los anunciantes contraten pauta en el canal.
- Al eliminar el límite inferior, los operadores pueden ubicar en su parrilla anuncios de menos de 10 segundos, aprovechando así formatos de publicidad cada vez más comunes debido a que se han popularizado en las redes sociales y medios digitales.

Esta alternativa no desconoce el énfasis en programación de interés cultural, social y educativo que define a los canales en mención, pero considera que la calidad de dicha programación puede aumentar si aumenta la financiación por pauta.

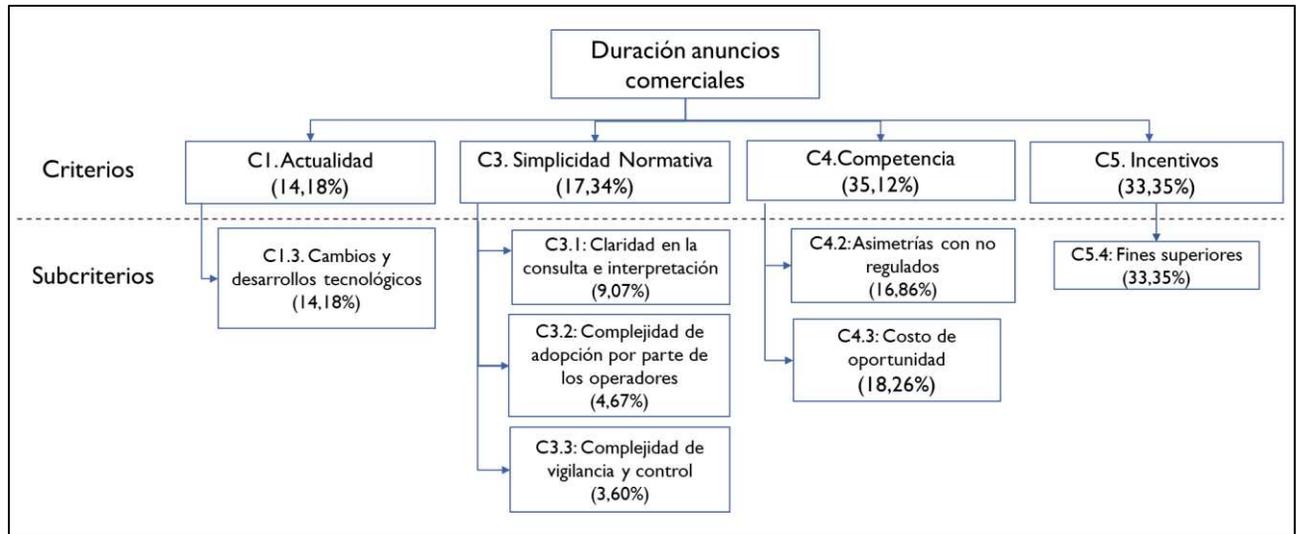
## 8.9.2. Evaluación

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 91 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

### **Crterios y subcriterios**

Se consideraron 4 criterios, 7 subcriterios y cuatro alternativas para el análisis de la subtemática **Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

**Ilustración 24. Criterios y subcriterios. Subtemática: Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios**

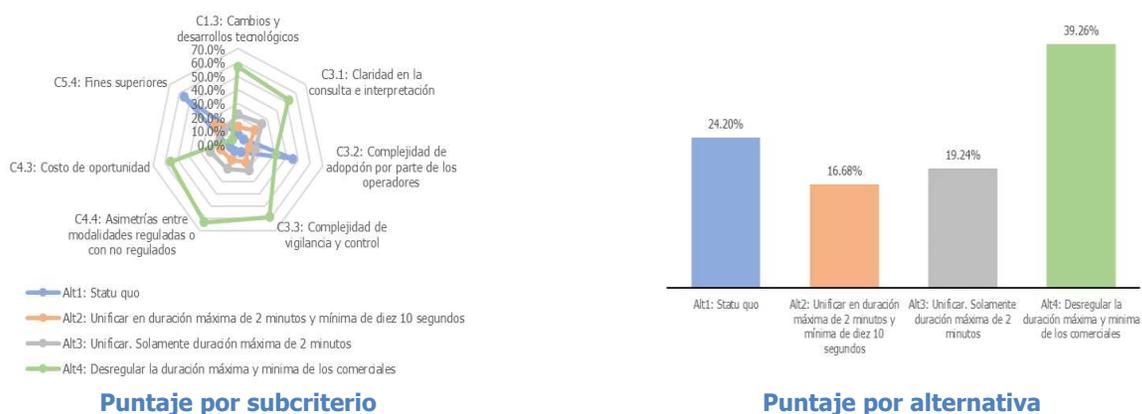


Fuente: Elaboración CRC

### **Resultados de la evaluación:**

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 25, donde se enseñan los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las cuatro alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 25. Resultados de la evaluación. Subtemática: Duración de anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios**



Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las cuatro alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 4 llamada desregular la duración máxima de los comerciales reconocimientos, patrocinios y auspicio resulta ser la óptima con un puntaje de 39,26%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- a. Con respecto a los "Cambios y desarrollos tecnológicos" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 4 con 57,1% que promueve la eliminación de las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales que tienen la TV Regional. Asimismo, elimina las restricciones del tiempo máximo de duración de reconocimientos que tiene la Señal Colombia y la TV sin ánimo de lucro.
- b. Para el criterio "Claridad en la consulta e interpretación" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 4 con 52,3% promoviendo para mejor claridad en la consulta e interpretación, la eliminación de las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales.
- c. Ahora bien, al momento de evaluar el criterio "Complejidad de adopción por parte de los operadores" los resultados determinan que la alternativa regulatoria 1 con 45,3% es la elegida. Esta alternativa promueve mantener la regulación sobre la duración de los anuncios comerciales señalados en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.
- d. Con respecto a la "complejidad de vigilancia y control" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 4 con 58,6% promoviendo la desregulación a través de la eliminación de las obligaciones relacionada con el tiempo de duración de los comerciales.
- e. La evaluación del criterio "Asimetría entre modalidades reguladas o no reguladas" muestran que la mejor alternativa regulatoria es la 4 con 62,9% promoviendo a través de la desregulación de la duración máxima y mínima de los comerciales disminuir esa asimetría que se puede presentar entre los operadores de cara a la regulación.
- f. Con respecto al "Costo de oportunidad" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 4 con 55,7% promoviendo la eliminación de la obligación de la duración máxima y mínima en la duración de los comerciales.
- g. Por último, para el criterio "Fines superiores" la alternativa regulatoria 1 con 55,7% fue la evaluada con mayor porcentaje promoviendo mantener el statu quo, es decir, no modificar la regulación respecto a la duración de los anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios según lo establecido en el capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es excluir de la regulación aquellas medidas relacionadas con la duración anuncios comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios, establecidas en las secciones 1, 2 y 5 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, a continuación, se precisan las modificaciones a realizar respecto de los artículos 16.5.1.8. y 16.5.1.9. de la sección 1 y respecto del artículo 16.5.5.1. de la sección 5. Por su parte, las modificaciones a realizar respecto de los artículos 16.5.2.5 y 16.5.2.13 de la sección 2 se presenta al final del numeral 9.4 del presente documento, dado que en este se identifican otros aspectos de la regulación sobre publicidad que aplica a la televisión regional que son susceptibles de modificación.

-Derojar los artículos 8 y 9 del Acuerdo CNTV 1 de 1995 compilados en los artículos 16.5.1.8. y 16.5.1.9. de la Sección 1 del Capítulo 5 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 93 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

~~Artículo 16.5.1.8. NÚMERO Y DURACIÓN DE LOS RECONOCIMIENTOS POR PROGRAMA: Cualquiera que sea la forma de contribución en los programas, se podrán incluir reconocimientos con una duración máxima de tres (3) minutos por cada media hora de emisión del programa.~~

~~En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá presentarse además un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres secciones.~~

~~Artículo 16.5.1.9. INFORMATIVOS: Para los informativos de tres (3) minutos, el reconocimiento consistirá en una mención a la presentación, una mención a la despedida y un auspicio/o patrocinio de máximo treinta (30) segundos con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos.~~

~~De igual manera se autoriza en el Backing de fondo el uso de un logotipo.~~

~~-Modificar el artículo 3 del Acuerdo CNTV 3 de 2012 compilado en el artículo 16.5.5.1. de la Sección 1 del Capítulo 5 de la Resolución CRC 5050 de 2016, el cual quedará de la siguiente manera:~~

~~"Artículo 16.5.5.1 RECONOCIMIENTO. El operador de televisión local sin ánimo de lucro reconocerá las contribuciones efectuadas por terceros mediante una referencia de la persona, empresa, marca, producto o servicio que ella indique, la cual consistirá en la presentación del diseño característico que le sirve de emblema, en forma hablada, visual o en ambas formas, con ayudas estáticas o animadas, sin la participación de modelos vivos y podrán incluir lema, agregado o calificación.~~

~~Únicamente se permitirá la inclusión de modelos vivos cuando se trate de campañas institucionales o mensajes que promuevan acciones de beneficio colectivo y de interés exclusivamente social y comunitario.~~

~~PARÁGRAFO. Los reconocimientos deberán efectuarse al inicio y finalización del respectivo programa. En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá además presentarse un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres (3) secciones."~~

## 8.10. Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Publicidad de alcohol – campaña de prevención

Como ya se ha hecho mención, en el artículo 29 de la Ley 182 de 1995 se señala que "(...) *salvo lo dispuesto en la Constitución y la Ley, es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de televisión, los cuales no serán objeto de censura ni control previo. Sin embargo, los mismos podrán ser clasificados y regulados por parte de la Comisión Nacional de Televisión (...)*". Tales facultades de la CNTV fueron asignadas a la CRC en virtud de la Ley 1978 de 2019, y en este mismo sentido, el artículo 22.29 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la mencionada Ley de 2019, faculta a la CRC para regular las condiciones de operación y explotación de servicio de TV, entre ellas, las asociadas a la publicidad.

En lo que respecta a la publicidad de bebidas con contenido alcohólico se identifica que dentro del marco legal la Ley 124 de 1994<sup>78</sup> en su artículo 3 señala que toda publicidad, identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencia expresa a la prohibición de las mismas a menores de edad. Por su parte el Decreto 120 de 2010<sup>79</sup> en su artículo 9 señala que la Comisión Nacional de

<sup>78</sup> Por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y se dictan otras disposiciones.

<sup>79</sup> Por el cual se adoptan medidas en relación con el consumo de alcohol - Compilado en el Decreto Único Reglamentario 780 de 2016.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 94 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Televisión - CNTV debe facilitar y propiciar la emisión en el servicio de televisión de mensajes de alto impacto sobre prevención del consumo abusivo de alcohol<sup>80</sup>.

Por su parte, en el artículo 31 de la Ley 1480 de 2011<sup>81</sup>, se señala que en la publicidad de productos que por su naturaleza o componentes sean nocivos para la salud, se debe advertir al público acerca de su nocividad y de la necesidad de consultar las condiciones o indicaciones para su uso correcto, así como las contraindicaciones del caso.

En lo que se refiere a la regulación vigente expedida por la CNTV, ANTV o CRC en relación con la publicidad de bebidas con contenido alcohólico se precisa que en la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 se encuentra compilado el Acuerdo CNTV 01 de 2006, por medio del cual se reglamentó la emisión de publicidad de bebidas de contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital.

En el ejercicio de simplificación y compilación normativa que desarrolló la Comisión en 2021 y que culminó con la expedición de la Resolución CRC 6383 de 2021, se identificó que la medida correspondiente a la prohibición de la publicidad de la cigarrillos y tabaco en el servicio de televisión contenida en el artículo 6 del mencionado Acuerdo, presentaba duplicidad con el artículo 14 de la Ley 1335 de 2009<sup>82</sup> y por tanto, dicho artículo 6 debía ser derogado. Respecto de los demás artículos del Acuerdo CNTV 01 de 2006, se confirmó su vigencia y por ello actualmente hacen parte de la norma compilatoria.

De esta manera la referida Sección 4 contiene en siete artículos las medidas vigentes que regulan la publicidad de bebidas con contenido alcohólico en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital, lo cual incluye la definición de lo que se entiende por publicidad, así como la clasificación de esta en tres categorías: Directa, Indirecta y Promocional. En esta norma se establecen restricciones a los horarios, la intensidad y las condiciones en que se puede emitir la publicidad del mencionado tipo de bebidas, y se señalan tres obligaciones específicas: **(i)** emisión de campaña de prevención sobre los riesgos y efectos del consumo de alcohol, **(ii)** la implementación de mecanismos de autorregulación y control para emisión de publicidad de alcohol y **(iii)** emisión de mensaje de advertencia sobre la responsabilidad de padres y adultos de propender la no presencia de audiencia menor de edad luego de las 9:30 p.m.

Si bien este grupo de medidas regulatorias son acordes con los mandatos legales y tienen como fin principal la protección de las audiencias frente a la intensidad de la publicidad de bebidas alcohólicas y la prevención de consumo abusivo de ese tipo de bebidas, a la fecha, estas resultan asimétricas frente a las que deben observar otros medios de pauta publicitaria, como son los medios digitales, las vallas y medios impresos, entre otros.

<sup>80</sup> Medida establecida en desarrollo del artículo 49 de la Ley 1098 de 2006 – Código de la infancia y la adolescencia: *“OBLIGACIÓN DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes consagradas en la presente ley. Así mismo, la Comisión Nacional de Televisión garantizará que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no se presentarán escenas o mensajes violentos o que hagan apología a la violencia.”*

<sup>81</sup> Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.

<sup>82</sup> La Ley 1335 de 2009 (modificada por la Ley 1801 de 2016) establece disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 95 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

En el documento de formulación del problema del presente proyecto regulatorio<sup>83</sup> se evidenció la tendencia decreciente de la pauta publicitaria en televisión abierta desde el año 2015, la histórica tendencia creciente de la pauta publicitaria en medios digitales y como desde 2019 esta última es superior a la primera, lo que puede indicar que existen presiones competitivas por parte las plataformas digitales en lo que se refiere a la venta de pauta publicitaria y que en razón a ello es pertinente evaluar alternativas regulatorias tendientes a reducir los costos que le representan a los operadores del servicio de televisión las actuales obligaciones en materia de publicidad de bebidas con contenido alcohólico, así como también para facilitar la innovación en la oferta de pauta publicitaria.

En esta sección se precisan y evalúan las alternativas relacionadas con la obligación que tienen los canales de televisión abierta, cerrada y satelital de transmitir una campaña de prevención sobre el consumo de alcohol señalada en el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

La restricción a la intensidad de la publicidad de bebidas con contenido alcohólico establecida en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la misma resolución se revisa en la sección 8.11 del presente documento. Por su parte, la restricción en materia de horarios establecida en el mismo artículo se analiza en la sección 9.5 del presente documento y la obligación de la emisión del mensaje de advertencia para padres y adultos de que trata el artículo 16.5.4.7 de la Resolución CRC 5050 de 2016, se revisa en la sección 9.6 del presente documento.

### 8.10.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas regulatorias a evaluar en atención a la situación problemática identificada de la asimetría que representa para los canales de televisión, respecto de otros medios que ofertan pauta publicitaria, la obligación de transmitir una campaña de prevención sobre el consumo de alcohol:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA PUBLICIDAD DE ALCOHOL – CAMPAÑA PREVENCIÓN	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Las restricciones en materia de publicidad de alcohol son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones – La campaña de prevención del consumo de alcohol representa costos para los diferentes operadores de TV en función de la producción de la campaña y el tiempo de emisión semanal.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener la obligación señalada en el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016 que establece que todo operador que emita publicidad de alcohol debe transmitir una campaña de prevención sobre el consumo de alcohol, la cual debe ser mínimo por la mitad del tiempo semanal de publicidad de alcohol.
<b>Alternativa 2: Tiempo de campaña equivalente al 25% del tiempo de publicidad de alcohol + una vez entre semana y en fin de semana como espacio institucional.</b>	Reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la mitad (50%) del tiempo de publicidad de alcohol emitida semanalmente a la cuarta parte (25%) de este. Y considerar como parte de los espacios institucionales para la TV abierta la campaña sobre prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, al menos una vez de lunes a viernes y una vez en fin de semana. Dicha

<sup>83</sup> Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-14/Propuestas/documento-formulacion-problema-revision-condiciones-programacion-publicidad-espacios-institucionales-servicio-television.pdf>

	<p>campaña podrá corresponder a un mensaje institucional producido por una autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido para la prevención del consumo de alcohol; a falta de disponibilidad del material, la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para que sea emitido con parte de los espacios institucionales.</p>
<p><b>Alternativa 3: Tiempo de campaña equivalente al 10% del tiempo de publicidad de alcohol + dos veces entre semana y en fin de semana como espacio institucional.</b></p>	<p>Reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la mitad (50%) del tiempo de publicidad de alcohol emitida semanalmente a la décima parte (10%) de este. Y considerar como parte de los espacios institucionales para la TV abierta la campaña sobre prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, al menos dos veces de lunes a viernes y dos veces en fin de semana. Dicha campaña podrá corresponder a un mensaje institucional producido por una autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido para la prevención del consumo de alcohol; a falta de disponibilidad del material, la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para que sea emitido como parte de los espacios institucionales.</p>

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

**Alternativa 1 (Statu Quo): Mantener sin ninguna modificación la obligación señalada en el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016**

Esta alternativa consiste en mantener la obligación señalada en el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016 que establece lo siguiente:

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

Esta obligación fue establecida en el parágrafo 2 del artículo 4 del Acuerdo CNTV 01 de 2006 y si bien esta es previa a la expedición del Decreto 120 de 2010<sup>84</sup>, da cumplimiento a lo ordenado en el artículo 9<sup>85</sup> de esa norma.

Así las cosas, los canales de televisión abierta, cerrada y satelital continuarán siendo los responsables de la producción de la campaña de prevención sobre riesgos y efectos del consumo de bebidas con contenido alcohólico y deberán emitir la campaña de prevención en una duración equivalente al 50% del tiempo de publicidad de bebidas con contenido alcohólico transmitido semanalmente. Por ejemplo, si en la semana transmiten 10 minutos de publicidad de bebidas con contenido alcohólico deben emitir la campaña de prevención por al menos 5 minutos en una semana.

**Alternativa 2: Modificar Tiempo de campaña equivalente al 25% del tiempo de publicidad de alcohol + una vez entre semana y en fin de semana como espacio institucional.**

Esta alternativa está enfocada en reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la mitad (50%) del tiempo de publicidad de alcohol emitida semanalmente a la cuarta parte

<sup>84</sup> Decreto por el cual se adoptan medidas en relación con el consumo de alcohol - Compilado en el Decreto Único Reglamentario 780 de 2016.

<sup>85</sup> Este artículo señala que la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) debe facilitar y propiciar la emisión en el servicio de televisión de mensajes de alto impacto sobre prevención del consumo abusivo de alcohol.

(25%) de este. Por ejemplo, si en la semana transmiten 10 minutos de publicidad de bebidas con contenido alcohólico deben emitir la campaña de prevención por al menos 2,5 minutos en una semana.

Adicionalmente, acorde con lo establecido en el artículo 9 del Decreto 120 de 2010, se plantea que tal campaña sea considerada un mensaje de los espacios institucionales para la TV abierta y sea transmitido, al menos una vez de lunes a viernes y una vez en fin de semana.

En este caso los operadores de televisión abierta, cerrada y satelital que emitan publicidad de bebidas con contenido alcohólico continúan siendo responsables de producir la campaña de prevención que deben transmitir. Adicionalmente, dicha campaña podrá corresponder a mensaje institucional producido por la autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido para la prevención del consumo de alcohol; a falta de disponibilidad del material, la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para ser emitido como parte de los espacios institucionales.

La reducción de tiempo de emisión de la campaña prevención corresponde a una disminución del costo de oportunidad que enfrentan los canales de televisión por el uso del espacio de pauta publicitaria y por la fuga de audiencia que se puede presentar cada vez que se transmite la campaña.

Alternativa 3: Modificar Tiempo de campaña equivalente al 10% del tiempo de publicidad de alcohol + dos veces entre semana y en fin de semana como espacio institucional.

Esta alternativa estaría enfocada en reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el parágrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la mitad (50%) del tiempo de publicidad de alcohol emitida semanalmente a la décima parte (10%) de este. Por ejemplo, si en la semana transmiten 10 minutos de publicidad de bebidas con contenido alcohólico deben emitir la campaña de prevención por al menos 1 minuto en una semana.

