



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPUBLICA DE COLOMBIA

# REVISIÓN DE LAS CONDICIONES DE PROGRAMACIÓN, PUBLICIDAD Y ESPACIOS INSTITUCIONALES EN EL SERVICIO DE TELEVISIÓN

Alternativas regulatorias de solución

Octubre 2023



# PROYECTOS REGULATORIOS EN TEMAS DE TELEVISIÓN

## VIGENCIA

2021

2022

2023

## P.R. COMUNICACIONES

Compilación CC – Hoja de ruta ✓

Reportes Info CC ✓

Análisis mercados

TV: (Estado: Propuesta definición de mercados 4T)

**Programación y publicidad**  
(Estado: Presentación de alternativas ante el CC)

## P.R. CONTENIDOS

Compilación CA – Hoja de ruta ✓

Reportes Info CA ✓

Modelo V&C Prev ✓

*Partic. y protección televidentes*  
(se cierra y pasan temas a proyecto infancia)

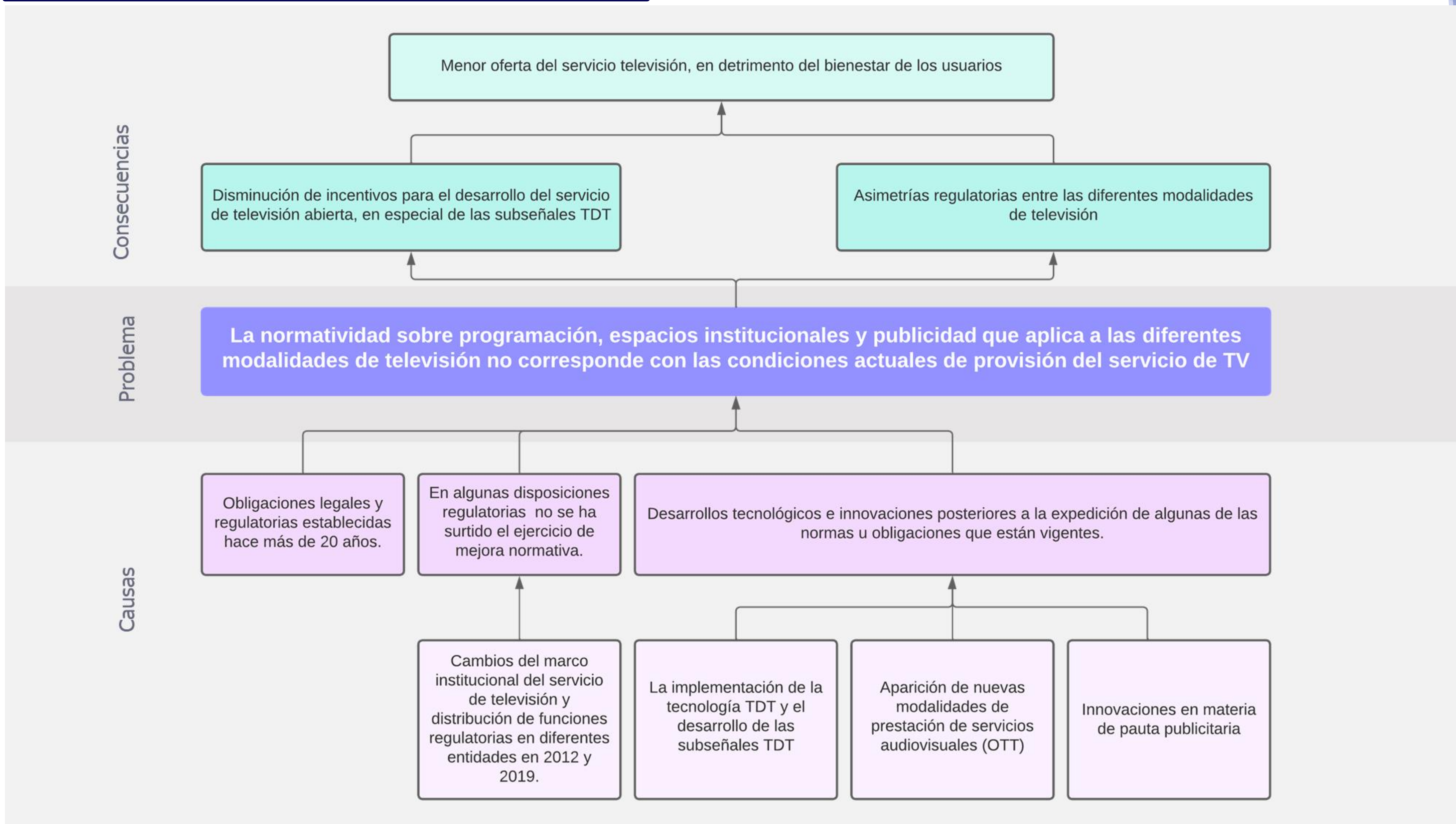
Medidas de protección infancia  
(Estado: Desarrollo y Análisis de alternativas)