Adicionalmente, acorde con lo establecido en el artículo 9 del Decreto 120 de 2010, se plantea que tal campaña sea considerada un mensaje de los espacios institucionales para la TV abierta y sea transmitido, al menos dos veces de lunes a viernes y dos veces en fin de semana

Al igual que en la alternativa 2, los operadores de televisión abierta, cerrada y satelital que emitan publicidad de bebidas con contenido alcohólico continúan siendo responsables de producir la campaña de prevención que deben transmitir. Adicionalmente, dicha campaña podrá corresponder a mensaje institucional producido por parte de la autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido para la prevención del consumo de alcohol; a falta de disponibilidad del material, la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para ser emitido como parte de los espacios institucionales.

La reducción de tiempo de emisión de la campaña prevención corresponde a una disminución del costo de oportunidad que enfrentan los canales de televisión por el uso del espacio de pauta publicitaria y por la fuga de audiencia que se puede presentar cada vez que se transmite la campaña.

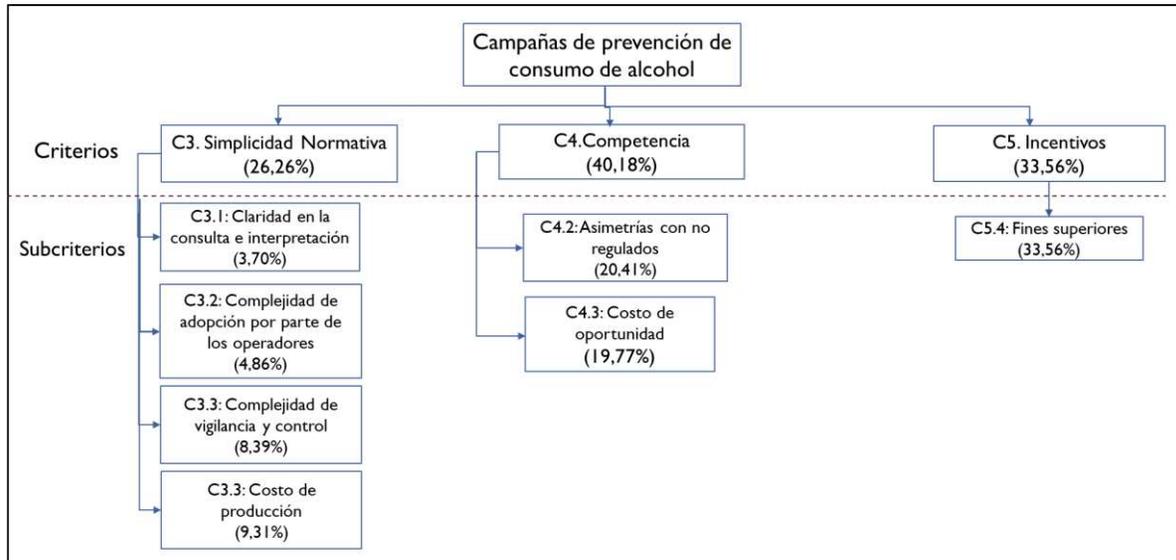
## 8.10.2. Evaluación

### Crterios y subcriterios

Se consideraron 3 criterios, 7 subcriterios y 3 alternativas regulatorias para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Publicidad de alcohol – campaña de prevención**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 98 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 26. Criterios y subcriterios. Subtemática: Publicidad de alcohol – campaña de prevención**

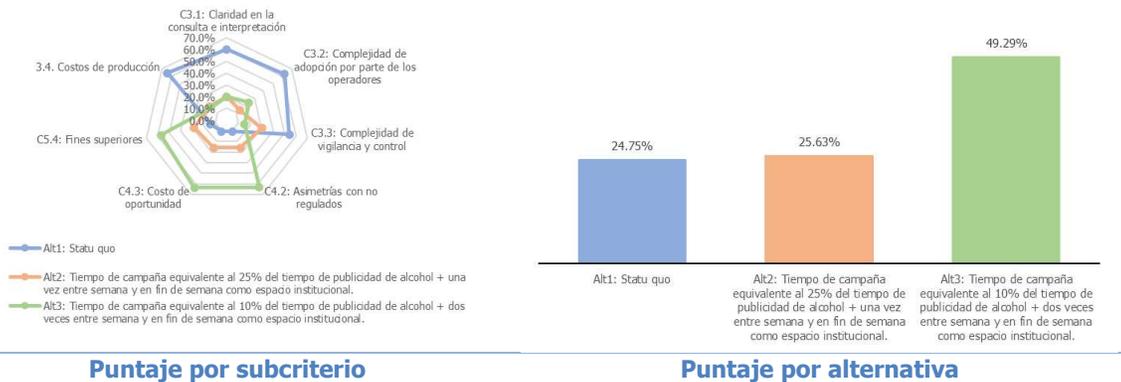


Fuente: Elaboración CRC

**Resultados de la evaluación:**

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 27, donde se enseñan los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 27. Resultados de la evaluación. Subtemática: Publicidad de alcohol – campaña de prevención**



Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3, resulta ser la óptima con un puntaje de 49,29%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- a. Con respecto a la "Claridad en la consulta e interpretación", determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 1 con 60% promoviendo mantener la obligación señalada en el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
- b. La evaluación del criterio "Complejidad de adopción por parte de los operadores" evidenció que la mejor alternativa regulatoria es la 1 con 62,3%, es decir, se promueve mantener la regulación como lo estipula el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
- c. Ahora bien, el criterio "Complejidad de vigilancia y control" determinó que la mejor alternativa es la 1 con 54,4%. Los resultados de la evaluación evidencian que no sería compleja la vigilancia y control por parte de la entidad o de las autoridades competentes.
- d. Para el criterio "Asimetrías con no regulados" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 63,3% promoviendo reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol que trata el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016 al 10% del tiempo de publicidad de alcohol y considerar como parte de los espacios institucionales las campañas de prevención.
- e. El criterio "Costo de oportunidad" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 63,6% promoviendo la reducción del tiempo de publicidad de alcohol al 10% de la publicidad y que las campañas de prevención cuente como espacio institucional.
- f. En cuanto al criterio "Fines superiores", la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 57.1% permitiendo que las campañas de prevención del consumo de alcohol hagan parte de los espacios institucionales.
- g. Finalmente, el criterio "Costo de producción" determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 1 con 64,2% manteniendo la regulación como lo establece el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es la siguiente:

- Subrogar el párrafo 2 del artículo 4 del Acuerdo CNTV 01 de 2016 compilado en el artículo en el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4. de la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera<sup>86</sup>:

*"(...) PARÁGRAFO 1<sup>º</sup>: Cada operador del servicio de televisión que emita publicidad de bebidas con contenido alcohólico deberá transmitir sin costo alguno una campaña explícitamente preventiva sobre los riesgos y efectos de su consumo, en franja familiar, por ~~la mitad~~ el equivalente al 10% del tiempo utilizado semanalmente para la publicidad de dichos productos. (...)"*

-Adicionar un literal y un párrafo al artículo 16.4.10.11 de la Sección 10 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

*"d) Campaña de prevención del consumo abusivo de alcohol. Espacio institucional reservado para la transmisión de mensajes de alto impacto sobre prevención del consumo abusivo de alcohol, el cual tendrá una duración máxima de 30 segundos y deberá emitirse, dos veces entre el lunes a viernes de cada semana y dos veces en fines de semana. Al menos una vez a la semana este espacio debe ser transmitido entre las 19:00 y las 22:00 horas."*

<sup>86</sup> Dado que en la sección 9.5 del presente documento se plantea la modificación del artículo 16.5.4.4. de la Resolución CRC 5050 de 2016, los cambios del párrafo 2 de este artículo harán parte de la actualización de este artículo.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 100 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**PARÁGRAFO.** La campaña de prevención del consumo abusivo de alcohol, podrá corresponder a mensaje institucional producido por una autoridad pública que en virtud de sus competencias disponga de contenido para la prevención del consumo de alcohol; en su defecto la Comisión de Regulación de Comunicaciones producirá el contenido requerido para que sea emitido con parte de los espacios institucionales.

”

## 8.11. Eje temático Publicidad y comercialización– Subtemática: Publicidad de alcohol - intensidad de la publicidad

En la sección 8.11 del presente documento se describió el marco legal y regulatorio que aplica a publicidad de bebidas con contenido alcohólico y se precisó que en la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 se encuentra compilado el Acuerdo CNTV 01 de 2006, por medio del cual la CNTV reglamentó la emisión de publicidad de bebidas de contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital.

De igual manera en dicha sección se indica que las medidas contenidas en dicho acápite resultan asimétricas frente a las que deben observar otros medios de pauta publicitaria, como son los medios digitales, las vallas y medios impresos, entre otros. Adicionalmente, se precisa la pertinencia de evaluar alternativas regulatorias tendientes a reducir los costos que le representan a los operadores del servicio de televisión tales obligaciones y a facilitar la innovación en la oferta de pauta publicitaria.

En esta sección se precisan y evalúan las alternativas relacionadas con la restricción a la intensidad de la publicidad de bebidas con contenido alcohólico establecida en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la misma resolución.

### 8.11.1. Alternativas

A partir de lo expuesto, se proponen las siguientes alternativas:

ALTERNATIVAS SUBTEMÁTICA PUBLICIDAD DE ALCOHOL – INTENSIDAD PUBLICIDAD	
<b>Situación identificada:</b>	<b>Las restricciones en materia de publicidad de alcohol son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones – el tiempo máximo de publicidad de alcohol por tiempo de programación limita la innovación y el desarrollo comercial de la pauta.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener el tiempo máximo de duración de la publicidad de alcohol en 60 segundos por cada media hora, para todos los canales de televisión, tal como lo establece el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
<b>Alternativa 2: Ampliar a 3 minutos de publicidad por cada media hora de programación</b>	Ampliar de un (1) minuto a tres (3) minutos al tiempo máximo de publicidad de alcohol por cada media hora de programación que se permite a todos los canales de televisión, que se encuentra regulado en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
<b>Alternativa 3: Desregular tiempo máximo de publicidad de alcohol</b>	Excluir de las restricciones regulatorias que deben observar todos los canales de televisión la correspondiente al tiempo máximo de publicidad de alcohol por tiempo de programación que se señala en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

A continuación, se describe cada una de las alternativas propuestas:

**Alternativa 1 (Statu Quo): Mantener el tiempo máximo de duración de la publicidad de alcohol en 60 segundos por cada media hora, para todos los operadores de TV.**

Esta alternativa consiste en mantener el tiempo máximo de duración de la publicidad de alcohol en 60 segundos por cada media hora, que se permite a los canales de televisión abierta, cerrada y satelital en la transmisión de publicidad promocional e indirecta, lo cual está establecido en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, así:

*"La emisión de la publicidad promocional e indirecta de que tratan los literales a) y b) del presente artículo, tendrá una duración máxima de sesenta (60) segundos por cada treinta (30) minutos de programación."*

De esta manera, a través de la regulación, se mantiene la protección a las audiencias en cuanto a la cantidad de publicidad que emiten los canales.

**Alternativa 2: Ampliar a 3 minutos de publicidad por cada media hora de programación.**

Esta alternativa está enfocada en ampliar de un (1) minuto a tres (3) minutos al tiempo máximo de publicidad de alcohol por cada media hora de programación que se permite a los canales de televisión abierta, cerrada y satelital en la transmisión de publicidad promocional e indirecta, que se encuentra regulado en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

De esta manera, **(i)** se mantiene la protección a las audiencias en cuanto a la cantidad de publicidad que emiten los canales, **(ii)** se reduce la asimetría que tienen los canales de televisión frente a otros medios alternativos de pauta publicitaria y **(iii)** se facilita la innovación en la oferta de pauta al disponer de un mayor espacio de tiempo para esta.

**Alternativa 3: Desregular tiempo máximo de publicidad de alcohol.**

Esta alternativa estaría enfocada en desregular tiempo máximo de publicidad de alcohol por tiempo de programación para todos los operadores de TV, es decir, excluir de las restricciones regulatorias que deben observar todos los canales de televisión la correspondiente al tiempo máximo de publicidad de alcohol por tiempo de programación que se señala en el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Con esta medida **(i)** se elimina la asimetría que tienen los canales de televisión frente a otros medios alternativos de pauta publicitaria en lo que se refiere a cantidad de publicidad que pueden transmitir y **(ii)** se facilita la innovación en la oferta al no tener restricciones frente al tiempo de pauta publicitaria de alcohol. En este caso, se estima que la autorregulación de la publicidad y las preferencias de las audiencias son los que limitan la cantidad de publicidad que emitirá cada canal.

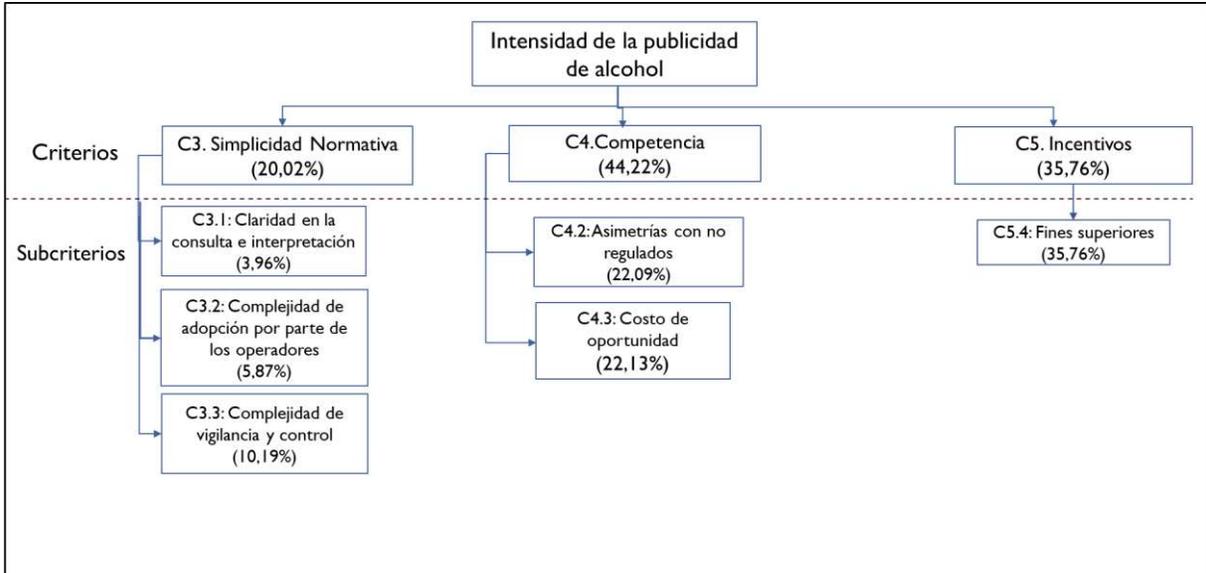
## 8.11.2. Evaluación

### **Criterios y subcriterios**

Se consideraron 3 criterios, 6 subcriterios y 3 alternativas regulatorias para el análisis de las alternativas sobre la subtemática **Publicidad de alcohol - intensidad de la publicidad**. La matriz de comparación junto con el resultado de la prueba de consistencia, así como la tabulación de los ponderadores de los subcriterios se encuentran en el Anexo 3.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 102 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 28. Criterios y subcriterios. Subtemática: Publicidad de alcohol - intensidad de la publicidad**

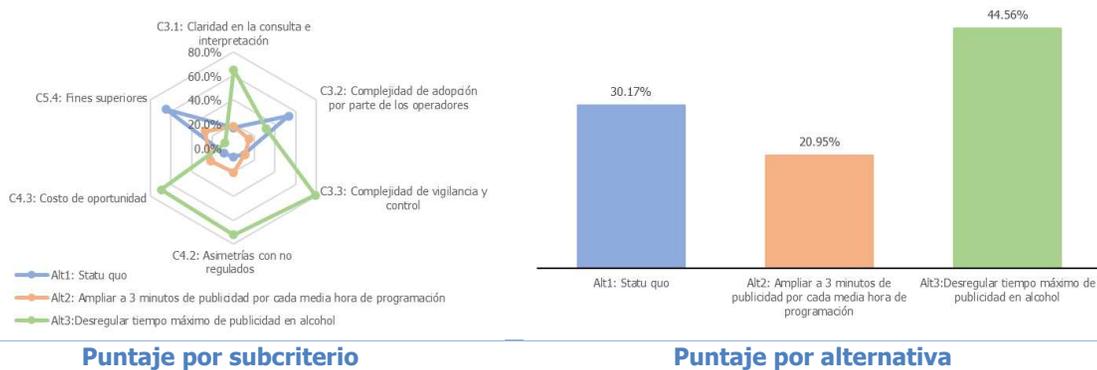


Fuente: Elaboración CRC

**Resultados de la evaluación:**

El resultado de las tres alternativas se presenta en la Ilustración 29, donde se enseñan los puntajes de cada alternativa por subcriterio, el cual se encuentra en una escala entre 0% y 100%, y cumple con la condición de que la suma de las tres alternativas para cada subcriterio es igual a 100%.

**Ilustración 29. Resultados de la evaluación. Subtemática: Publicidad de alcohol - intensidad de la publicidad**



Fuente: Elaboración CRC

Según el resultado de la evaluación de desempeño de las tres alternativas regulatorias en función de cada uno de los subcriterios establecidos, la alternativa 3 llamada desregular tiempo máximo de publicidad de alcohol resulta ser la óptima con un puntaje de 44,56%.

A continuación, se presenta la descripción de la puntuación de la alternativa ganadora para cada uno de los subcriterios:

- a. Con respecto a la "Claridad en la consulta e interpretación", se determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 65% promoviendo la desregulación del tiempo máximo de publicidad de alcohol por tiempo de programación para todos los operadores de TV.
- b. La evaluación del criterio "Complejidad de adopción por parte de los operadores", evidenció que la mejor alternativa regulatoria es la 1 con 53,1%, es decir, promueve mantener la regulación actual de tiempo máximo de duración de la publicidad de alcohol en 60 segundos por cada media hora para todos los operadores de TV.
- c. Con respecto al criterio "Complejidad de vigilancia y control", determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 78,5%, es decir, promueve desregular el tiempo máximo de publicidad de alcohol para todos los operadores de TV.
- d. En cuanto al criterio "Asimetrías con no regulados", la alternativa regulatoria 3 fue la mejor evaluada con 72,2% promoviendo igual que la anterior la desregulación en los tiempos máximos de publicidad de alcohol para toda la TV.
- e. Ahora bien, para el criterio "Costo de oportunidad", determinó que la mejor alternativa regulatoria es la 3 con 69,4% eliminando los tiempos máximos de publicidad establecida por la norma para toda la TV.
- f. Por último, el criterio "Fines Superiores", determinó que la mejor alternativa es la 1 con 64,5%, es decir, promueve mantener la norma actual, la cual, establece que el tiempo de publicidad de alcohol es de 60 segundos por cada media hora para todos los operadores de TV.

### **Propuesta Regulatoria**

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, la propuesta regulatoria es derogar el parágrafo 1 del artículo 16.5.4.4. de la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016. Sin embargo, dado que en el numeral 9.5 del presente documento se plantea la modificación del referido artículo 16.5.4.4., la derogatoria del mencionado parágrafo 1 hará parte de la actualización de este artículo como un texto a eliminar.

## **9. SUBTEMÁTICAS A EVALUAR CON ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN NORMATIVA**

Como se explicó en la Sección 7.2. del presente documento, el enfoque de simplificación es un pilar de la mejora regulatoria de aplicación constante, que tiene como finalidad contar con un marco regulatorio dinámico, sencillo, que goce de lenguaje claro y que reconozca que hace parte de un marco normativo sectorial, y no se refiere únicamente a la reducción o eliminación de regulación, sino que es un concepto más amplio que incluye mejoras en los procesos de interacción con los sujetos de la regulación y de estos con sus usuarios. A continuación, se presentan las subtemáticas que, bajo este enfoque, aportan a la solución del problema identificado "*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*".

### **9.1. Subcanales Digitales**

Revisados los comentarios recibidos en la consulta sectorial, adelantada entre los meses de noviembre y diciembre de 2022, como las observaciones elevadas por el sector al documento de formulación del problema, y solicitudes elevadas por los canales de TV regional<sup>87</sup>, como consecuencia de la expedición

<sup>87</sup> Oficio 2022800955, del 24 de enero de 2022 dirigido a Canal TRO.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 104 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

de la Resolución CRC 6383 de 2021, se evidencia que las obligaciones regulatorias de los canales principales digitales se extienden a las segundas señales con emisión en TDT<sup>88</sup>, lo que limita la oferta de segundas señales, cuyo contenido está dedicado temáticas especializadas.

Es importante traer a colación el propósito que en su momento la Comisión Nacional de Televisión – CNTV, esgrimió al momento de regular el servicio público de televisión abierta radiodifundida digital terrestre -TDT *“la digitalización de la señal tiene como consecuencia la posibilidad de que el canal radioeléctrico se multiplexe, dando lugar a varios subcanales, de manera que a través de ellos el operador pueda emitir diferente programación para diferentes usuarios, lo cual no sólo promueve la competencia, sino que garantiza y fortalece el pluralismo informativo y la eficiencia en la prestación del servicio público de televisión”*<sup>89</sup>. (subrayado fuera del texto)

El Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016 define el canal principal y subcanal digital, de la siguiente manera:

**"Canal principal:** Para efectos del servicio de Televisión Digital Terrestre, se entiende como la 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. La recepción del canal principal digital siempre será libre y gratuita para el televidente”.

**"Subcanales digitales:** Para efectos del servicio de Televisión Digital Terrestre, se entienden como las porciones del múltiplex 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”.

Actualmente, se identifican 12 subcanales digitales enfocados a temáticas especializadas (NNyA, étnico, cultura, noticias), tal y como se describe en la siguiente tabla:

**Tabla 16. 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 +
Teleslas	RaizalTV
Canal Trece	Canal Trece 2
City TV	El Tiempo Televisión
Canal Capital	Eureka
Cali TV	

Fuente: Elaboración CRC

<sup>88</sup> Televisión Digital Terrestre.

<sup>89</sup> Acuerdo 002 de 2012. “Por medio del cual se establece y reglamenta la prestación del servicio público de televisión abierta radiodifundida digital terrestre -TDT”.

En el momento, en Colombia los dos operadores de TV abierta 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 16. Sin embargo, varias de estas subseñales mantienen una programación generalista, mientras otras fueron creadas para atender temáticas y audiencias específicas, que se resumen en la siguiente Tabla.

**Tabla 17. 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 CRC

Realizada la revisión regulatoria, se identifican las siguientes obligaciones para los subcanales digitales:

- (i) Al ser parte de la TV regional, deben cumplir con los requerimientos para estos operadores, entre ellos, los porcentajes de producción nacional y la reserva de espacios institucionales.
- (ii) Cumplimiento de las disposiciones sobre repeticiones.
- (iii) El artículo 16.4.2.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, relaciona las obligaciones aplicables a los canales principales y a los subcanales digitales, indicando que, entre otras, le aplica el horario de la franja apta para todo público, la transmisión del himno nacional, el cumplimiento de Estatuto de partidos, el uso por parte del Presidente, Vicepresidente, los Ministros del Despacho y otros funcionarios públicos con autorización del primero; igualmente el uso por parte del Congreso de la República, la Rama Judicial y organismos de control, y el cumplimiento de la normativa sobre publicidad, lo cual se detallará en la descripción de la alternativa 1 – Statu quo.

A continuación, se describen las alternativas propuestas en desarrollo de esta temática.

<b>Situación identificada</b>	<b>Las obligaciones regulatorias de los canales principales se extienden a las segundas señales con emisión en TDT, limitan la oferta de segundas señales, cuyo contenido está dedicado temáticas especializadas (NNyA, étnico, cultura, noticias).</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener el marco regulatorio vigente en materia de las obligaciones de los subcanales digitales
<b>Alternativa 2: Flexibilización de las obligaciones de los subcanales digitales</b>	Flexibilizar las exigencias e incluir un artículo en acápite de TDT.

#### Alternativa 1: Statu quo

Bajo esta alternativa no se modifica el marco regulatorio, y tal y como lo grafica la Tabla subsiguiente, se mantendrían las obligaciones aplicables actualmente a los subcanales digitales.

**Tabla 18. Obligaciones regulatorias aplicables a los subcanales digitales**

Servicio de TV regional (art. 16.1.3.1)	Repeticiones (art. 16.4.7.1.)	Espacios Institucionales (art. 16.4.10.1)	Condiciones de la programación (art. 16.4.2.3)
Emitir la señal de televisión originada por la misma organización regional sobre el área de cubrimiento	Las normas en materia de repetición son aplicables a las organizaciones regionales y en consecuencia a las diferentes señales que emiten	Los operadores deben ceñirse a lo que les sea indicado por la CRC, por lo tanto, si no se indica que expresamente qué se debe transmitir en los subcanales, los espacios solo deben transmitirse en el Canal Principal Digital	Horario franja apta a todo público
Realizar programas de televisión, de carácter educativo, recreativo y cultural (programación regional)			Transmisión del himno nacional
Licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión			Cumplimiento Ley Infancia y Adolescencia
Cumplir con los porcentajes mínimos de programación de producción nacional			Cumplimiento del Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos
Reservar espacios de su programación para cumplir con los requerimientos de origen legal			Cumplimiento del Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos
		<b>Producción Nacional (art. 16.4.2.1)</b>	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.
		El canal digital principal de televisión de un múltiplex digital cumplirá con los porcentajes de programación de producción nacional establecidos en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001, o en la norma que la modifique, adicione o sustituya.	Cumplimiento pluralismo informativo
			Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre publicidad y anuncios comerciales. Cumplimiento normativa alcohol.

Fuente: Elaboración CRC

Se resalta, de una parte, el cumplimiento de los porcentajes de producción nacional, aun cuando en otra disposición regulatoria (artículo 16.4.2.1) se indica que se cumplirá por parte del canal digital principal. De la misma manera, se resalta el cumplimiento de las normas relacionadas con repeticiones. De otra parte, se indica que deben cumplir con los espacios institucionales, como el Estatuto de Partidos, el uso por parte del Gobierno Nacional y Ramas de poder público, entre otros.

#### Alternativa 2: Flexibilización de las obligaciones de los subcanales digitales

Bajo esta alternativa se modificarían las obligaciones regulatorias asociadas a los subcanales digitales, ajustes que se resumen de la siguiente manera:

- (i) En caso de que la evaluación de alternativas a la subtemática de *Repeticiones* arroje en primer orden de elegibilidad la alternativa No. 2, el canal digital principal de televisión de un múltiplex digital cumplirá con las disposiciones regulatorias sobre repeticiones. Si el resultado, se acota a la alternativa No. 3 de la subtemática de *Repeticiones*, no se requerirá cumplimiento alguno por parte del canal principal y/o los subcanales digitales.
- (ii) El canal digital principal de televisión de un múltiplex digital cumplirá con los porcentajes de programación de producción nacional establecidos en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001, o en la norma que la sustituya, modifique o adicione.
- (iii) En el plan de emisión expedido por la CRC, se indicarán los mensajes que deben presentarse en los espacios institucionales. En los subcanales digitales, los espacios institucionales aplicables únicamente serán los de orden legal.
- (iv) Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre publicidad y anuncios comerciales.
- (v) Se mantiene el cumplimiento del horario de la franja familiar, transmisión del himno nacional, cumplimiento del pluralismo informativo y de la Ley de Infancia y Adolescencia.

En la siguiente Tabla, se representan gráficamente los ajustes:



luego del apagón analógico establecido en el Plan de Cese de Emisiones Analógicas publicado por MINTIC<sup>90</sup>. Para ello, se realizará una modificación en la definición del canal principal digital contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, así como al numeral 6.11.2.2.5. del artículo 6.11.2.2. en relación con el procedimiento de asignación de los Recursos de Identificación de TDT.

A partir de lo expuesto, se identifica a continuación el enfoque de la propuesta regulatoria:

- Subrogar el artículo 20 del Acuerdo CNTV 02 de 2012 compilado en el artículo 16.4.2.3 de la Sección 2 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Tanto el canal principal como los subcanales digitales deberán cumplir las siguientes obligaciones:

a) La franja comprendida entre las 05:00 y las ~~22:00~~ 21:30 horas, deberá ser para programación apta para todos los públicos. El número mínimo de horas trimestrales de radiodifusión de programación infantil o de adolescentes definido en el artículo 16.4.1.10 no aplicará al canal digital principal de televisión de un múltiplex digital que tenga uno o varios subcanales digitales cuya temática especializada sea de niños, niñas y adolescentes, siempre que este último transmita trimestralmente, el mínimo de horas requeridas en el artículo 16.4.1.10.

b) Transmisión del Himno Nacional en las condiciones previstas en el artículo 8 de la Ley 198 de 1995 o en las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan.

c) Cumplimiento de lo previsto en la Ley 1098 de 2006 o en las normas que la reglamenten o la modifiquen, adicionen o sustituyan.

d) Cumplimiento de lo previsto en el artículo 22 de la Ley 335 de 1996, el artículo 10 de la Ley 680 de 2001 o en las normas que lo reglamenten o lo modifiquen, adicionen o sustituyan.

~~e) Cumplimiento de lo previsto en la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la presente resolución o en las normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan.~~

e) Reservar espacios de su programación para cumplir con los requerimientos de origen legal en materia de espacios institucionales, de conformidad con lo establecido en el artículo 16.4.10.1 de la presente resolución y lo definido en el plan de emisión expedido por la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

~~f) Cumplimiento de las prohibiciones consagradas en la Ley 130 de 1994, o en las normas que la reglamenten o la modifiquen, adicionen o sustituyan; así como las normas sobre propaganda electoral contenidas en la misma.~~

~~g) Cumplimiento de lo previsto en el artículo 32 de la Ley 182 de 1995 o en las normas que lo reglamenten o lo modifiquen, adicionen o sustituyan.~~

h) Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre publicidad y anuncios comerciales, así como de la Sección de publicidad de alcohol de la presente resolución, al momento de la radiodifusión de la misma.

**Parágrafo.** Por cada uno de los canales del múltiplex digital, cada operador deberá emitir una guía electrónica de programación EPG, que incluya 3 días adelantados de programación de cada canal digital. La Comisión de Regulación de Comunicaciones, se encargará de establecer la reglamentación correspondiente.

<sup>90</sup> MINTIC. Plan General de Cese de Emisiones Analógicas —PGCEA—. Disponible en: [https://mintic.gov.co/portal/715/articles-276900\\_recurso\\_1.pdf](https://mintic.gov.co/portal/715/articles-276900_recurso_1.pdf)

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 109 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- Adicionar un párrafo al artículo 2 del Acuerdo CNTV 12 de 1997 compilado en el artículo 16.1.3.1 de la Sección 3 del Capítulo 1 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

**Parágrafo.** En lo que respecta a los subcanales digitales, estos deberán remitirse al artículo 16.4.2.3 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

-Subrogar el artículo 4 del Acuerdo CNTV 2 de 2012 compilado en la definición de canal principal digital, contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual quedará así:

**CANAL PRINCIPAL DIGITAL:** Para efectos del servicio de Televisión Digital Terrestre, se entiende como la porción del multiplex 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. La recepción del canal principal digital siempre será libre y gratuita para el televidente.

Una vez sea cesada la emisión de señales televisivas analógicas, el canal principal se entenderá como la porción del multiplex digital que se radiodifunde que cuenta en el Identificador de Servicio – Service ID del RITDT con la indicación respectiva de tipo de canal.

-Modificar el literal 6.11.2.2.5 del artículo 6.11.2.2. de la Resolución CRC 5050 de 2016, el cual quedará así:

**6.11.2.2.5.** En caso de tratarse de la solicitud de Identificadores de Servicio - Service ID, se reservará un rango de 20 identificadores para cada multiplex digital, conservando el orden de llegada de las solicitudes, y teniendo en cuenta que, si el multiplex digital ya cuenta con un bloque reservado, se asignará un identificador dentro del mismo. **La solicitud deberá detallar los nombres de los servicios y el tipo de canal que aplique así: canal de televisión digital principal, subcanales de televisión digital, canales de audio, canales de datos. En todo caso, se asignará al canal principal digital el número más bajo disponible dentro del rango de identificadores de servicio reservado.**

Los operadores de TV dispondrán de hasta seis (6) meses, contados a partir de publicada la presente resolución para remitir la solicitud con las características detalladas en el presente numeral.

## 9.2. Señales codificadas

La participación de los operadores en la modalidad de televisión comunitaria en el presente proyecto regulatorio inició con la consulta sectorial realizada a finales del año 2022<sup>91</sup>; en ese momento la interacción se centró en la limitación que este tipo de modalidad de televisión ostenta, consistente en que pueden recibir y distribuir hasta siete señales codificadas, entendidas como un mecanismo de promoción de la producción nacional en la TV comunitaria. Los operadores de televisión comunitaria señalan que otras modalidades no tienen restricción al número de señales codificadas, lo que no les permite una oferta comparable con la TV suscripción.

Al respecto, es preciso relacionar dos referencias de orden legal:

<sup>91</sup> No se identificaron comentarios al documento de problema o a las alternativas regulatorias, presentados por operadores de TV comunitaria y relacionados con la restricción de las señales codificadas.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 110 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- La primera en relación con la posibilidad de recepción y distribución de las señales codificadas, siempre que se realice el reconocimiento de los derechos de autor, de acuerdo con lo señalado en el artículo 25 de la Ley 182 de 1995<sup>92</sup>.
- La segunda, en lo relativo al propósito de las organizaciones comunitarias, dado que el artículo 37 de la Ley 182 de 1995, señala que el servicio de televisión en función de su nivel de cobertura territorial, será prestado por la comunidad organizada integrada por personas naturales residentes en un municipio<sup>93</sup> o distrito o parte de ellos, en la que sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales.

En este sentido, el artículo 16.4.6.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 precisa que la programación del Canal Comunitario, que es canal de producción que estos operadores deben ofrecer en su parrilla, debe estar orientada a satisfacer las necesidades educativas, recreativas y culturales; con énfasis en temáticas de contenido social y comunitario que se identifiquen con los intereses y necesidades de información de la Comunidad Organizada prestadora de dicho servicio. Por tanto, el contenido de la programación del Canal Comunitario tendrá, de manera principal, el propósito de apoyar los lazos de vecindad, la identidad cultural de la comunidad y propender por los deberes y derechos ciudadanos; garantizando la participación de los asociados y de la comunidad en la producción de dichos contenidos.

Por otro lado, el artículo 16.4.6.2 de la mencionada Resolución, además de establecer la limitación de recepción y distribución de las 7 señales codificadas, también indica que no se computarán dentro de dicha restricción aquellas señales de televisión codificadas que correspondan a canales temáticos satelitales de origen nacional, cuya naturaleza misma es ofrecer contenidos que se produzcan, generen y emitan desde el territorio nacional. Por último, se suma la posibilidad normativa de que los asociados de estos operadores comunitarios reciban la señal principal de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional y regional, así como de las señales de TV local que se sintonicen en el área de cobertura del operador de televisión comunitaria.

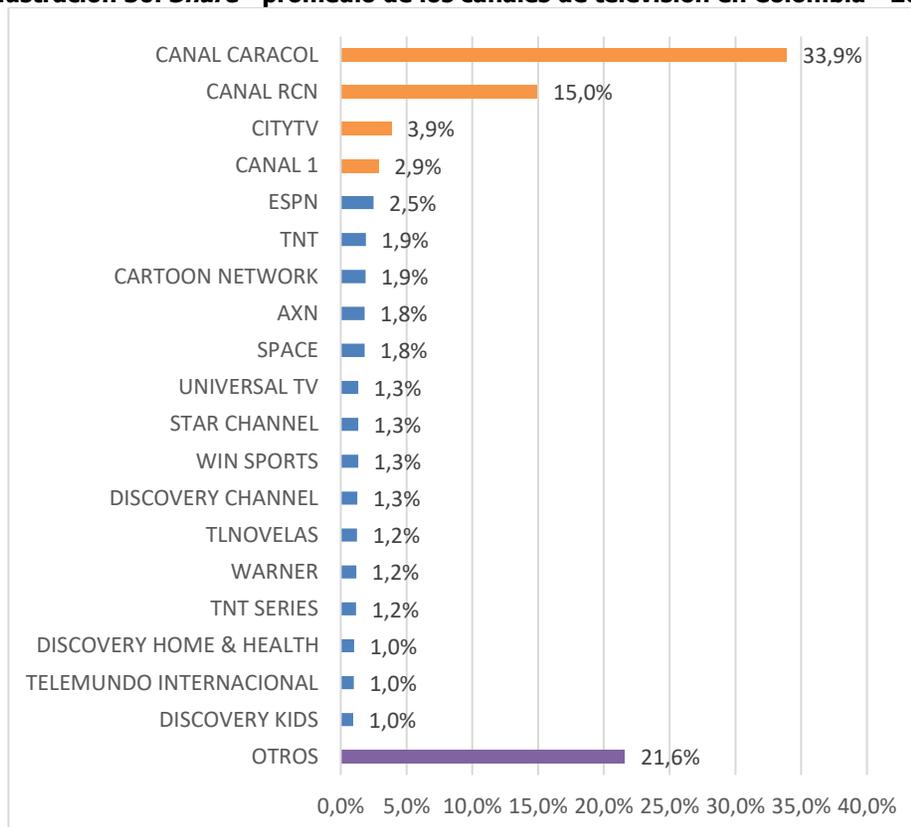
Lo anterior se traduce en que la TV comunitaria puede incluir en sus parrillas todas las señales principales (e incluso las secundarias, si se llega a acuerdos con los emisores) de la Televisión Abierta, junto con la recepción y distribución de máximo 7 señales codificadas y un número indeterminado de señales incidentales, previo cumplimiento de la normatividad de derechos de autor y conexos; como la emisión de los canales temáticos satelitales. Al respecto, se hace mención a las cifras de consumo de los canales de TV abierta en la televisión cerrada, que incluye la comunitaria:

<sup>92</sup> "(...) Previa autorización y pago de los derechos de autor correspondientes, y en virtud de la concesión otorgada por ministerio de la ley o por la Comisión Nacional de Televisión, los operadores públicos, privados y comunitarios y los concesionarios de espacios de televisión, podrán recibir y distribuir señales codificadas (...)".

<sup>93</sup> Municipios de hasta de trescientos mil (300.000) habitantes.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 111 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

**Ilustración 30. Share<sup>94</sup> promedio de los canales de televisión en Colombia - 2023**



Fuente: Elaboración CRC con base en datos de IBOPE media

De las anteriores cifras se evidencia que la oferta televisiva de la que hoy gozan usuarios de TV cerrada, incluyendo los asociados o miembros de organizaciones comunitarias, propugna por el fin superior de apoyar los lazos de vecindad y la identidad cultural de la comunidad, en tanto la programación y su contenido, que debe permitir la cohesión entre las necesidades educativas, recreativas y culturales de la comunidad, cuenta con los contenidos de la TV Nacional, que corresponden a dichos fines consignados en la Ley 182 de 1995.

De igual modo, el artículo 16.4.6.3. del mismo cuerpo regulatorio, establece un deber de emisión de un canal comunitario con un tiempo mínimo de programación basado en la producción propia de acuerdo con la cantidad de asociados:

**Tabla 20. Tiempo mínimo de programación de acuerdo con la cantidad de asociados**

Asociados	Horas de producción propia
Menos o igual a 500 asociados	3 horas semanales
501 a 1.000 asociados	4 horas semanales
1.001 a 3000 asociados	5 horas semanales

<sup>94</sup> Cuota de pantalla o porcentaje de audiencia.

3.001 a 6.000 asociados

6 horas semanales

Fuente: Elaboración CRC

Finalmente, debe hacerse referencia a lo previsto en el Anexo 1<sup>95</sup> del Tratado de Libre Comercio suscrito entre la República de Colombia y Estados Unidos de América, el cual señala que la TV comunitaria presenta restricciones respecto al área de cubrimiento, número y tipo de canal, que dicho servicio puede ser ofrecido a no más de 6.000 asociados o miembros comunitarios, y que debe ofrecerse bajo la modalidad de canales de acceso local de redes cerradas.

Por último, es importante señalar que, de acuerdo con el artículo 25 de la Ley 182 de 1995, los operadores de TV comunitaria pueden recibir y transmitir un número ilimitado de señales incidentales<sup>96</sup>, previa autorización y pago de los derechos de autor correspondientes. Esta norma está desarrollada por el artículo 16.1.7.4 de la Sección 7 del Capítulo I del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016.

De lo anterior se colige que todas estas medidas relativas a área de cubrimiento, número de asociados y límite en número y tipo de señal, propenden por el cumplimiento del fin legítimo que desde la Ley 182 de 1995 se dispuso para la prestación del servicio de televisión por las comunidades organizadas, el cual, se reitera, es promover los lazos de vecindad y la identidad cultural de la comunidad.

A continuación, se describen las alternativas propuestas en desarrollo de esta temática.

<b>Situación identificada</b>	<b>La televisión comunitaria puede recibir y distribuir hasta 7 canales codificados, mientras otras modalidades no tienen restricción al número de canales codificados, lo que podría generar una asimetría regulatoria con la TV por suscripción y no permitiría una oferta comparable con la TV suscripción</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener las disposiciones regulatorias en relación con la TV comunitaria, relacionadas en la Resolución CRC 5050 de 2016, particularmente en relación con la limitante de siete (7) señales codificadas.
<b>Alternativa 2: Incremento del número de señales codificadas</b>	Modificar el número de señales codificadas a catorce (14).