Sistemas acceso para PDA  
(Estado: Desarrollo y Análisis de alternativas)

# PROBLEMA IDENTIFICADO



ÁRBOL DEL PROBLEMA



# PRINCIPALES COMENTARIOS DEL SECTOR



## Comentario

- Observaciones cifras publicidad.
- Reducir cargas regulatorias, para reducir asimetrías con los OTT.
- Reconocen existencia de normatividad que resulta antigua, dispersa y reiterativa (duplicidad de regulación)
- El documento de formulación y la problemática se enfoca en gran medida a las problemáticas propias del servicio de televisión abierta, deja por fuera TV cerrada.
- Considerar no solo las asimetrías que se presentan frente a las diferentes modalidades de televisión, sino frente OTT
- Sandbox regulatorios que permitan hacer ambientes de prueba para verificar el impacto normativo de flexibilizar o anular regulación en materia de contenidos audiovisuales
- Adicionar una *causa*, en relación con la inversión para las implementaciones tecnológicas que resultan de los cambios normativos y la falta de incentivos para realizar dichos ajustes.
- Adicionar una *consecuencia*, en relación con la disminución de pauta publicitaria. No se invierten en publicidad televisiva por la existencia de muchas restricciones regulatorias. Se impide creatividad, pues se limita para ciertos productos mostrar la imagen del producto, logo o aspectos relacionados con sus características

## Grupos de interés



## Respuesta CRC

Se validó información del documento de formulación y se confirma que los datos se tomaron de informe del DNP sustentado en cifras de Asomédios.

Facultades legales de la CRC no están orientadas a regular los servicios OTT (monitoreo anual de la evolución de OTT)

Coincide con lo descrito en el documento de formulación del problema, y las causas identificadas

El documento de formulación aborda problemáticas de la TV cerrada (señales incidentales, canales temáticos satelitales) La distribución de artículos de los Capítulos 4, 5 y 6 por modalidad de TV: 87% TV Abierta. 7% TV Cerrada y 6% TV cerrada y Abierta.

Facultades legales de la CRC no están orientadas a regular los servicios OTT. En todo caso, se mapea en la subcausa "*Aparición de nuevas modalidades de prestación de servicios audiovisuales (OTT)*" de la causa "*Desarrollos tecnológicos e innovaciones posteriores a la expedición de algunas de las normas u obligaciones que están vigentes*"

No es materia de estudio del presente proyecto regulatorio, en todo caso, se deberán tener en cuenta los requisitos previstos para la celebración de Sandbox, establecidos en la Resolución CRC 7018 de 2022.

No se han realizado modificaciones regulatorias que requieran implementaciones tecnológicas significativas por parte de los operadores.

La situación planteada hace parte del problema identificado, el cual es consecuencia de que se han presentado innovaciones en materia de pauta publicitaria pero no se ha realizado la revisión y actualización, bajo criterios de mejora regulatoria, de normas expedidas hace más de 20 años.

# OBJETIVOS DEL PROYECTO



## OBJETIVO GENERAL



Revisar y actualizar las medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión compiladas en el Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016 y las disposiciones y definiciones que tengan nexo de causalidad con dichas temáticas y que sean de competencia de la Sesión de Comunicaciones, de manera que sean acordes con las dinámicas actuales de prestación de este servicio y las potenciales presiones competitivas que enfrentan los diferentes operadores o canales de televisión.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS



- Identificar aquellas medidas regulatorias relacionadas con programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión que son susceptibles de modificación o eliminación en razón a su antigüedad.
- 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 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.

# TEMÁTICA Y SUBTEMÁTICAS CON PROBLEMÁTICAS



(\*): Tv cerrada

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## FRANJAS DE PROGRAMACIÓN

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 corresponde a la perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales



### Marco legal

Art 29 de la Ley 182 de 1995 en el sentido de que le asigna a la 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.**

Art. 27 Ley 335 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**

Art 5 Ley 335 de 1996. Competencia a la CNTV de **reglamentar las franjas de audiencia y fijará el número de horas de emisión diaria.**