#### Alternativa 1: Statu quo

Bajo esta alternativa no se modifica las disposiciones regulatorias en relación con la TV comunitaria, las cuales corresponden, en lo que respecta al Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, a los artículos 16.4.6.1, 16.4.6.2, 16.4.6.3.

Particularmente, y en lo relativo a las señales codificadas, se conserva la restricción referente a que las Comunidades Organizadas prestadoras del servicio de Televisión Comunitaria podrán recibir y distribuir señales incidentales y hasta siete (7) señales codificadas de televisión, previo cumplimiento de la normatividad de derechos de autor y conexos sobre las mismas.

<sup>95</sup> Anexo de medidas disconformes para Servicios e Inversión Colombia. Disponible en: <https://www.tlc.gov.co/TLC/media/media-TLC/Documentos/Anexo-IMedidas.pdf>.

<sup>96</sup> Se entiende por señal incidental de televisión aquella que se transmite vía satélite y que esté destinada a ser recibida por el público en general de otro país, y cuya radiación puede ser captada en territorio colombiano sin que sea necesario el uso de equipos decodificadores (Artículo 25 de la Ley 182 de 1995).

Debe señalarse, que el Título I de la ya referida Resolución CRC 5050, dispone una definición de televisión comunitaria<sup>97</sup>.

De la misma manera, la Sección II, del Capítulo 5 del Título XV del mismo cuerpo regulatorio, específicamente en el artículo 15.5.2.1. enlista unas conductas prohibidas para Comunidades Organizadas que prestan el servicio de Televisión Comunitaria, dentro de las cuales se resalta. "7. Exceder el número máximo de siete (7) señales codificadas de televisión autorizadas".

Finalmente, se mantendría el literal b) del artículo 16.1.7.4 de la Sección 7 del Capítulo I del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, que destaca como derecho de las comunidades organizadas: "b) A la emisión de hasta siete (7) señales codificadas de televisión y a un número indeterminado de señales incidentales en los términos descritos anteriormente, previa autorización del titular de los derechos de autor y conexo".

#### Alternativa 2: Incremento número de señales codificadas

Bajo esta alternativa se modificarían los artículos que relacionan la limitación de recepción y distribución de señales codificadas para la TV Comunitaria, en el sentido de indicar que el número se incrementa a catorce (14), por lo que deberían ser objeto de intervención regulatoria los artículos: 15.5.2.1., 16.1.7.4 y 16.4.6.2. de la Resolución CRC 5050 de 2016.

### **Análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2**

El análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2 se realiza teniendo en cuenta la situación identificada.

A continuación, se presentan las ventajas y desventajas de cada alternativa:

Ventajas	Alternativa 1	Alternativa 2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se mantiene la estructura de las obligaciones regulatorias en lo que respecta al servicio de televisión comunitaria, cuya aplicación y alcance el sector conoce a profundidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promueve que los operadores comunitarios ofrezcan un número significativo de canales codificados que haría su oferta comparable a la de los paquetes básicos de la TV por suscripción.</li> </ul>
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actualmente, se identifican 121 operadores de TV comunitaria. En promedio se cuenta con 117 canales codificados, lo que contrasta con las limitaciones de orden regulatorio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No promueve de manera principal, el propósito de apoyar los lazos de vecindad, la identidad cultural de la comunidad y la participación de los asociados y de la comunidad en la producción de dichos contenidos.</li> <li>No consulta de manera directa el cumplimiento del fin legítimo, que desde la Ley 182 de 1995 se dispuso para la prestación del servicio de televisión por las comunidades organizadas, en razón a limitaciones en torno al área de cubrimiento, número de asociados, límite en número y tipo de señal, que son</li> </ul>

<sup>97</sup> "Es el servicio de televisión cerrada sin ánimo de lucro prestado por las comunidades organizadas, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación de producción propia tiene un énfasis de contenido social y comunitario. En razón a sus restricciones territoriales, de número de asociados y de señales codificadas, y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción".

		<p>características inherentes a este tipo de modalidad de servicio de TV, lo que permite este servicio no se confunda con el de televisión por suscripción</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La TV Comunitaria dispone actualmente de una oferta televisiva que propugna por el cumplimiento del fin superior, esto es: dispone de señales incidentales ilimitadas, hasta 7 señales codificadas, canales temáticos satelitales ilimitados y la televisión abierta.</li> <li>• La implementación de los ajustes, pueden requerir alguna complejidad, dada su novedad.</li> </ul>
--	--	--

Como se puede observar del cuadro anterior, la alternativa 2 presenta una serie de desventajas que no se obtienen con la alternativa 1, particularmente se resaltan como ventajas de la alternativa 1 Statu quo, que promueve de manera principal, el propósito de apoyar los lazos de vecindad, la identidad cultural de la comunidad y la participación de los asociados y de la comunidad en la producción de dichos contenidos, así mismo propugna por el cumplimiento del fin legítimo, que desde la Ley 182 de 1995 se dispuso para la prestación del servicio de televisión por las comunidades organizadas, en razón a que limitaciones en torno al área de cubrimiento, número de asociados, límite en número y tipo de señal, que son características inherentes a este tipo de modalidad de servicio de TV, lo que permite este servicio no se confunda con el de televisión por suscripción.

Con base en el anterior análisis, las ventajas de la alternativa 1 y los antecedentes descritos, se concluye que la alternativa 1 procura la observancia del fin superior previsto para el servicio de TV Comunitaria, lo que se articula con el fundamento de las limitaciones en lo relacionado con el área de cubrimiento, número de asociados, límite en número y tipo de señal.

Así las cosas, no se realizará intervención regulatoria.

### 9.3. Canales temáticos satelitales

Como se anticipó en el documento de formulación del problema, se identifica en la modalidad de TV Cerrada, la figura de los canales temáticos satelitales como un instrumento de promoción a la industria nacional. De ello, da cuenta una de las consideraciones que motivaron la expedición del Acuerdo CNTV 001 de 2009, al incentivar la producción nacional de televisión en canales satelitales temáticos de origen colombiano para su teledifusión a través de los sistemas de televisión cerrada del país: *"los canales temáticos o especializados de origen colombiano se convierten en un medio idóneo para difundir nuestra cultura dentro del territorio nacional y fuera de él, facilitando a aquellos colombianos residentes en el exterior un contacto directo con la realidad nacional y nuestra cultura, contribuyendo además al mejoramiento de la imagen del país, a través de la generación de nuevos contenidos, escenarios y narrativas"*.

Al respecto, el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, define el canal temático como un "(...) canal de televisión cuyo contenido está especializado en una determinada temática o dirigido a un sector de la población y cuya señal para efectos de este Acuerdo debe ser transmitida vía satélite".

Pues bien, la característica satelital que define la regulación limita la oferta de los canales temáticos satelitales, además de no responder al principio de neutralidad tecnológica, entendida como la libertad

que tienen los proveedores de redes y servicios de usar las tecnologías para la prestación de todos los servicios sin restricción distinta a las posibles interferencias perjudiciales y el uso eficiente de los recursos escasos. Por lo que, tanto en la consulta sectorial como en los comentarios recibidos al documento de formulación de la problemática y a las alternativas regulatorias, se identifica la necesidad de ampliar la exigencia de satelitales a otras tecnologías alternativas y emergentes, tales como IPTV o plataformas de streaming.

El artículo 16.4.5.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016 señala que, para fomentar la industria de televisión colombiana, la TV por suscripción debe incluir en su parrilla como mínimo cinco (5) canales temáticos satelitales de origen nacional. Quedarán exentos del cumplimiento de la obligación aquellos operadores que cuenten con el canal de producción propia, siempre que en el mismo se emitan mínimo cinco (5) horas diarias de programación nacional propia.

A continuación, se describen las alternativas propuestas en desarrollo de esta temática.

<b>Situación identificada</b>	<b>La característica satelital, no es acorde con el principio de neutralidad tecnológica, lo que limita su oferta. Ampliar la exigencia de temáticos satelitales a otras tecnologías (para incluir dentro de la parrilla de programación canales que son transmitidos mediante tecnologías alternativas como IPTV, streaming o plataformas de streaming)</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener la característica satelital, y por ende no hacer modificación alguna a la definición contenida en el Título I Resolución 5050 de 2016 y las disposiciones regulatorias conexas.
<b>Alternativa 2: Eliminación característica satelital e inclusión de requisitos para el registro como canal temático</b>	Eliminar la característica de tecnología satelital e incluir requisitos para el registro del canal temático.

#### Alternativa 1: Statu quo

Bajo esta alternativa no se modifica la definición que trae el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, en relación con canal temático satelital, como tampoco la disposición regulatoria contenida en el artículo 16.4.5.3 de la referida resolución.

#### Alternativa 2: Eliminación característica satelital e inclusión de requisitos para el registro como canal temático

Bajo esta alternativa se modificaría la definición contenida en el Título I relacionada con canal temático, particularmente eliminando la característica de satelital. Tal modificación, se replicaría en el artículo 16.4.5.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual hace referencia a la TV por suscripción.

Adicionalmente, se incluirían los requisitos para que la Comisión proceda con el registro del canal temático, dado que dicha actuación es del resorte de la CRC<sup>98</sup>. Para el efecto, se plantean los siguientes requisitos:

- a) Contar con un área temática determinada o dirigida a un sector de la población,
  - b) El 70% de las emisiones del total de tiempo al aire deben ser de producción nacional de televisión,
- y

<sup>98</sup> Conflicto de negativo de competencias Consejo de Estado – Sala de Consulta y Servicio Civil del 16 de marzo de 2021. Rad 11001-03-06-000-2020-00247-00.

c) Tener como mínimo una inversión de capital nacional del 60%.

En relación con el literal b), es importante señalar que el porcentaje allí fijado, atiende lo dispuesto en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995, modificado por el artículo 4 de la Ley 680 de 2001 y posteriormente por el artículo 21 de la Ley 1520 de 2012. En lo que respecta al literal c), tiene sustento en lo previsto en el artículo 1 de la Ley 680 de 2001, haciendo en todo caso hincapié en la transferencia tecnológica en relación con la inversión extranjera.

### **Análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2**

El análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2 se realiza teniendo en cuenta la situación identificada.

A continuación, se presenta las ventajas y desventajas de cada alternativa:

Ventajas	Alternativa 1	Alternativa 2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se mantiene la estructura de las disposiciones regulatorias en lo que respecta al servicio de televisión por suscripción, particularmente a los canales temáticos satelitales, cuya aplicación y alcance el sector conoce a profundidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atiende el principio de neutralidad tecnológica.</li> <li>Considera las innovaciones tecnológicas</li> <li>Promueve la oferta de canales temáticos y por ende incentiva la industria nacional en la TV por suscripción.</li> </ul>
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> <li>No tiene en cuenta en el principio de neutralidad tecnológica.</li> <li>Mantiene las restricciones en torno a incluir tecnologías alternativas.</li> <li>No se promueve la oferta de canales temáticos y por ende no se fomenta de la producción nacional en la TV por suscripción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La implementación de los requisitos relacionados con el registro de los canales temáticos, pueden demandar alguna complejidad, dada su novedad.</li> </ul>

Como se puede observar del cuadro anterior, la alternativa 2 presenta una serie de ventajas que no se obtienen con la alternativa 1, específicamente, considera las innovaciones tecnológicas e incentiva la industria nacional audiovisual.

Con base en el anterior análisis, se concluye que la alternativa 2 promueve, de una parte, la neutralidad e innovación tecnológica y contribuye a asegurar que la normatividad no resulte anticuada; y de otra parte, incentiva la promoción de la oferta de los canales temáticos, siendo estos una herramienta para la promoción de la industria nacional.

Así las cosas, se plantea la propuesta regulatoria en los siguientes términos:

-Subrogar el artículo 2 del Acuerdo CNTV 1 de 2009 compilado en la definición de canal temático, contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

CANAL TEMÁTICO: Es aquel canal de televisión **de origen nacional**, cuyo contenido está especializado en una determinada temática o dirigido a un sector de la población. ~~y cuya señal para efectos de este Acuerdo debe ser transmitida vía satélite.~~

- Subrogar el artículo 30 de la Resolución ANTV 26 de 2018 compilado en el artículo 16.4.5.3 de la Sección 5, Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Con el objeto de fomentar la industria de televisión colombiana, los operadores del servicio de televisión por suscripción, deberán incluir dentro de su parrilla de programación como mínimo cinco (5) canales temáticos **satelitales** de origen nacional, de conformidad con lo establecido en la presente resolución. Quedarán exentos del cumplimiento de la obligación establecida en el presente artículo aquellos operadores que cuenten con el canal de producción propia de que trata el artículo 16.4.9.1 de la presente resolución, siempre que en el mismo se emitan mínimo cinco (5) horas diarias de programación nacional propia.

-Adicionar un artículo a la Sección 5 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, así:

Con el fin de realizar el registro del canal temático, deberá acreditarse ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones, los siguientes requisitos:

- a) Contar con un área temática determinada o dirigida a un sector de la población,
- b) El 70% de las emisiones del total de tiempo al aire deben ser de producción nacional de televisión, y
- c) Tener como mínimo una inversión de capital nacional del 60%.

PARÁGRAFO. Entiéndase como capital nacional, el que pertenezca a una persona natural o jurídica de nacionalidad colombiana.

- Subrogar el artículo 20 de la Resolución ANTV 650 de 2018 compilado en el artículo 16.4.6.2 de la Sección 6, Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Las Comunidades Organizadas prestadoras del servicio de Televisión Comunitaria deberán garantizar a sus asociados la recepción de la señal principal de los canales colombianos de televisión abierta de carácter nacional, regional y local que se sintonicen exclusivamente en el área de cobertura del operador de televisión comunitaria. Así mismo, deben distribuir obligatoriamente los canales a que se refieren el artículo 19 de la Ley 335 de 1996, **o el que haga sus veces** y las normas correspondientes de la presente resolución con estricta sujeción a la normatividad y reglamentación aplicables; y en adelante aquellas señales de interés público que defina la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Adicionalmente, podrán recibir y distribuir señales incidentales y hasta siete (7) señales codificadas de televisión, previo cumplimiento de la normatividad de derechos de autor y conexos sobre las mismas.

Para efectos de la presente sección, y con miras a incentivar la industria nacional de televisión, la difusión de la cultura e información del país, así como la generación de empleo que de ella se deriva, dentro de las siete (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, previamente registrados ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones o ante la autoridad competente, de conformidad con lo previsto en las normas correspondientes de la presente resolución.

#### 9.4. Publicidad en canales regionales y locales con ánimo de lucro

En el numeral 8.8 del presente documento se describió el marco legal y regulatorio que aplica a la publicidad en el servicio de televisión y se evidenció como la regulación en esta materia se enfoca en la televisión regional y local con ánimo de lucro, bajo normas que fueron expedidas hace más de 20 años.

Es así que en la Sección 2 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 se encuentra compilado el Acuerdo CNTV 02 de 1995, por medio del cual la CNTV reglamentó la comercialización

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 118 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

en los canales regionales de televisión, en la Sección 3 del mismo Capítulo, se encuentran compilados los artículos relacionados con la comercialización en el servicio de televisión local con ánimo de lucro que estableció la CNTV a través del Acuerdo 24 de 1997.

La referida sección 2 está conformada por 22 artículos en los que se define la actividad de comercialización en el servicio de televisión regional, se señalan los diferentes tipos de anuncios comerciales, se establecen condiciones en cuanto al contenido de los anuncios comerciales, así como restricciones respecto a los espacios en que se pueden transmitir, la duración de los anuncios comerciales y sobre sus características. Adicionalmente, se señalan aspectos relacionados con la fijación de tarifas y del desarrollo de la relación contractual entre los canales y los anunciantes.

Por su parte, la mencionada sección 3 está conformada por nueve artículos, en los que se define la actividad de comercialización en el servicio de televisión local con ánimo de lucro, se establecen condiciones en cuanto al contenido de los anuncios comerciales, así como restricciones respecto a los espacios en que se pueden transmitir y la duración de los anuncios comerciales.

Con respecto a estas medidas en materia de publicidad, es necesario reiterar, lo señalado en el numeral 8.8 del presente documento, cuando se indica que las medidas compiladas en el Capítulo 5 de la Resolución CRC 5050 de 2016 resultan asimétricas frente a las que deben observar otros medios de pauta publicitaria, en especial frente a los medios digitales, que registran desde el año 2019 la participación en los ingresos por pauta publicitaria. En atención a ello, se precisa la pertinencia de evaluar alternativas regulatorias tendientes a reducir los costos que le representan a los operadores del servicio de televisión tales obligaciones y facilitar la innovación en la oferta de pauta publicitaria.

En este sentido, los análisis desarrollados en los numerales 8.8 y 8.9 del presente documento señalan la pertinencia de excluir de la regulación las restricciones sobre el tiempo máximo de publicidad por tiempo de programación y de duración de los anuncios comerciales contenidos en las referidas secciones 2 y 3 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, resulta también necesario adelantar la revisión, con un enfoque de simplificación, de las demás obligaciones o restricciones establecidas en esas secciones. Esto por cuanto pueden corresponder a medidas que no son acordes con las actuales condiciones de prestación del servicio de televisión y que se traducen en asimetrías frente a la televisión abierta nacional, a la televisión cerrada y a otros medios que ofertan pauta publicitaria.

A continuación, se describen las alternativas propuestas frente a las obligaciones y restricciones en materia de publicidad establecidas en las secciones 2 y 3 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 para la televisión regional y la televisión local con ánimo de lucro.

<b>Situación identificada:</b>	<b>Las restricciones regulatorias en materia de publicidad ponen en desventaja a la televisión regional y la televisión local con ánimo de lucro, frente a otras modalidades de televisión y frente a los demás medios en que pueden pautar los anunciantes.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener las obligaciones y restricciones en materia de publicidad establecidas en las secciones 2 y 3 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 para la televisión regional y la televisión local con ánimo de lucro.
<b>Alternativa 2: Desregular</b>	Modificar, con un enfoque de simplificación normativa, las obligaciones y restricciones en materia de publicidad y relacionadas con los tipos de publicidad [Comerciales vivos, Comerciales de Superimposición, Mención Comercial, Logotipos, Patrocinios, Cortesías, Créditos, Promoción y Avisos Clasificados], tipos de producto [Preservativos sanitarios y alcohol] y de gestión de la oferta [reglamento], establecidas actualmente para la televisión regional y para la

televisión local con ánimo de lucro en las secciones 2 y 3 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, respectivamente.

#### Alternativa 1: Statu quo

Bajo esta alternativa se mantienen sin ninguna modificación los 22 artículos que conforman la Sección 2 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, a través de los cuales se encuentran establecidas las condiciones regulatorias que deben cumplir de manera exclusiva los canales regionales en materia de publicidad.

Igualmente, se mantienen sin ninguna modificación los nueve artículos que conforman la Sección 3 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, a través de los cuales se encuentran establecidas las condiciones regulatorias que deben cumplir de manera exclusiva los canales locales con ánimo de lucro en materia de publicidad.

En todo caso, se aclara, que de esta alternativa se excluyen los artículos 16.5.2.12 y 16.5.2.17 de la sección 2 y el artículo 16.5.3.4. de la sección 3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, dado que en los análisis desarrollados en el numeral 8.8 del presente documento se determinó la pertinencia de derogarlos.

#### Alternativa 2: Desregular

Bajo esta alternativa, mediante un enfoque de simplificación normativa, se modifican las obligaciones y restricciones en materia de publicidad relacionadas con los tipos de publicidad, tipos de producto y de gestión de la oferta de pauta, establecidas para la televisión regional y para la televisión local con ánimo de lucro en las secciones 2 y 3 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, respectivamente.

En lo que respecta a las obligaciones y restricciones contenidas en la sección 2 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, que aplican a la televisión regional, los ajustes que se proponen son los siguientes:

**Tabla 21. Obligaciones publicidad TV Regional**

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b><u>16.5.2.4 Anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios. Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad, ni pretender que sea este el único método de evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual.</u></b></p> <p><b>Los anuncios de este producto deberán ser únicamente comerciales regulares y reunir las condiciones estéticas y éticas que a juicio del operador del servicio público de televisión regional se determinen.</b></p> <p>Sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas.</p>	<p>Eliminación por desuso en razón a la evolución del mercado, pues a la fecha existen otras alternativas de pauta publicitaria que no tienen estas restricciones para este tipo de productos.</p>
<p><b><u>16.5.2.5 Duración de cada anuncio comercial.</u></b> 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.</p>	<p>Eliminación. De acuerdo con el análisis desarrollado en el numeral 8.9 del presente documento.</p>

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b>16.5.2.8 Comerciales vivos.</b> Son aquellos que se realizan en el mismo estudio o lugar donde se origina o transmite el programa que lo incluye.</p> <p>Estos sólo podrán transmitirse en los espacios destinados a cortes de comerciales, incluidos dentro de los correspondientes libretos, y se admitirá su inclusión grabada dentro del programa, siempre y cuando se les identifique como "comercial vivo".</p> <p>Parágrafo. Para la transmisión de anuncios comerciales, relativos a rifas, sorteos y concursos, o para la realización de estos últimos dentro de los programas, se requerirá la presentación de la licencia o licencias expedidas por las autoridades competentes, ante el representante legal del operador del servicio de televisión regional, con veinticuatro (24) horas de anticipación</p>	<p>Eliminación de las condiciones permitidas para su transmisión, dada la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.9 Comerciales de superimposición.</b> Son aquellos que se transmiten con imágenes animadas, traslúcidas y superpuestas a la transmisión. Sólo podrán transmitirse, hasta en un setenta y cinco por ciento (75%) de la disponibilidad comercial, en las transmisiones de eventos deportivos en directo o en programas de producción regional que por su naturaleza no hagan recomendable el corte del programa, exceptuando las reposiciones. No se podrá exceder el máximo tiempo de comerciales permitido para un programa, incluidos estos, y tendrán la duración de los comerciales regulares.</p> <p>Estos comerciales no podrán ocupar más del quince por ciento (15%) de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma y no requerirán grabación previa, pero deberán estar incluidos dentro de los libretos comerciales</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.11 Mención comercial.</b> Es la referencia que se hace en forma hablada, sonora, visual o en cualesquiera combinaciones de estas a una empresa, marca, producto o servicio sin lema, agregado o calificación alguna.</p> <p>Únicamente en los programas de producción regional se podrán presentar menciones comerciales.</p> <p>No requerirán autorización, no afectarán el tiempo destinado a los anuncios comerciales permitidos y deberán estar relacionados en el libreto del programa.</p> <p>Parágrafo 1. No se consideran menciones comerciales las siguientes: (...)</p> <p>Parágrafo 2. Si se presenta duda en relación con un determinado caso, el representante legal del canal regional lo analizará y establecerá si se trata o no de una mención comercial. En caso de que se califique como mención, se efectuará como tal, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b>16.5.2.12 Logotipos.</b> Es el diseño característico que sirve de emblema a una empresa, marca, servicio o producto, sin referencia verbal o sonora y se emite ocupando un porcentaje de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.</p> <p>Solamente podrán transmitirse hasta cinco (5) logotipos por cada media (1/2) hora, en los programas de producción regional.</p> <p>Su tamaño no podrá ser superior al veinte por ciento (20%) del área de la pantalla y deberán ubicarse en cualesquiera de las márgenes de la misma sin interferir con la imagen. Deberán estar incluidos en el programa, a menos que se emitan en directo, e incluirse en el libreto de comerciales.</p> <p>El total del tiempo de presentación de los logotipos incluidos en un programa no podrá ser superior a un (1) minuto. No podrán intercalarse con otros logotipos; su nueva presentación será considerada como uno diferente.</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.13 Patrocinio.</b> Es el reconocimiento que, en forma hablada, visual o en ambas formas se hace a la colaboración que una empresa, marca o producto, realiza a un programa con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.</p> <p>Los patrocinios podrán ser de programa o de sección.</p> <p>Los patrocinios se emitirán al principio y al final del programa, como parte integrante del cabezote de entrada y salida, y podrán incluirse hasta cinco (5) patrocinios en la presentación y hasta cinco (5) en la despedida, cada uno de los cuales no podrá ser superior a cinco (5) segundos.</p> <p>Los patrocinios de sección se podrán incluir únicamente en los programas de producción regional en un total de cinco (5) por cada media hora o proporcional por fracción. Sólo podrá incluirse un patrocinio por sección y su duración no podrá exceder cinco (5) segundos.</p> <p>Los patrocinios de sección deberán estar grabados como parte integral del programa</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.14 Cortesía.</b> Es el reconocimiento que se hace mediante generador de caracteres, a las personas o entidades que colaboraron en la producción de un programa. Únicamente podrán incluirse al final de los mismos, sin exceder de quince (15) segundos en total y deberán estar precedidos de la palabra "cortesía".</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.15 Crédito.</b> Es el reconocimiento que se hace a las personas que intervinieron en la realización de un programa, incluidas todas las etapas de producción. Su duración no podrá ser superior a un (1) minuto.</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b>16.5.2.16 Promoción.</b> Es la publicidad que se hace de los programas, horarios y fechas de emisión. Cada contratista podrá utilizar veinte (20) segundos de su correspondiente programa para promocionar su programación o la de terceros del respectivo canal. Este tiempo no afectará la duración del horario adjudicado para el programa.</p> <p>Deben codificarse e incluirse en el libreto de comerciales.</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.17 Avisos clasificados.</b> Son aquellos anuncios comerciales que, sin utilizar modelos vivos ni imágenes en movimiento, promueven cualquier producto o servicio empleando recursos propios del medio de televisión como generador de caracteres, fotofija, música y voz "en off", entre otros.</p> <p>Los avisos clasificados deben pautarse dentro del tiempo destinado a los anuncios comerciales.</p> <p>La duración total de los avisos clasificados dentro de un programa no puede ser superior a tres (3) minutos por cada media (1/2) hora.</p> <p>Todos los avisos clasificados de un programa deberán ser editados en un solo bloque.</p> <p>El bloque debe estar encabezado por una cortinilla cuya duración no debe ser superior a cinco (5) segundos y deberá llevar la palabra "clasificados".</p>	<p>Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.</p>
<p><b>16.5.2.18 Reposición de anuncios comerciales.</b> Cuando un anuncio comercial no se trasmita debido a fallas originadas en los operadores del servicio público de televisión regional, el representante legal de dicho operador autorizará la reposición del tiempo comercial, previa solicitud escrita que presente el interesado dentro de los ocho (8) días siguientes a la ocurrencia del hecho.</p> <p>De dicha reposición deberá hacerse uso dentro de los noventa (90) días siguientes a la autorización escrita del representante legal del operador del servicio público de televisión regional.</p> <p>No podrá emitirse más de un (1) minuto de reposición de comerciales en un mismo programa de treinta (30) minutos de duración.</p> <p>Parágrafo. En casos excepcionales y debidamente justificados, el representante legal del operador del canal regional podrá utilizar el uso de la reposición de que habla el presente artículo, por un tiempo mayor a los noventa (90) días y deberá informar de ello a la Junta Administradora Regional y a la Comisión de Regulación de Comunicaciones.</p>	<p>Eliminación de las condiciones de emisión, dada la evolución tecnológica y la evolución del mercado de pauta publicitaria. Adicionalmente, este aspecto de reposición de anuncios comerciales hace parte del acuerdo de las partes, no requiere intervención regulatoria, al igual que sucede en las demás modalidades del servicio de TV.</p>

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b>16.5.2.22 Ejecución del reglamento.</b> Los representantes legales de los canales regionales de televisión expedirán las normas e impartirán las órdenes necesarias para la debida ejecución de las disposiciones contenidas en la presente sección, deberán asegurar el cumplimiento del servicio público de televisión y reglamentarán los siguientes aspectos, siempre y cuando estas facultades no estén atribuidas a la Comisión de Regulación de Comunicaciones:</p> <p>a) Mensajes cívicos e institucionales y las disposiciones que deben cumplir.</p> <p>b) Contabilización de tiempo comercial y libretos de comerciales.</p> <p>c) Tarifas de los servicios de comercialización.</p> <p>d) Trámite administrativo para codificación y recibo de anuncios comerciales, formato de emisión y especificaciones técnicas.</p> <p>e) Fijación de la cuantía y procedimiento en la imposición de sanciones.</p>	<p>Eliminación en razón a la evolución del servicio y las alternativas de pauta publicitaria.</p>

Fuente: Elaboración CRC

En lo que corresponde a las obligaciones y restricciones contenidas en la sección 3 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016, que aplican a la televisión local con ánimo de lucro, los ajustes que se proponen son los siguientes:

**Tabla 22. Obligaciones publicidad TV Local con ánimo de lucro**

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><b>16.5.3.1 Comercialización.</b> Se entiende por comercialización el acto por medio del cual los operadores introducen anuncios comerciales en los espacios y tiempos definidos por la Comisión de Regulación de Comunicaciones a fin de propiciar la financiación de su operación.</p> <p>Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán incluir anuncios comerciales en sus emisiones. Estos tendrán la posibilidad de tomar cualquiera de las formas definidas por la Comisión de Regulación de Comunicaciones en las normas que regulan la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.</p> <p>En caso de que las disposiciones regulatorias que expida la Comisión de Regulación de Comunicaciones para otros operadores del servicio de televisión permitan un mayor tiempo de comercialización u otras modalidades de anuncios comerciales, esta medida se hará extensiva a los operadores del servicio público de televisión en el nivel local con ánimo de lucro.</p>	<p>Eliminación de inciso relacionado con el tiempo de comercialización. De acuerdo con el análisis desarrollado en el numeral 8.9 del presente documento y la propuesta de eliminación del artículo 16.5.3.4</p>

DISPOSICIÓN REGULATORIA	ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN
<p><u>16.5.3.4 Duración de los anuncios comerciales dentro de un programa.</u> Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán transmitir seis (6) minutos de comerciales por cada media (1/2) hora de programación.</p>	Eliminación. De acuerdo con el análisis desarrollado en el numeral 8.9 del presente documento.
<p><b>16.5.3.5 Anuncios comerciales sobre preservativos sanitario. Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad ni pretender que estos son el único mecanismo para evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual.</b></p> <p>Estos anuncios sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas.</p>	Eliminación por desuso en razón a la evolución del mercado, pues a la fecha existen otras alternativas de pauta publicitaria que no tienen estas restricciones para este tipo de productos.
<p><u>16.5.3.6 Anuncios de bebidas alcohólicas.</u> Los anuncios de bebidas alcohólicas se realizarán de conformidad con las disposiciones del Ministerio de Salud y Protección Social, el Consejo Nacional de Estupefacientes y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, o las entidades competentes.</p>	Eliminación por duplicidad normativa con la Sección 4 del Capítulo 5 del Título 16 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
<p><b>16.5.3.8 Reconocimiento. Se entiende por reconocimiento la referencia que se haga de la persona, o de la empresa, marca, producto o servicio que estas indiquen, que haya prestado su contribución a la estación en cualquiera de las formas definidas anteriormente.</b></p> <p><b>Parágrafo. Para todas las formas de contribución de la presente sección (aportes, auspicios, colaboraciones y patrocinios), el reconocimiento consistirá en la presentación del diseño característico que sirve de emblema a la persona o personas que hayan realizado la contribución, a la empresa, marca, producto o servicio que dichas personas indiquen y podrán efectuarse en forma hablada, visual o en ambas formas, con ayudas estáticas o animadas, sin la participación de modelos vivos y podrán incluir lema, agregado o calificación.</b></p> <p>Únicamente se permitirá la inclusión de modelos vivos cuando se trate de campañas institucionales o mensajes que promuevan acciones de beneficio colectivo y de interés exclusivamente social y comunitario</p>	Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria.
<p><u>16.5.3.9 Inclusión de reconocimientos.</u> Los reconocimientos deberán incluirse al inicio y finalización del respectivo programa. En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá además presentarse un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres (3) secciones.</p>	Eliminación, en razón a la evolución del mercado de pauta publicitaria. Acorde con el análisis desarrollado en el numeral 8.9 del presente documento.

## Análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2

El análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2 se realiza teniendo en cuenta la situación identificada.

A continuación, se presenta las ventajas y desventajas de cada alternativa:

Ventajas	Alternativa 1	Alternativa 2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se incurre en costos de implementación para los canales de televisión, ni para la CRC como regulador y autoridad de control y vigilancia.</li> <li>Se mantiene la protección de la audiencia en cuanto al contenido e intensidad de la publicidad en los canales regionales y en los canales locales con ánimo de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se reducen las asimetrías regulatorias en materia de publicidad entre la televisión regional y local con ánimo de lucro frente a las demás modalidades de televisión y frente a otros medios alternos de pauta publicitaria.</li> <li>Las restricciones en materia del contenido de la publicidad en la televisión regional y local con ánimo de lucro se mantienen asociadas a las franjas de programación.</li> <li>Se facilita la innovación en la oferta de pauta publicitaria en los canales regionales y en los canales locales con ánimo de lucro.</li> </ul>
Desventajas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se mantienen las asimetrías en materia de publicidad para los canales regionales y los canales locales con ánimo de lucro, frente a las demás modalidades de televisión y frente a otros medios alternos de pauta publicitaria.</li> <li>Se limita la innovación en la oferta de pauta publicitaria en los canales regionales y en los canales locales con ánimo de lucro.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implica algunos costos de implementación para los canales regionales, los canales locales con ánimo de lucro y para la CRC como regulador y autoridad de control y vigilancia.</li> <li>La intensidad de la publicidad se regula solo por oferta televisiva y de medios audiovisuales en cada localidad.</li> </ul>

Fuente: Elaboración CRC

Como se puede observar del cuadro anterior, la alternativa 2, es de decir la opción de modificar las obligaciones y restricciones en materia de publicidad que tienen la televisión regional y la televisión con ánimo de lucro, ofrece mayores ventajas frente al statu quo y si bien exigen algunos costos de implementación para los canales y la CRC, estos corresponden al costo que implica el ajuste de procedimientos al interior de cada organización en razón a la flexibilización de la diferente medidas.

Con base en el anterior análisis, las ventajas de la alternativa 2, los antecedentes descritos y los resultados de los análisis realizados en los numerales 8.8 y 8.9 del presente documento, se considera viable realizar las modificaciones planteadas a las secciones 2 y 3 del capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016.

Así las cosas, la propuesta regulatoria es la siguiente:

-Subrogar la Sección 2 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual quedará así:

“SECCIÓN 2.

PUBLICIDAD EN CANALES REGIONALES.

ARTÍCULO 16.5.2.1 COMERCIALIZACIÓN. Para efectos del servicio de Televisión Regional se entiende como la actividad conexas en el servicio, tendiente a garantizar la emisión de la publicidad a través de los canales de televisión. Esta actividad podrá ser realizada por los operadores directamente, por intermedio de las empresas especializadas, o por los contratistas a quienes se les haya cedido este derecho. En todo caso, el operador de servicio público de televisión regional responderá por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente resolución.

**ARTÍCULO 16.5.2.2 CONTENIDO DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES.** Los anuncios comerciales en canales regionales deberán cumplir las siguientes condiciones: (i) no podrán contener inexactitudes, (ii) deberán atender las normas propias de la sana competencia y lealtad comercial, (iii) no podrán atentar contra el buen nombre y la honra de las personas, de las instituciones o de los símbolos patrios, (iv) no podrán contener alusiones, imágenes o frases que perjudiquen la formación de la infancia, y (v) deberán respetar los criterios y doctrinas de los diferentes cultos y religiones y cuidar la calidad artística y estética.

**ARTÍCULO 16.5.2.3 ADECUACIÓN DE LOS ANUNCIOS A LA FRANJA DE AUDIENCIA.** Los anuncios comerciales deberán ajustarse en su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presente. En ningún caso podrán emitirse en horarios dirigidos a la audiencia infantil, anuncios comerciales de producciones cinematográficas clasificadas para mayores de dieciocho (18) años, o de programas cuyo contenido haya sido diseñado para la audiencia de la franja de adultos o que se encuentren ubicados en la franja de adultos.

En la franja familiar se podrá presentar esta clase de anuncios comerciales, siempre que las imágenes y el contenido de los mismos se adecuen a dicha franja.

~~ARTÍCULO 16.5.2.4 ANUNCIOS COMERCIALES SOBRE PRESERVATIVOS SANITARIOS.— Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad, ni pretender que sea este el único método de evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual.~~

~~Los anuncios de este producto deberán ser únicamente comerciales regulares y reunir las condiciones estéticas y éticas que a juicio del operador del servicio público de televisión regional se determinen.~~

~~Sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas.~~

~~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.~~

**ARTÍCULO 16.5.2.64 ANUNCIOS COMERCIALES NACIONALES Y EXTRANJEROS.** Los anuncios comerciales se clasifican según el origen de sus recursos: en nacionales, extranjeros y mixtos.

Son mixtos aquellos que en su realización cuenten con la combinación de recursos de origen nacional y extranjero.

**PARÁGRAFO.** Los anuncios comerciales mixtos y extranjeros tendrán un recargo en las tarifas que fijen los operadores del servicio público de televisión regional.

**ARTÍCULO 16.5.2.75 COMERCIALES REGULARES.** Corresponden a la publicidad que se hace a una empresa, marca, producto o servicio que se transmite en los programas, en los cortes destinados para ello.

**ARTÍCULO 16.5.2.86 COMERCIALES VIVOS.** Son aquellos que se realizan en el mismo estudio o lugar donde se origina o transmite el programa que lo incluye.

~~Estos sólo podrán transmitirse en los espacios destinados a cortes de comerciales, incluidos dentro de los correspondientes libretos, y se admitirá su inclusión grabada dentro del programa, siempre y cuando se les identifique como "comercial vivo".~~

**PARÁGRAFO.** Para la transmisión de anuncios comerciales, relativos a rifas, sorteos y concursos, o para la realización de estos últimos dentro de los programas, se requerirá la presentación de la licencia o licencias expedidas por las autoridades competentes, ante el representante legal del operador del servicio de televisión regional, con veinticuatro (24) horas de anticipación.

~~ARTÍCULO 16.5.2.9 COMERCIALES DE SUPERIMPOSICIÓN.— Son aquellos que se transmiten con imágenes animadas, traslúcidas y superpuestas a la transmisión. Sólo podrán transmitirse, hasta en un setenta y cinco por ciento (75%) de la disponibilidad comercial, en las transmisiones de eventos deportivos en directo o en programas de producción regional que por su naturaleza no hagan recomendable el corte del programa, exceptuando las reposiciones. No se podrá exceder el máximo tiempo de comerciales permitido para un programa, incluidos estos, y tendrán la duración de los comerciales regulares.~~

~~Estos comerciales no podrán ocupar más del quince por ciento (15%) de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma y no requerirán grabación previa, pero deberán estar incluidos dentro de los libretos comerciales.~~

~~ARTÍCULO 16.5.2.10 COMERCIALES COMPRIMIDOS.— Son la imagen sólida comprimida de los comerciales regulares, que se emiten superpuestos a una transmisión.~~

~~Sólo podrán transmitirse hasta en un veinticinco (25) por ciento de la disponibilidad comercial, en las transmisiones de eventos deportivos en directo o en programas de producción regional que por su naturaleza no hagan recomendable el corte del programa, exceptuando las reposiciones.~~

~~No se podrá exceder el máximo de tiempo de comerciales permitido para un programa, incluidos estos.~~

~~Estos comerciales no podrán ocupar más del quince (15) por ciento de la pantalla a partir de los márgenes de la misma, y en ningún caso podrá comprimirse la imagen del programa para posibilitar su transmisión. Deberán estar codificados e incluidos dentro de los libretos de los comerciales.~~

~~ARTÍCULO 16.5.2.11 MENCIÓN COMERCIAL.— Es la referencia que se hace en forma hablada, sonora, visual o en cualesquiera combinaciones de estas a una empresa, marca, producto o servicio sin lema, agregado o calificación alguna.~~

~~Únicamente en los programas de producción regional se podrán presentar menciones comerciales.~~

~~No requerirán autorización, no afectarán el tiempo destinado a los anuncios comerciales permitidos y deberán estar relacionados en el libreto del programa.~~

~~PARÁGRAFO 1o. No se consideran menciones comerciales las siguientes:~~

~~a) La referencia a fuentes de información que han cedido sus imágenes.~~

~~b) La referencia que en los programas de producción regional hagan los contratistas de televisión regional, solos o con otros medios masivos de comunicación, de hechos o campañas de interés público o social, calificados así por el representante legal del operador del canal regional.~~

~~c) La referencia del nombre de una empresa, realizada en la presentación de noticias en los programas informativos, de opinión y noticieros cuando la índole de la noticia forzosamente la involucre.~~

~~d) La referencia hablada o escrita del nombre comercial de todo evento deportivo de carácter oficial o de las empresas, productos o servicios de firmas patrocinadoras de deportistas colombianos.~~

~~e) Las menciones de los contratistas del canal regional o de los programas, horarios y fechas de emisión, que se hacen en las transmisiones en directo o mediante generador de caracteres en cualquier programa. No podrán presentarse más de dos (2) menciones de que trata el presente literal, por cada media (1/2) hora.~~

~~f) Las referencias visuales de empresas, marcas, productos o servicios que forzosamente hagan parte de un programa dramatizado.~~

g) Las vallas o anuncios comerciales colocados naturalmente en un escenario siempre que no se haga énfasis en ellas y que no ocupen preponderantemente la pantalla.

h) Las referencias o informaciones generales sobre discos, libros, películas, artistas o espectáculos en general.

i) Los obsequios regulares entregados por las concesionarias en los programas de concurso.

j) La presentación global de actividades industriales o comerciales con fines eminentemente históricos o divulgativos, siempre y cuando muestren empresas que compitan entre sí y no se haga énfasis en ninguna de ellas en especial.

**PARÁGRAFO 2o.** Si se presenta duda en relación con un determinado caso, el representante legal del canal regional lo analizará y establecerá si se trata o no de una mención comercial. En caso de que se califique como mención, se efectuará como tal, sin perjuicio de las sanciones a que hubiere lugar.

**ARTÍCULO 16.5.2.12 LOGOTIPOS.** Es el diseño característico que sirve de emblema a una empresa, marca, servicio o producto, sin referencia verbal o sonora y se emite ocupando un porcentaje de la pantalla, a partir de los márgenes de la misma. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.

Solamente podrán transmitirse hasta cinco (5) logotipos por cada media (1/2) hora, en los programas de producción regional.

Su tamaño no podrá ser superior al veinte por ciento (20%) del área de la pantalla y deberán ubicarse en cualesquiera de las márgenes de la misma sin interferir con la imagen. Deberán estar incluidos en el programa, a menos que se emitan en directo, e incluirse en el libreto de comerciales.

El total del tiempo de presentación de los logotipos incluidos en un programa no podrá ser superior a un (1) minuto. No podrán intercalarse con otros logotipos; su nueva presentación será considerada como uno diferente.

**ARTÍCULO 16.5.2.13 PATROCINIO.** Es el reconocimiento que, en forma hablada, visual o en ambas formas se hace a la colaboración que una empresa, marca o producto, realiza a un programa con ayudas estáticas o animadas y sin la participación de modelos vivos. Podrá incluirse lema, agregado o calificación.

Los patrocinios podrán ser de programa o de sección.

Los patrocinios se emitirán al principio y al final del programa, como parte integrante del cabezote de entrada y salida, y podrán incluirse hasta cinco (5) patrocinios en la presentación y hasta cinco (5) en la despedida, cada uno de los cuales no podrá ser superior a cinco (5) segundos.

Los patrocinios de sección se podrán incluir únicamente en los programas de producción regional en un total de cinco (5) por cada media hora o proporcional por fracción. Sólo podrá incluirse un patrocinio por sección y su duración no podrá exceder cinco (5) segundos.

Los patrocinios de sección deberán estar grabados como parte integral del programa.

**ARTÍCULO 16.5.2.14 CORTESÍA.** Es el reconocimiento que se hace mediante generador de caracteres, a las personas o entidades que colaboraron en la producción de un programa. Únicamente podrán incluirse al final de los mismos, sin exceder de quince (15) segundos en total y deberán estar precedidos de la palabra "cortesía".

**ARTÍCULO 16.5.2.15 CRÉDITO.** Es el reconocimiento que se hace a las personas que intervinieron en la realización de un programa, incluidas todas las etapas de producción. Su duración no podrá ser superior a un (1) minuto.

~~ARTÍCULO 16.5.2.16 PROMOCIÓN. Es la publicidad que se hace de los programas, horarios y fechas de emisión. Cada contratista podrá utilizar veinte (20) segundos de su correspondiente programa para promocionar su programación o la de terceros del respectivo canal. Este tiempo no afectará la duración del horario adjudicado para el programa.~~

~~Deben codificarse e incluirse en el libreto de comerciales.~~

~~ARTÍCULO 16.5.2.17 AVISOS CLASIFICADOS. Son aquellos anuncios comerciales que, sin utilizar modelos vivos ni imágenes en movimiento, promueven cualquier producto o servicio empleando recursos propios del medio de televisión como generador de caracteres, fotofija, música y voz "en off", entre otros.~~

~~Los avisos clasificados deben pautarse dentro del tiempo destinado a los anuncios comerciales.~~

~~La duración total de los avisos clasificados dentro de un programa no puede ser superior a tres (3) minutos por cada media (1/2) hora.~~

~~Todos los avisos clasificados de un programa deberán ser editados en un solo bloque.~~

~~El bloque debe estar encabezado por una cortinilla cuya duración no debe ser superior a cinco (5) segundos y deberá llevar la palabra "clasificados".~~

ARTÍCULO 16.5.2.187 REPOSICIÓN DE ANUNCIOS COMERCIALES. Cuando un anuncio comercial no se transmita debido a fallas originadas en los operadores del servicio público de televisión regional, el representante legal de dicho operador autorizará la reposición del tiempo comercial, previa solicitud escrita que presente el interesado dentro de los ocho (8) días siguientes a la ocurrencia del hecho.

De dicha reposición deberá hacerse uso dentro de los noventa (90) días siguientes a la autorización escrita del representante legal del operador del servicio público de televisión regional.

~~No podrá emitirse más de un (1) minuto de reposición de comerciales en un mismo programa de treinta (30) minutos de duración.~~

~~PARÁGRAFO. En casos excepcionales y debidamente justificados, el representante legal del operador del canal regional podrá utilizar el uso de la reposición de que habla el presente artículo, por un tiempo mayor a los noventa (90) días y deberá informar de ello a la Junta Administradora Regional y a la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~

ARTÍCULO 16.5.2.198 CODIFICACIÓN DE COMERCIALES. Los anuncios comerciales, cualquiera sea su clasificación, deberán ser aprobados y codificados, de acuerdo con el trámite administrativo y los requisitos que los operadores del servicio público de televisión regional señalen para el efecto.

ARTÍCULO 16.5.2.209 PERMISOS DE AUTORIDAD COMPETENTE PARA DETERMINADOS ANUNCIOS COMERCIALES. Los anuncios comerciales referentes a marcas, productos o servicios, cuya emisión requiera permiso, autorización o certificación de alguna autoridad, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, se aprobarán una vez sean presentados al operador los documentos que expidan las autoridades competentes.

ARTÍCULO 16.5.2.2110 INCENTIVOS COMERCIALES PARA PROGRAMAS ESPECIALES. Los operadores del servicio de televisión regional, de acuerdo con las condiciones y necesidades de cada región, podrán crear y disponer estímulos comerciales, con el fin de promover la producción de programas que contribuyan de manera especial y directa al cabal cumplimiento de los fines del servicio público de televisión.

~~ARTÍCULO 16.5.2.22 EJECUCIÓN DEL REGLAMENTO. Los representantes legales de los canales regionales de televisión expedirán las normas e impartirán las órdenes necesarias para la debida ejecución de las disposiciones contenidas en la presente sección, deberán asegurar el cumplimiento del servicio público de~~

~~televisión y reglamentarán los siguientes aspectos, siempre y cuando estas facultades no estén atribuidas a la Comisión de Regulación de Comunicaciones:~~

- ~~a) Mensajes cívicos e institucionales y las disposiciones que deben cumplir.~~
- ~~b) Contabilización de tiempo comercial y libretos de comerciales.~~
- ~~c) Tarifas de los servicios de comercialización.~~
- ~~d) Trámite administrativo para codificación y recibo de anuncios comerciales, formato de emisión y especificaciones técnicas.~~
- ~~e) Fijación de la cuantía y procedimiento en la imposición de sanciones.”~~

-Subrogar la Sección 3 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual quedará así:

### “SECCIÓN 3.

#### PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN LOCAL CON ÁNIMO DE LUCRO.

ARTÍCULO 16.5.3.1 COMERCIALIZACIÓN. Se entiende por comercialización el acto por medio del cual los operadores introducen anuncios comerciales en los espacios y tiempos definidos por la Comisión de Regulación de Comunicaciones a fin de propiciar la financiación de su operación.

Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán incluir anuncios comerciales en sus emisiones. Estos tendrán la posibilidad de tomar cualquiera de las formas definidas por la Comisión de Regulación de Comunicaciones en las normas que regulan la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

~~En caso de que las regulaciones que expida la Comisión de Regulación de Comunicaciones para otros operadores del servicio de televisión, permitan un mayor tiempo de comercialización u otras modalidades de anuncios comerciales, esta medida se hará extensiva a los operadores del servicio público de televisión en el nivel local con ánimo de lucro.~~

ARTÍCULO 16.5.3.2 CONTENIDO DE LOS MENSAJES O ANUNCIOS COMERCIALES. Los mensajes comerciales deberán ser veraces, atender las normas propias de la sana competencia y lealtad comercial, no atentar contra la honra de las personas, de las instituciones o de los símbolos patrios, ni contener alusiones, imágenes o frases que perjudiquen la formación de la infancia.

ARTÍCULO 16.5.3.3 ADECUACIÓN DE LOS MENSAJES A LA FRANJA DE AUDIENCIA. La publicidad deberá responder, según su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presenten. No se podrán transmitir en la franja infantil anuncios comerciales de producciones cinematográficas o de programas de televisión clasificados para mayores de edad o cuya temática sea apta sólo para la franja de adultos.

En la franja familiar se podrá presentar esta clase de publicidad, siempre que sus imágenes y contenido se adecuen a la misma.

~~ARTÍCULO 16.5.3.4 DURACIÓN DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES DENTRO DE UN PROGRAMA. Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán transmitir seis (6) minutos de comerciales por cada media (1/2) hora de programación.~~

~~ARTÍCULO 16.5.3.5 ANUNCIOS COMERCIALES SOBRE PRESERVATIVOS SANITARIOS.— Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad ni pretender que estos son el único mecanismo para evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual.~~

Estos anuncios sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas.

~~ARTÍCULO 16.5.3.6 ANUNCIOS DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS. Los anuncios de bebidas alcohólicas se realizarán de conformidad con las disposiciones del Ministerio de Salud y Protección Social, el Consejo Nacional de Estupefacientes y la Comisión de Regulación de Comunicaciones, o las entidades competentes.~~

ARTÍCULO 16.5.3.74 PERMISOS DE AUTORIDAD COMPETENTE PARA DETERMINADOS ANUNCIOS COMERCIALES. Los anuncios comerciales referentes a marcas, productos o servicios cuya emisión requiera permiso, autorización o certificación de alguna autoridad, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, serán permitidos por el operador una vez le sean presentados los documentos que expidan las autoridades competentes.

~~ARTÍCULO 16.5.3.8 RECONOCIMIENTO. Se entiende por reconocimiento la referencia que se haga de la persona, o de la empresa, marca, producto o servicio que estas indiquen, que haya prestado su contribución a la estación en cualquiera de las formas definidas anteriormente.~~

~~PARÁGRAFO. Para todas las formas de contribución de la presente sección (aportes, auspicios, colaboraciones y patrocinios), el reconocimiento consistirá en la presentación del diseño característico que sirve de emblema a la persona o personas que hayan realizado la contribución, a la empresa, marca, producto o servicio que dichas personas indiquen y podrán efectuarse en forma hablada, visual o en ambas formas, con ayudas estáticas o animadas, sin la participación de modelos vivos y podrán incluir lema, agregado o calificación.~~

~~Únicamente se permitirá la inclusión de modelos vivos cuando se trate de campañas institucionales o mensajes que promuevan acciones de beneficio colectivo y de interés exclusivamente social y comunitario.~~

~~ARTÍCULO 16.5.3.9 INCLUSIÓN DE RECONOCIMIENTOS. Los reconocimientos deberán incluirse al inicio y finalización del respectivo programa. En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá además presentarse un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres (3) secciones.~~

## 9.5. Publicidad de alcohol – horarios de la publicidad

En la sección 8.11 del presente documento se describió el marco legal y regulatorio que aplica a publicidad de bebidas con contenido alcohólico y se precisó que en la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 se encuentra compilado el Acuerdo CNTV 01 de 2006, por medio del cual la CNTV reglamentó la emisión de publicidad de bebidas de contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital.

De igual manera en dicha sección se indica que las medidas contenidas en dicho acápite resultan asimétricas frente a las que deben observar otros medios de pauta publicitaria, como son los medios digitales, las vallas y medios impresos, entre otros. Adicionalmente, se precisa la pertinencia de evaluar alternativas regulatorias tendientes a reducir los costos que le representan a los operadores del servicio de televisión tales obligaciones y para facilitar la innovación en la oferta de pauta publicitaria.

En esta sección se precisan y evalúan las alternativas frente a la restricción en materia de horarios establecida en el artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Al respecto es importante recordar que en el Artículo 16.5.4.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, se establece la clasificación de la publicidad de bebidas con contenido alcohólico así:

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 132 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

- **Publicidad Directa:** Es aquella por medio de la cual se presenta el producto, empresa, marca o servicio identificado por un diseño gráfico o caracterización sonora o visual, con el fin expreso de estimular o inducir a su consumo, o mantener o conservar su presencia, e involucra la acción de ingerir la bebida.
- **Publicidad Indirecta:** Es aquella que utiliza el producto, marca o diseño gráfico o caracterización sonora o visual de una empresa o producto, para promover el uso o consumo de bienes o servicios sin mencionar los atributos de aquellos.
- **Publicidad Promocional:** Es aquella que, mediante la utilización de un diseño gráfico o caracterización sonora o visual de una empresa, marca, producto o servicio, sin mencionar los atributos propios de su naturaleza, se dirige exclusivamente a promover, patrocinar o denominar un evento deportivo o cultural, específicamente determinado.

Por su parte en el mencionado artículo 16.5.4.4, se precisa la prohibición de transmitir publicidad directa en el servicio de televisión y se establece que la publicidad indirecta se puede emitir entre las 22.00 y las 5:00 horas, mientras que la publicidad promocional se puede transmitir entre las 21:30 y las 5:00 horas (dentro del mes previo al evento cultural o deportivo) y durante la transmisión del evento que promueve o patrocina.

Si bien dentro de los comentarios planteados por el sector se señala que tales restricciones pueden restarle competitividad a la oferta de pauta publicitaria en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital, esta Comisión no considera pertinente evaluar la opción de desregulación en este caso dada la inviabilidad de emitir publicidad de bebidas con contenido alcohólico en la franja de programación para todo público, pues se estaría desprotegiendo a la audiencia menor de edad frente a este tipo de contenido. Sin embargo, se identifica que las diferencias en las restricciones horarias para la publicidad indirecta y la publicidad promocional pueden generar cargas administrativas adicionales para los canales de TV y la autoridad de vigilancia y control, en razón a los controles que deben realizar respecto de la publicidad de un mismo producto.

A continuación, se describen las alternativas propuestas en desarrollo de esta temática.

<b>Situación identificada:</b>	<b>Las restricciones en materia de publicidad de alcohol son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones – La diferencia de horarios entre la publicidad indirecta y la publicidad promocional le genera cargas administrativas a los canales de TV, las cuales corresponden a desventajas para estos frente a medios de pauta alternos.</b>
<b>Alternativa 1: Statu quo</b>	Mantener los horarios permitidos para la publicidad indirecta [entre las 22:00 y la 05:00 horas] y para la publicidad promocional [en el mes previo al evento deportivo entre las 21:30 y la 5:00 y durante el evento], de acuerdo con lo establecido en el artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
<b>Alternativa 2: Unificación de horarios</b>	Unificar los horarios permitidos para la publicidad indirecta y la publicidad promocional para que en los dos casos corresponda al horario definido para la franja de programación para adultos. En todo caso, la publicidad promocional se puede transmitir durante el evento que promueve o patrocina.

### Alternativa 1: Statu quo

Bajo esta alternativa se mantienen los horarios permitidos para la publicidad indirecta y para la publicidad promocional, según lo establece el artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, así:

*"(...) La publicidad de bebidas con contenido alcohólico en televisión únicamente podrá transmitirse en los horarios y con la intensidad que a continuación se establece:*

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

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

Como se puede apreciar en este caso se mantiene una diferencia de media hora (21:30 a 22:00 horas) entre la franja horaria permitida para transmitir publicidad promocional y la franja horaria permitida para emitir publicidad indirecta.

### Alternativa 2: Unificación de horarios

Bajo esta alternativa se unifican los horarios permitidos para la publicidad indirecta y la publicidad promocional para que en los dos casos corresponda al horario definido para la franja de programación para adultos.

Lo anterior teniendo en cuenta que dentro del presente proyecto se hizo la revisión de los horarios que comprenden las franjas de programación y que la publicidad de bebidas con contenido alcohólico actualmente se asocia exclusivamente a la franja de programación para adultos.

Con esta alternativa se simplifica la medida regulatoria, lo que facilita su aplicación por parte de los canales de televisión y el control por parte de la autoridad de vigilancia y control.

### **Análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2**

El análisis de ventajas y desventajas de las alternativas 1 y 2 se realiza teniendo en cuenta la situación identificada. A continuación, se presenta las ventajas y desventajas de cada alternativa:

Ventajas	Alternativa 1	Alternativa 2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se incurre en costos de implementación para los canales de televisión, ni para la CRC como regulador y autoridad de control y vigilancia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se provee claridad a todos los agentes del sector sobre el horario en que está permitida la transmisión de publicidad de bebidas con contenido alcohólico.</li> <li>La restricción se vincula directamente al horario al que corresponde la franja de programación de adultos.</li> <li>Se reducen los costos administrativos relacionados con la preparación de la oferta pauta para publicidad de bebidas con contenido alcohólico.</li> <li>Se reducen los costos administrativos relacionados con la vigilancia y control de la medida.</li> </ul>

<b>Desventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los canales deben preparar su oferta de pauta publicitaria para bebidas con contenido alcohólico discriminando entre publicidad promocional y publicidad indirecta.</li> <li>Los posibles cambios en la franja de programación de adultos no se reflejan directamente en los horarios permitidos para publicidad promocional y publicidad indirecta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implica costos de implementación para los canales de televisión y para la CRC como regulador y autoridad de control y vigilancia.</li> </ul>
--------------------	--	---

Como se puede observar del cuadro anterior, la alternativa 2, es decir la de unificar los horarios en que se permite la publicidad promocional y la publicidad indirecta, ofrece mayores ventajas frente al statu quo, y si bien exigen algunos costos de implementación para los canales y la CRC, estos corresponden al costo que implica el ajuste de procedimientos al interior de cada organización para dar efectiva aplicación a la medida.

Con base en el anterior análisis, las ventajas de la alternativa 2 y los antecedentes descritos, es pertinente unificar los horarios permitidos para la publicidad indirecta y la publicidad promocional para que en los dos casos corresponda al horario definido para la franja de programación para adultos.

Así las cosas, se plantea la propuesta regulatoria en los siguientes términos:

- Subrogar el artículo 4 del Acuerdo CNTV 01 de 2016 compilado el artículo 16.5.4.4. de la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2006, de la siguiente manera<sup>99</sup>:

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

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

b) Publicidad Indirecta: ~~Entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente~~ En la franja de programación para adultos.

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

~~PARÁGRAFO 1. La emisión de la publicidad promocional e indirecta de que tratan los literales a) y b) del presente artículo, tendrá una duración máxima de sesenta (60) segundos por cada treinta (30) minutos de programación.~~

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

<sup>99</sup> Las modificaciones que se señalan respecto de los párrafos 1 y 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, corresponden con los resultados de los análisis desarrollados en las secciones 8.10 y 8.11 del presente documento.

## 9.6. Publicidad de alcohol – Mensaje de advertencia para padres

En la sección 8.11 del presente documento se describió el marco legal y regulatorio que aplica a publicidad de bebidas con contenido alcohólico y se precisó que en la Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016 se encuentra compilado el Acuerdo CNTV 01 de 2006, por medio del cual la CNTV reglamentó la emisión de publicidad de bebidas de contenido alcohólico, cigarrillos y tabaco en los canales de televisión abierta, cerrada y satelital.

De igual manera en dicha sección se indica que las medidas contenidas en dicho acápite resultan asimétricas frente a las que deben observar otros medios de pauta publicitaria, como son los medios digitales, las vallas y medios impresos, entre otros. Adicionalmente, se precisa la pertinencia de evaluar alternativas regulatorias tendientes a reducir los costos que le representan a los operadores del servicio de televisión tales obligaciones.

En esta sección se precisan y evalúan las alternativas frente a la obligación de la emisión del mensaje de advertencia para padres y adultos de que trata el artículo 16.5.4.7 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En la interacción con los operadores de TV privada, realizada en mesa sectorial de trabajo, se postuló la subtemática como susceptible de revisión en el presente proyecto regulatorio, dado que esta, en principio, parecería duplicar la disposición regulatoria consignada en el artículo 15.2.1.1. del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016, la cual se denomina: aviso previo a la radiodifusión de los programas, el cual señala

*Los concesionarios de televisión abierta en todas las modalidades y niveles de cubrimiento o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto, deben anteponer a la radiodifusión de sus programas, un aviso que deberá contener, por lo menos, los siguientes elementos:*

1. Rango de edad apto para ver el programa.
2. Si el programa contiene o no violencia.
3. Si el programa contiene o no escenas sexuales.
4. Si el programa debe ser visto en compañía de adultos.
5. Si el programa contiene algún sistema que permita a la población con discapacidad auditiva acceder a su contenido.
6. Clasificación del programa como infantil, de adolescentes, familiar o adulto.

*PARÁGRAFO 1o. En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea la violencia o el sexo, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso consagrado en el presente artículo.*

*PARÁGRAFO 2o. Este aviso deberá realizarse en formar oral y escrita y a una velocidad que permita su lectura.*

*PARÁGRAFO 3o. Para efectos de la clasificación del programa el concesionario o quien cuente con habilitación general al que hace referencia este artículo, deberá tener en cuenta lo dispuesto por los artículos relacionados con la clasificación de franjas de audiencia y la clasificación de la programación.*

El análisis giró alrededor de la posible duplicidad, dado que ambas medidas implican información para los padres de familia respecto al contenido de los programas. Sin embargo, tras analizar los respectivos textos, se encontró que buscan objetivos diferentes. El mensaje de advertencia para padres informa del inicio de una franja de programación, mientras el aviso previo informa sobre las características de cada programa individual, lo que incluso sustenta su compilación en dos títulos diferentes de la Resolución en mención.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 136 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

No obstante, al analizar la medida a la luz de su propósito, se encontró que esta no atiende exclusivamente al objeto de la sección en la que se encuentra (Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución 5050 de 2016), que corresponde a las medidas relativas a la publicidad de alcohol. Más aún, esta medida, tal como fue mencionado por los operadores privados de televisión en mesa sectorial de trabajo para discusión de las alternativas publicadas el 11 de octubre de 2023, no solo cumple una labor de información a los padres de familia sobre este tipo de publicidad, sino que, al indicar el inicio de la franja adultos, constituye una medida importante para la delimitación de la programación y la consecuente toma de decisiones por parte de padres de familia y cuidadores.

Por tanto, la CRC considera pertinente proponer la reubicación del artículo 16.5.4.7, en la Sección 1 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 016, de modo que corresponda al enfoque y alcance de la acción al articularse con la medida de adecuación a la franja de audiencia.

## 9.7. Ajustes en la organización de los capítulos 4, 5, 6 del Título XVI

Dadas las observaciones presentadas por los participantes en la consulta sectorial realizada entre noviembre y diciembre de 2022, relacionadas con la organización del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, referente a que se estructure por modalidades de TV, de manera de que cada sección condense las normas específicas para cada tipo de operador; así como la identificación de algunas disposiciones regulatorias del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 que son reiterativas en el Título XVI, y que fueron descritos en el documento de formulación del problema, específicamente para los subcanales digitales, los espacios institucionales y eventos especiales, se proceden a realizar las modificaciones pertinentes, que faciliten la consulta, aplicación y control, y eviten confusiones con las normas que rigen otras modalidades de TV.

En lo relativo al Capítulo 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 denominado *Eventos Especiales*, vale la pena precisar, que de conformidad con lo previsto en el artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019, a la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales, le corresponde ejercer las competencias expresamente otorgadas en los numerales 25, 26, 27, 28 y 30 de dicho artículo, a saber: **(i)** garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, siendo el principal interlocutor con los usuarios del servicio de televisión y la opinión pública en relación con la difusión, protección y defensa de los intereses de los televidentes, **(ii)** establecer prohibiciones para aquellas conductas en que incurran las personas que atenten contra el pluralismo informativo, la competencia, el régimen de inhabilidades y los derechos de los televidentes, **(iii)** vigilar y sancionar aquellas conductas que atenten contra el pluralismo informativo, el régimen de inhabilidades de televisión abierta y los derechos de los televidentes, contempladas en el ordenamiento jurídico vigente, **(iv)** promover y reglamentar lo atinente a la participación ciudadana en los temas que puedan afectar al televidente, especialmente lo referido al control de contenidos audiovisuales, y **(v)** sancionar a los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión nacional cuando violen las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños.

Bajo esta óptica, la temática de *Eventos Especiales*, en tanto propugna por evitar prácticas monopolísticas y garantizar el pluralismo informativo<sup>100</sup>, en el marco de lo previsto en el artículo 29 de

<sup>100</sup> Extracto de la Sentencia 333 de 1999. Corte Constitucional. "(...) en aras de un efectivo cumplimiento de la responsabilidad social que acompaña la actividad informativa, el Estado puede y debe intervenir cuando ello sea necesario dentro del proceso comunicativo social, - en los términos que evidentemente fije la Constitución y la ley -, para fomentar el pluralismo y asegurar

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 137 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

la Ley 182 de 1995<sup>101</sup>, es del resorte de la Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales; y por lo tanto los artículos 16.6.1.1 y 16.6.1.2 del Capítulo VI del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, se reubicarán en la Sección I del Capítulo IV del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Así las cosas, se plantea una intervención regulatoria con enfoque de simplificación, que incluye los Capítulos 4, 5, y 6 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, como también otros artículos identificados en el Título XV y definiciones enlistadas en el Título I de la mencionada resolución, y de la misma manera, una re- enumeración de las disposiciones regulatorias.

## 9.8. Obligaciones de reportes de información

Sobre este tema, ha identificado la CRC que existen obligaciones de remisión de información que, si bien se encuentran contenidas en la regulación general a través del articulado compilado en el Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, las mismas no han sido incluidas como parte del Título Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Particularmente, en lo referente a Obras Cinematográficas Nacionales, el Parágrafo 1º del artículo 16.4.8.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016 permite conocer el origen de la programación que es radiodifundida a través de televisión abierta, así como si la misma corresponde a una Obra Cinematográfica de Origen Nacional o Extranjero; lo anterior en cumplimiento de la siguiente disposición:

**"PARÁGRAFO 1o.** *Los operadores de televisión y concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección rendirán informe semestral a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, de conformidad, con los lineamientos establecidos para el efecto, sobre la totalidad de los títulos nacionales y extranjeros emitidos, la duración de cada uno de ellos y el tiempo total."*

Por otro lado, con el objetivo de conocer el detalle de los espacios institucionales que son emitidos a través de televisión abierta, la CRC ha fijado a través del artículo 16.4.10.28 de la Resolución CRC 5050 de 2016, la obligación de que cada uno de los operadores de televisión abierta allegue un reporte relacionando la cantidad, duración y detalle de cada uno de los espacios institucionales emitidos, dicha obligación es del siguiente tenor:

**"ARTÍCULO 16.4.10.28 REPORTES DE TRANSMISIÓN.** *Dentro de los primeros diez (10) días hábiles de cada mes, los operadores de televisión deberán remitir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones los reportes de la transmisión de los espacios institucionales de televisión, del mes inmediatamente anterior. En dichos reportes se incluirá, por lo menos, la siguiente información: mensaje emitido, horario y fecha de emisión.*

**PARÁGRAFO.** *En el caso del Canal Uno y Señal Colombia, dichos reportes deberán ser remitidos por Radio Televisión Nacional de Colombia - RTVC."*

*el libre flujo de la información que una comunidad necesita para cumplir con sus expectativas respecto al acceso al conocimiento y al adecuado ejercicio del control político. Tales aspiraciones democráticas, deben ser garantizadas por la CNTV, en virtud de sus funciones constitucionales y legales, ya que pueden verse seriamente minimizadas e interferidas en casos de concentración económica indebida, por las empresas u operadores de los medios de comunicación, facilitando la ausencia de transparencia derivada de la manifestación de intereses económicos ajenos a tales necesidades sociales (...)"*.

<sup>101</sup> *"(...) En especial, la Comisión Nacional de Televisión, expedirá regulaciones tendientes a evitar las prácticas monopolísticas o de exclusividad con los derechos de transmisión de eventos de interés para la comunidad y podrá calificarlos como tales, con el fin de que puedan ser transmitidos por todos los operadores del servicio en igualdad de condiciones. (...)"* Aparte subrayado declarado exequible, mediante Sentencia 333 de 1999 de la Corte Constitucional.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 138 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

Es así que, en cumplimiento de lo mencionado en los anteriores artículos, la CRC ha definido los procedimientos y medios a través de los cuales pueden los operadores de televisión remitir la información anteriormente relacionada; no obstante, dichos procedimientos no se encuentran contenidos en la regulación general.

Así pues, teniendo en cuenta que la CRC ya dispone de un Título de Reportes de Información en el cual se detallan los procedimientos y requisitos que deben cumplir los insumos de información que son requeridos de parte de los PRST, y con el objetivo de propender por una regulación autocontenida que genere claridad por parte de los agentes regulados; se propone a través de la presente medida incluir dos modificaciones al régimen de reportes de información, a saber: **(i)** incluir dos nuevas columnas en el Formato T.4.5, en las cuales se señale el origen de la programación y si la misma corresponde a Obras Cinematográficas Nacionales o Extranjeras; y **(ii)** adicionar un nuevo Formato que permita relacionar el detalle de los espacios institucionales emitidos.

Dichas modificaciones son introducidas bajo un enfoque de simplificación normativa, toda vez que como se relacionó anteriormente, las mismas ya se encuentran implementadas y son efectivamente reportadas por parte de los agentes regulados; en ese sentido, la modificación propuesta no tiene sino el objetivo de unificar las obligaciones de reporte dentro del Título de Reportes de Información contenido en la regulación general, así como facilitar el mecanismo de reporte, pues el mismo se adelantaría a través de la Herramienta de Cargue (HeCaa) dispuesta para tal efecto por el MinTIC.

Con lo anterior, se relacionan a continuación las dos modificaciones antes relacionadas, mismas que se incorporan igualmente en el proyecto de resolución:

**“FORMATO T.4.5. MECANISMOS DE ACCESO PARA LA POBLACIÓN SORDA O HIPOACÚSICA Y ORIGEN DE PROGRAMACIÓN**

*Periodicidad: Trimestral.*

*Contenido: Diario.*

*Plazo: Hasta 10 días hábiles siguientes después de finalizado el trimestre.*

*Este formato deberá ser diligenciado por los operadores del servicio de televisión abierta en todas sus modalidades y concesionario (s) de Canal UNO, así como los operadores del servicio de televisión por suscripción en su canal de producción propia.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Fecha	Hora Inicio	Hora Fin	Duración	Nombre del Programa	Clasificación de la Programación	Género de contenido	Texto Escondido o Closed Caption (CC)	Lengua de Señas Colombiana (LSC)	Subtitulado (ST)	Lengua o idioma de la subtitulación	Lenguas nativas, étnicas o criollas	Origen de la programación	Obra cinematográfica

**1. Fecha:** Fecha (AAAA-MM-DD) de emisión del programa.

**2. Hora Inicio:** Hora (hh:mm:ss) de inicio del programa.

3. **Hora Fin:** Hora (hh:mm:ss) de fin del programa.
4. **Duración:** Duración (hh:mm:ss) del programa emitido.
5. **Nombre del Programa:** Nombre del programa emitido.
6. **Clasificación de la Programación:** Clasificación de la programación acorde con la normativa vigente, la clasificación es:
  - INFANTIL
  - ADOLESCENTE
  - FAMILIAR
  - ADULTO
7. **Género de contenido:** Género del contenido emitido. Las opciones son:
  - FICCIÓN
  - NO FICCIÓN
  - INFORMATIVO
  - INFANTIL
  - DEPORTIVO O MUSICAL
8. **Texto Escondido o Closed Caption (CC):** Tipo de sistema de generación de texto escondido o closed caption (CC) que tiene implementado el programa. Las opciones son:
  - TRANSCRIPCIÓN AUTOMÁTICA
  - TRANSCRIPCIÓN MANUAL
  - NINGUNO
9. **Lengua de Señas Colombiana (LSC):** Indique si el programa tiene lengua de señas colombiana (LSC). [SI/NO]
10. **Subtitulado (ST):** Indique si el programa incluye algún tipo de subtitulación visible. [SI/NO]
11. **Lengua o idioma de la subtitulación:** Lengua o idioma de la subtitulación del contenido emitido.
12. **Lenguas nativas, étnicas o criollas:** Indique si en alguna parte del contenido aparecen lenguas nativas, étnicas o criollas. [SI/NO]
13. **Origen de la programación:** Indique según la clasificación de origen acorde con la normativa vigente si se trata de programación:
  - NACIONAL
  - EXTRANJERA
14. **Obra cinematográfica:** Indique si es contenido de una obra cinematográfica y en caso de serlo especifique si es nacional o extranjera:
  - OBRA CINEMATOGRAFICA NACIONAL
  - OBRA CINEMATOGRAFICA EXTRANJERA
  - NO

#### FORMATO T.4.6. ESPACIOS INSTITUCIONALES EN TELEVISIÓN ABIERTA

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 140 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

*Periodicidad: Trimestral.*

*Contenido: Diario.*

*Plazo: Hasta 10 días hábiles siguientes después de finalizado el trimestre.*

*Este formato deberá ser diligenciado por los operadores del servicio de televisión abierta en todas sus modalidades y concesionario(s) de Canal UNO.*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Tipo Operador	Año	Trimestre	Fecha	Hora Inicio	Hora Fin	Duración	Jornada Emisión Espacio	Tipo Espacio	Entidad	Referencia

**1. TIPO OPERADOR:** Modalidad bajo la cual el concesionario y/o licenciatario presta el servicio de televisión.

- CONCESIÓN ESPACIOS TV ABIERTA NACIONAL
- TV PRIVADA - LOCAL ABIERTA
- TV PRIVADA - NACIONAL ABIERTA
- TV PÚBLICA – NACIONAL ABIERTA
- TV PÚBLICA – REGIONAL ABIERTA
- TV SIN ÁNIMO DE LUCRO – LOCAL ABIERTA

**2. AÑO:** Corresponde al año para el cual se reporta la información.

**3. TRIMESTRE:** Corresponde al trimestre del año para el cual se reporta la información.

**4. FECHA:** Fecha de emisión del espacio institucional.

**5. HORA INICIO:** Hora (hh:mm:ss) de inicio de la emisión del espacio institucional.

**6. HORA FIN:** Hora: (hh:mm:ss) de fin de la emisión del espacio institucional.

**7. DURACION:** Duración (hh:mm:ss) del espacio institucional.

**8. JORNADA:** Jornada de emisión del espacio institucional.

- LATE
- PRIME
- OTRA

**9. TIPO ESPACIO:** Tipo del espacio institucional emitido.

- FIJOS POR REGULACIÓN
- PLAN DE EMISIÓN CRC
- OTRO

**10. ENTIDAD:** Entidad a la que pertenece el espacio institucional.

**11. REFERENCIA:** Descripción del espacio institucional.”

En el mismo sentido, se propone modificar los dos artículos que, como se mencionó antes, dan origen a la obligación de reporte de información y que, con la presente modificación, harán referencia al Formato del Título de Reportes correspondiente. Así pues, los mismos serán del siguiente tenor:

**"ARTÍCULO 16.4.8.4 OBLIGACIÓN DE EMISIÓN.** Las Obras Cinematográficas Nacionales transmitidas en cumplimiento de lo dispuesto en la presente sección serán presentadas entre las 06:00 y antes de las 24:00 horas, y su contenido se adecuará a las franjas de audiencia. ~~y a la reglamentación vigente para repeticiones de programas.~~

**PARÁGRAFO 1o.** Los operadores de televisión y concesionarios de espacios a los que se les aplica la presente sección rendirán informe ~~semestral~~ a la Comisión de Regulación de Comunicaciones, de conformidad, con los lineamientos establecidos para el efecto, ~~en el Formato T.4.5 del Título de Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016, sobre la totalidad de los títulos nacionales y extranjeros emitidos, la duración de cada uno de ellos y el tiempo total.~~  
(...)"

**"ARTÍCULO 16.4.10.28 REPORTES DE TRANSMISIÓN.** ~~Dentro de los primeros diez (10) días hábiles de cada mes,~~ Los operadores de televisión deberán remitir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones los reportes de la transmisión de los espacios institucionales de televisión, de conformidad con los lineamientos establecidos para el efecto en el Formato T.4.6 del Título de Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016, ~~del mes inmediatamente anterior. En dichos reportes se incluirá, por lo menos, la siguiente información: mensaje emitido, horario y fecha de emisión.~~

**PARÁGRAFO.** En el caso del Canal Uno y Señal Colombia, dichos reportes deberán ser remitidos por Radio Televisión Nacional de Colombia - RTVC.

**ARTÍCULO 16.4.10.29 REPORTES DE RADIODIFUSIÓN.** ~~Dentro de los primeros diez (10) días hábiles siguientes al vencimiento de cada trimestre,~~ Cada operador de televisión abierta debe remitir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones los reportes de la radiodifusión de los espacios institucionales de televisión en cada período, de conformidad con los lineamientos establecidos para el efecto en el Formato T.4.6 del Título de Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016 ~~el formato que para el efecto suministre la Comisión de Regulación de Comunicaciones.~~

**PARÁGRAFO.** En el caso del Canal Uno, dicho reporte deberá remitirlo RTVC. No obstante, la responsabilidad por el cumplimiento de las disposiciones aquí consagradas en materia de espacios institucionales, así como de los planes de emisión, corresponde a los concesionarios de espacios de televisión.”

## 9.9. Consecuencias derivadas de la Sentencia del Consejo de Estado<sup>102</sup>

Vale la pena traer a colación, la Sentencia de primera instancia de la Sección Primera del Consejo de Estado del 16 de marzo de 2023 que resolvió una Acción de nulidad contra el Acuerdo CNTV 02 del 30 de junio de 2011<sup>103</sup>, donde se pronuncia, entre otros aspectos, en los siguientes relacionados directamente con el presente proyecto regulatorio:

<sup>102</sup> Consejo de Estado. Sentencia del 16 de marzo de 2023. Sección Primera. Expediente.11001 03 26 000 2011 00054 00.

<sup>103</sup> "Por medio del cual se reglamenta la radiodifusión de contenidos en el servicio público de televisión abierta”.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 142 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

1. En relación con los conceptos de publicidad y programación, con base en el análisis de los literales c) y h) del artículo 5 y el artículo 29 de la Ley 182 de 1995, el Consejo de Estado concluye que no hay similitud entre ambas actividades, que tienen naturaleza disímil y, por lo mismo, no pueden recibir igual tratamiento. En consecuencia, como quiera que el inciso segundo del artículo 3 del Acuerdo 02 de 2011 equipara ambos conceptos al incorporar dentro del concepto de programación el de publicidad, lo cual conlleva a que la violación de alguna conducta por parte de los contenidos en la publicidad se atribuya, sin justificación alguna, al operador, el Consejo de Estado declaró la nulidad del aparte acusado.

Sin embargo, no accedió a la petición de nulidad del artículo 42 del Acuerdo CNTV 02 de 2011, toda vez que el texto de dicho artículo no implica o representa un desconocimiento de la dualidad conceptual de la normativa legal sobre programación y publicidad.

2. Con respecto a las franjas de programación, el Consejo de Estado encontró ajustadas a derecho las disposiciones acusadas al evidenciar que la CNTV tenía competencia expresa para clasificar la programación que se puede emitir dentro de las franjas horarias, sin que ello implique la reducción de la franja de contenidos para adultos.

3. A propósito de la repetición de programas y su exclusión de la contabilización del porcentaje mínimo legal de horas trimestrales para emitir programación infantil o de adolescentes y de producción nacional, el Consejo de Estado encontró ajustadas las disposiciones demandadas por considerar que responden a los postulados del artículo 29 de la Ley 182 de 1995 y que en un periodo trimestral es apenas exigible el mínimo de contenidos previsto en la regulación, sin que ello implique que se impida que al concesionario emitir la repetición de los programas, solo que no podrá incluirlos dentro del cálculo del mínimo de horas trimestrales exigido.

Así las cosas, y atendiendo el pronunciamiento jurisprudencial, se plantea la propuesta regulatoria en los siguientes términos:

- Subrogar el artículo 4 del Acuerdo CNTV 02 de 2012 compilado en la definición de programación de televisión, contenida en el Título I Resolución 5050 de 2016, de la siguiente manera:

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.~~

- Subrogar el artículo 42 del Acuerdo CNTV 02 de 2011 (párrafo adicionado por el artículo 7 del Acuerdo CNTV 3 de 2011) compilado en el artículo 16.4.1.11 de la Sección 1 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

Los operadores de televisión abierta deberán determinar la programación de los canales o espacios adjudicados y serán los únicos responsables ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por los contenidos radiodifundidos.

~~Lo anterior, sin perjuicio de lo dispuesto en el literal h) del artículo 12 de la Ley 182 de 1995, en cuanto a la responsabilidad que en relación con la televisión regional corresponde a los contratistas de esta modalidad del servicio.~~

PARÁGRAFO. De conformidad con el artículo 20 de la Constitución Política y el artículo 29 de la Ley 182 de 1995, se protege el derecho a la libertad de expresión y difusión de contenidos. En desarrollo del artículo 29 de la Ley 182 de 1995 los contenidos publicitarios deben adecuarse a los fines y principios que rigen el servicio

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 143 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

público de televisión. Bajo este entendido, la autoridad competente realizará el control de legalidad frente a los mismos.

- Subrogar el artículo 26 de la Resolución ANTV 26 de 2018 compilado en el artículo 16.4.5.1 de la Sección 5 del Capítulo 4 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

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

- Adicionar la Sección 7 denominada Publicidad en Televisión Abierta Nacional al Capítulo 5 del Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016, de la siguiente manera:

La publicidad en Televisión Abierta Nacional deberá responder, según su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presenten. No se podrán transmitir en la franja infantil anuncios comerciales de producciones cinematográficas o de programas de televisión clasificados para mayores de edad o cuya temática sea apta sólo para la franja de adultos, o que se encuentren ubicados en la franja de adultos.

En la franja familiar se podrá presentar esta clase de publicidad, siempre que sus imágenes y contenido se adecuen a la misma.

## 10. INVITACIÓN PARA LA REMISIÓN DE OBSERVACIONES O SUGERENCIAS A LA PROPUESTA DIVULGADA

Atendiendo el procedimiento establecido en el artículo 2.2.13.3.2 del Decreto 1078 de 2015, se invita a todos los usuarios, operadores de televisión, agentes del sector, y demás entidades interesadas, para que envíen observaciones o sugerencias al proyecto de resolución *"Por la cual se adoptan y se modifican algunas disposiciones relativas a las condiciones de programación, espacios institucionales y publicidad y comercialización del servicio público de televisión de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones"*, así como con respecto al presente documento soporte.

Es de mencionar que los comentarios y observaciones sobre cuestiones ajenas a los asuntos tratados en este documento o que se encuentren dirigidos a temáticas y artículos respecto de las cuales previamente ya fue surtido el proceso de discusión por parte de la CRC, no serán objeto de respuesta puntual en el documento de respuesta a comentarios, sin perjuicio de que eventualmente sean tenidos en cuenta en estudios posteriores.

Esta propuesta estará sometida a consideración de los agentes interesados entre el 28 de diciembre de 2023 y el 16 de febrero de 2024. Los comentarios a la propuesta regulatoria serán recibidos a través del correo electrónico: [revision\\_regulacion\\_tv@crcom.gov.co](mailto:revision_regulacion_tv@crcom.gov.co), o en las oficinas de la CRC ubicadas en la Calle 59ª Bis No. 5 – 53 Piso 9, Edificio Link Siete Sesenta, de la ciudad de Bogotá D.C. A través de los anteriores medios podrá contactarse a las personas a quienes podrá solicitarse información sobre el proyecto.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 144 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

## 11. BIBLIOGRAFÍA

- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Informe ejecutivo del estudio infancia y medios audiovisuales (2021)
- 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.
- Consejo de Estado. Sentencia del 16 de marzo de 2023. Sección Primera. Expediente.11001 03 26 000 2011 00054 00.
- Consejo de Estado. Sala de Consulta y Servicio Civil del 16 de marzo de 2021. Rad 11001-03-06-000-2020-00247-00.
- Decreto 120 (21 de enero de 2010). Por el cual se adoptan medidas en relación con el consumo de alcohol
- Ley 124 (15 de febrero de 1994). Por la cual se prohíbe el expendio de bebidas embriagantes a menores de edad y se dictan otras disposiciones.
- 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 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 1098 (9 de noviembre de 2006). Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia.
- 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 1335 (21 de julio de 2009). Disposiciones por medio de las cuales se previenen daños a la salud de los menores de edad, la población no fumadora y se estipulan políticas públicas para la prevención del consumo del tabaco y el abandono de la dependencia del tabaco del fumador y sus derivados en la población colombiana.
- Ley 1098 (9 de noviembre de 2006). Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia.
- Ley 1480 (12 de octubre de 2011). Por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1801 (29 de julio de 2016). Por la cual se expide el Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana.
- 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.
- Tratado de Libre Comercio suscrito entre la República de Colombia y Estados Unidos de América. Capítulo 14 – Telecomunicaciones. Anexos I y II.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 145 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

## 12. ANEXOS

### ANEXO 1. Identificación de criterios y subcriterios

En la identificación de los criterios de evaluación deben considerarse las diferentes “consecuencias” y externalidades esperadas, a partir de la aplicación de cada una de las alternativas. Para esta identificación, en el desarrollo de este proyecto se consideraron diferentes fuentes de información como la consulta sectorial publicada en noviembre y diciembre de 2022 en el marco de este proyecto<sup>104</sup>, así como los comentarios recibidos al documento de “Alternativas Regulatorias”, referenciados en la sección 5.2.

El análisis de estas fuentes se realizó de forma independiente para cada una de las nueve (9) subtemáticas, lo cual sirvió a su vez como insumo para identificar los diferentes criterios y subcriterios bajo los cuales se evaluaron las alternativas.

Con base en estos análisis, se determinaron cinco (5) diferentes criterios, los cuales recogen catorce (14) subcriterios de evaluación. Esto no implica que para todas las alternativas se evaluaran todos los subcriterios, es decir, su aplicación en los diferentes ejes temáticos y subtemáticas depende de la pertinencia y aplicabilidad en cada caso.

Cabe resaltar que, en línea con lo observado por el Departamento para Comunidades y Gobierno Local del Reino Unido<sup>105</sup>, se comprobó que los conjuntos de criterios y subcriterios planteados por subtemática cumplieran las siguientes características:

1. **Completitud:** Los criterios más importantes están incluidos, es decir, que capturan los aspectos más relevantes al momento de evaluar el objetivo.
2. **Redundancia:** Se verificó que no existieran criterios innecesarios o que evaluaran aspectos duplicados.
3. **Operabilidad:** Cada alternativa propuesta puede ser evaluada frente a cada criterio.
4. **Independencia mutua de las preferencias:** La valoración de una alternativa frente a un criterio es independiente de la valoración que tenga frente a los demás criterios.
5. **Doble contabilidad:** Evitar cuantificar los mismos impactos en más de un criterio.
6. **Tamaño:** Si bien lo ideal es que el conjunto de criterios cumpla con la característica de completitud, a mayor número de criterios, mayor el análisis y más confusa su interpretación, por lo que se propende por un análisis parsimonioso (es decir, un ejercicio que permita realizar el análisis más completo posible, minimizando la cantidad de criterios a evaluar).
7. **Impactos en el tiempo:** Se busca considerar los impactos a corto, mediano y largo plazo.

### ANEXO 2. Evaluación de las alternativas y análisis de resultados

Para evaluar las alternativas se repitió el mismo procedimiento metodológico descrito previamente, pero ahora evaluando, para cada uno de los subcriterios de carácter no cuantificable, el desempeño relativo que cada alternativa tenía frente a las demás. Es decir, utilizando la escala de Saaty se

<sup>104</sup> Esta consulta contó con la participación de 30 operadores.

<sup>105</sup> DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT: LONDON. Op. Cit., p. 35.

Documento Soporte: Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión	Cód. Proyecto: 2000-38-3-14	<b>Página 146 de 152</b>	
	Actualizado: 27/12/2023	Revisado por: Política Regulatoria y Competencia	Revisión No. 1
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 22/08/2022			

construyeron tantas matrices de comparación, como subcriterios no cuantificables, por cada subtemática evaluada.

Cabe resaltar que, tal cual el procedimiento anterior, la evaluación del desempeño de las alternativas obedeció a un análisis de las diferentes fuentes de información enunciadas el ANEXO 1, así como de las consecuencias y externalidades esperadas. Adicionalmente y similar al proceso metodológico utilizado en la ponderación de subcriterios, la evaluación se hizo mediante el cálculo de las preferencias grupales. Posteriormente se calcularon los ponderadores, y en el caso para el cual aplicara<sup>106</sup>, se hizo la respectiva prueba de consistencia.

Lo anterior permitió obtener, por temática, una matriz como la descrita en el literal b de la Ilustración 32, en donde  $A_{m,i}$  corresponde al desempeño relativo de la alternativa  $m$ , de acuerdo con el criterio  $i$ . En cuanto a los subcriterios que corresponden a medidas cuantificables o a variables dicotómicas, el puntaje se relativizó de forma tal que, similar al resto de criterios, el desempeño de cada alternativa sumara también 100% por criterio (por fila).

Estos resultados, junto con los ponderadores por criterio obtenidos previamente (ver literal a. de la Ilustración 32), sirvieron de insumo para hacer el cálculo del desempeño global de cada una de las alternativas (tal como se esquematiza en el literal c. de la misma Ilustración). Al respecto, el consenso de la literatura<sup>107</sup> sugiere una agregación aditiva, según la cual los desempeños de las  $k$  alternativas sumen el 100%. Esta agregación se obtiene mediante el producto entre el ponderador de cada criterio y el desempeño relativo que cada alternativa tuvo frente al mismo, de forma tal que la sumatoria de la columna da cuenta del desempeño global de la alternativa, siendo este el resultado final de la metodología que permite deducir, a la luz de los criterios evaluados, cuál es la mejor opción para resolver cada problemática planteada.

### Ilustración 32. Cálculo del desempeño local y global de las alternativas

#### a. Ponderadores por criterio

Criterio	Ponderador
Criterio1	$w_1$
Criterio2	$w_2$
⋮	⋮
Criterio $n$	$w_n$

#### b. Desempeño local de las alternativas

Alt. 1	...	Alt. $k$	Sumatorias
$A_{1,1}$	...	$A_{k,1}$	$\sum_{m=1}^k A_{m,1} = 100\%$
$A_{1,2}$	...	$A_{k,2}$	$\sum_{m=1}^k A_{m,2} = 100\%$
⋮	⋮	⋮	⋮
$A_{1,n}$	...	$A_{k,n}$	$\sum_{m=1}^k A_{m,n} = 100\%$

#### c. Desempeño global de las alternativas

Alt. 1	...	Alt. $k$	Sumatorias
$w_1 \cdot A_{1,1}$	...	$w_1 \cdot A_{k,1}$	$\sum_{m=1}^k w_1 \cdot A_{m,1} = w_1$
$w_2 \cdot A_{1,2}$	...	$w_2 \cdot A_{k,2}$	$\sum_{m=1}^k w_2 \cdot A_{m,2} = w_2$
⋮	⋮	⋮	⋮
$w_n \cdot A_{1,n}$	...	$w_n \cdot A_{k,n}$	$\sum_{m=1}^k w_n \cdot A_{m,n} = w_n$
$\sum_{i=1}^n w_i \cdot A_{1,i}$	...	$\sum_{i=1}^n w_i \cdot A_{k,i}$	$\sum_{m=1}^k \sum_{i=1}^n w_i \cdot A_{m,i} = 100$

Fuente: Elaboración CRC, con base en ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. 2013

<sup>106</sup> Por la definición de transitividad, una matriz de comparación sólo puede ser no transitiva cuando se comparan mínimo tres elementos.

<sup>107</sup> *Ibid.*, p. 39.

### ANEXO 3. Matrices de comparación de subcriterios por temática y subtemática y ponderadores resultantes – evaluaciones realizadas mediante multicriterio.

#### Alternativas AHP Franja de programación

Criterio/Alternativa	C1.1: Correspondencia con el dinamismo del consumo.	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.2: Asimetrías con no regulados	C5.2: Incentivo a la oferta televisiva	C5.4: Fines superiores	Priorización
At1: Statu quo	10.68%	9.85%	55.70%	13.88%	9.03%	19.23%	25.76%	19.78%
At2: Preservación de las franjas, con modificación de los horarios	26.96%	48.53%	27.34%	54.93%	24.68%	29.25%	18.68%	26.61%
At3: Preservación de las franjas, modificación de horarios e incentivo para el cumplimiento de las horas de transmisión de programación infantil y adolescente	62.36%	41.62%	16.96%	31.19%	66.29%	51.52%	55.57%	53.62%
<b>Ponderación</b>	15.22%	7.34%	5.00%	2.57%	13.73%	21.61%	34.51%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.030	0.000	0.042	0.014	0.069	0.000	0.0498	

#### Alternativas AHP Repeticiones

Criterio/Alternativa	C2.1: Correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición.	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C2.1: Desuso y decaimiento	C4.1: Asimetrías entre modalidades reguladas	C5.1: Protección a la industria nacional	Priorización
At1: Statu quo	9.44%	7.59%	9.08%	8.40%	9.09%	8.65%	70.25%	12.78%
At2: Flexibilización de las excepciones	25.04%	26.31%	24.67%	23.12%	45.45%	21.37%	20.55%	30.37%
At3: Desregularizar y eliminación del esquema de repeticiones	65.53%	66.11%	66.25%	68.48%	45.45%	69.98%	9.20%	56.85%
<b>Ponderación</b>	18.30%	10.63%	6.57%	3.00%	31.51%	23.59%	6.39%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.054	0.075	0.044	0.034	0.000	0.075	0.055	

### Alternativas AHP Obras cinematográficas nacionales

Criterio/Alternativa	C1.2: Correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición.	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C5.1: Protección a la industria nacional	C5.2: Incentivo a la oferta televisiva	Priorización
At1: Statu quo	7.87%	7.18%	6.49%	6.49%	29.62%	17.20%	14.21%
At2: Flexibilización % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo	30.04%	54.46%	51.82%	51.82%	7.48%	8.91%	25.78%
At3: Flexibilización % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del tele cine dentro de los incentivos	49.88%	20.10%	21.98%	21.98%	14.73%	25.45%	31.37%
Alt.4: Mantenimiento del % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del tele cine dentro de los incentivos	12.22%	18.25%	19.71%	19.71%	48.17%	48.45%	28.63%
<b>Ponderación</b>	37.44%	7.33%	10.07%	3.76%	21.91%	19.50%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.032	0.022	0.009	0.022	0.078	0.045	

### Alternativas AHP Obras cinematográficas nacionales - Desempate

Criterio/Alternativa	C1.2: Correspondencia con el dinamismo de la producción/adquisición.	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C5.1: Protección a la industria nacional	C5.2: Incentivo a la oferta televisiva	Priorización
Alternativa 2: Flexibilización % de emisión de OCN con aclaración de la base de cálculo	64.56%	59.26%	66.01%	63.99%	9.61%	9.30%	40.88%
Alternativa 3: Flexibilización % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del tele cine dentro de los incentivos	23.57%	20.72%	22.40%	18.01%	26.39%	26.57%	23.88%
Alternativa 4: Mantenimiento del % de emisión de OCN, aclaración de la base de cálculo e inclusión del tele cine dentro de los incentivos	11.87%	20.02%	11.59%	18.01%	64.01%	64.13%	33.80%
<b>Ponderación</b>	36.7%	7.3%	10.0%	3.7%	21.6%	19.3%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.008	0.001	0.014	0.000	0.043	0.045	

### Alternativas AHP - Franjas de emisión espacios institucionales

Criterio/Alternativa	C2.2: Correspondencia con el dinamismo del consumo	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.4: Asimetrías entre modalidades reguladas o con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	Priorización
Alt1: Statu quo	10.62%	9.09%	70.93%	13.63%	10.62%	7.38%	63.33%	24.09%
Alt2: Unificación de franja para emisión de espacios institucionales.	26.05%	45.45%	18.55%	39.30%	26.05%	28.28%	26.05%	28.44%
Alt3: Unificación y ampliación de franja para emisión de espacios institucionales.	63.33%	45.45%	10.52%	47.07%	63.33%	64.34%	10.62%	47.47%
<b>Total</b>	17.93%	8.23%	6.06%	4.43%	13.31%	29.62%	20.43%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.041	0.000	0.019	0.001	0.041	0.073	0.041	

### Alternativas AHP - Duración de espacios institucionales

Criterio/Alternativa	C2.2: Correspondencia con el dinamismo del consumo	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.4: Costo de producción	C4.4: Asimetrías entre modalidades reguladas o con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	Priorización
Alt1: Statu quo	7.78%	14.29%	60.00%	9.48%	8.33%	8.33%	54.35%	21.30%
Alt2: Duración máxima de 45 segundos por Espacio Institucional	23.44%	42.86%	20.00%	27.77%	24.54%	19.32%	26.78%	24.63%
Alt3: Duración máxima de 30 segundos por Espacio Institucional.	68.77%	42.86%	20.00%	62.75%	67.13%	72.35%	18.87%	54.07%
<b>Total</b>	17.31%	5.80%	4.29%	11.59%	11.60%	27.07%	22.33%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.092	0.000	0.000	0.039	0.068	0.084	0.003	

### Alternativas AHP - Tiempo Máximo de Publicidad por Tiempo de Programación

Criterio/Alternativa	C1.3: Cambios y desarrollos tecnológicos	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.4: Asimetrías entre modalidades reguladas o con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	Priorización
Alt1: Statu quo	15.94%	7.38%	55.62%	6.59%	8.36%	10.66%	64.71%	30.82%
Alt2: Unificar en 6 minutos el tiempo máximo de publicidad	29.50%	28.28%	15.85%	23.25%	14.60%	19.35%	27.16%	23.37%
Alt3: Desregular tiempo máximo de publicidad	54.56%	64.34%	28.53%	70.16%	77.04%	69.99%	8.14%	45.94%
<b>Total</b>	13.99%	7.63%	4.05%	2.80%	15.06%	22.73%	33.86%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.005	0.073	0.010	0.079	0.026	0.011	0.0516	

### Alternativas AHP - Duración de Anuncios Comerciales, reconocimientos, patrocinios y auspicios

Criterio/Alternativa	C1.3: Cambios y desarrollos tecnológicos	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.4: Asimetrías entre modalidades reguladas o con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	Priorización
Alt1: Statu quo	7.79%	5.95%	45.27%	6.10%	5.24%	6.76%	55.66%	24.20%
Alt2: Unificar en duración máxima de 2 minutos y mínima de diez 10 segundos	13.01%	16.87%	8.97%	14.34%	12.33%	14.48%	23.41%	16.68%
Alt3: Unificar. Solamente duración máxima de 2 minutos	22.14%	24.84%	14.34%	20.99%	19.53%	23.02%	14.99%	19.24%
Alt4: Desregular la duración máxima y mínima de los comerciales	57.06%	52.34%	31.42%	58.57%	62.89%	55.74%	5.94%	39.26%
<b>Total</b>	14.15%	8.99%	4.58%	3.53%	16.97%	18.60%	32.56%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.056	0.063	0.035	0.072	0.053	0.018	0.044	

### Alternativas AHP - PUBLICIDAD ALCOHOL - Campaña de prevención del Consumo de Alcohol

Criterio/Alternativa	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.2: Asimetrías con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	3.4. Costos de producción	Priorización
Alt1: Statu quo	60.00%	62.32%	54.35%	10.62%	10.50%	14.29%	64.19%	24.75%
Alt2: Tiempo de campaña equivalente al 25% del tiempo de publicidad de alcohol + una vez entre semana y en fin de semana como espacio institucional.	20.00%	13.73%	30.39%	26.05%	25.94%	28.57%	18.59%	25.63%
Alt3: Tiempo de campaña equivalente al 10% del tiempo de publicidad de alcohol + dos veces entre semana y en fin de semana como espacio institucional.	20.00%	23.95%	15.26%	63.33%	63.56%	57.14%	17.22%	49.29%
<b>Total</b>	3.68%	4.84%	8.35%	20.40%	19.68%	33.40%	9.32%	
<b>Consistencia Resultados</b>	0.000	0.019	0.031	0.041	0.039	0.000	0.060	

### Alternativas AHP - PUBLICIDAD ALCOHOL - Intensidad de la Publicidad

Criterio/Alternativa	C3.1: Claridad en la consulta e interpretación	C3.2: Complejidad de adopción por parte de los operadores	C3.3: Complejidad de vigilancia y control	C4.2: Asimetrías con no regulados	C4.3: Costo de oportunidad	C5.4: Fines superiores	Priorización
Alt1: Statu quo	16.83%	53.10%	10.45%	7.27%	8.91%	64.45%	30.17%
Alt2: Ampliar a 3 minutos de publicidad por cada media hora de programación	18.17%	15.00%	11.02%	20.48%	21.73%	27.49%	20.95%
Alt3: Desregular tiempo máximo de publicidad de alcohol	65.00%	31.90%	78.53%	72.24%	69.36%	8.06%	44.56%
Total	3.78%	5.62%	9.70%	21.17%	21.09%	34.32%	
Consistencia Resultados	0.006	0.028	0.004	0.069	0.050	0.058	