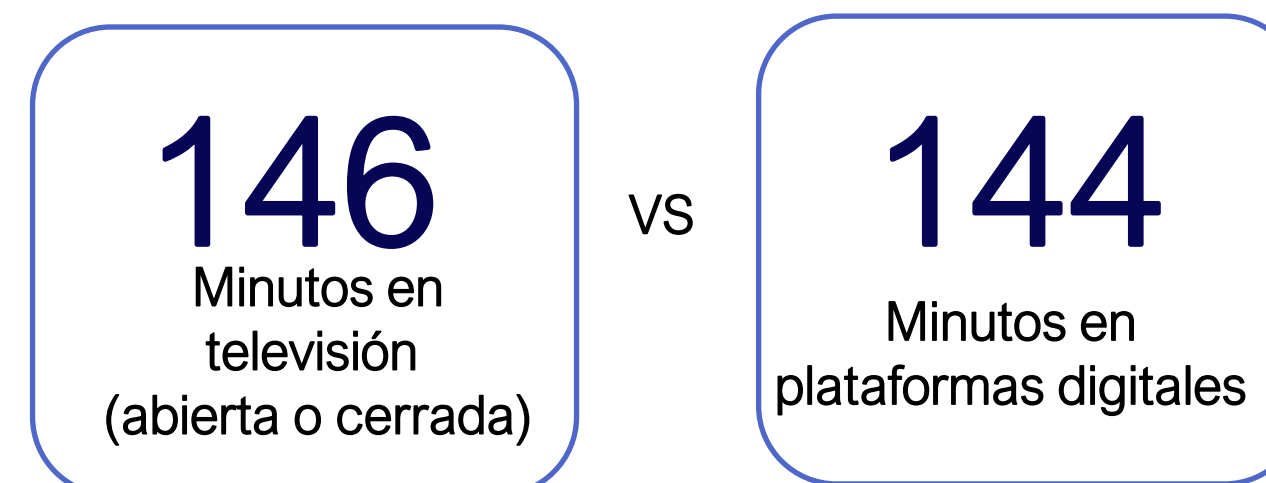
Art 49 de la Ley 1098 de 2006 indica que "garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la **preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas**"

### Evidencia de la problemática

#### Regulación vigente

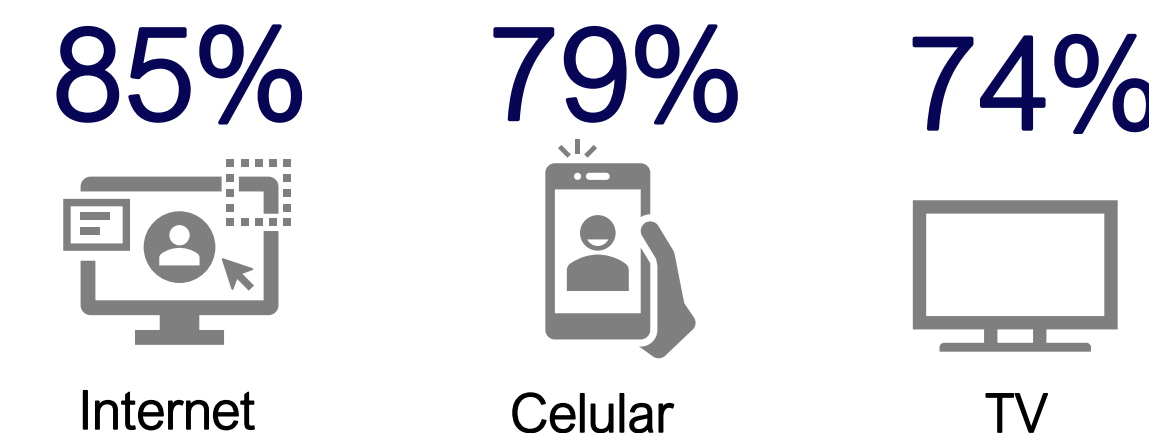
| Franja                        | Horarios   | Mínimo horas de transmisión   |
|-------------------------------|--|---|
| Infantil<br>(0 a 12 años)     | 07:00 a 21:30<br>TV Local: 15:55 a 16:55                     | TV Nacional: 108 horas trimestrales<br>Regional y Local: 80 horas trimestrales<br>TV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

Horas promedio de consumo diarias de medios audiovisuales de lunes a viernes por parte de niños y adolescentes



Fuente: Estudio NNyA, CRC, 2021

Consumo contenidos audiovisuales niñez y la adolescencia (dispositivo) (2021)



Fuente: Estudio NNyA, CRC, 2021

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## FRANJAS DE PROGRAMACIÓN

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 corresponde a la perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales



1

Statu quo

2

Modifica horarios. Mantiene franjas infantil y adolescente. + horas de transmisión se unifica a criterio trimestral.

3

Modifica horarios. Mantiene franjas infantil y adolescente. + horas de transmisión se unifica a criterio trimestral + **condicionante subseñal digital NNyA para no aplicación mínimo transmisión de horas infantil y adolescente**



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



# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## SUBCANALES DIGITALES

Las obligaciones regulatorias de los canales principales se extienden a las segundas señales con emisión en TDT, lo que limita la oferta de segundas señales, cuyo contenido está dedicado a públicos o temas determinados.



## Marco regulatorio y evidencia de la problemática

**Canal Principal Digital:** 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:** 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 Resolución CRC 6383 de 2021. 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.

### Servicio de TV regional (art 16.1.3.1 )

Emitir la señal de televisión originada por la misma organización regional sobre el área de cubrimiento

Realizar programas de televisión, de carácter educativo, recreativo y cultural (programación regional)

Licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión

Cumplir con los porcentajes mínimos de programación de producción nacional

Reservar espacios de su programación para cumplir con los requerimientos de origen legal

### Repeticiones (art 16.4.7.1. )

Las normas en materia de repetición son aplicables a las organizaciones regionales y en consecuencia a las diferentes señales que emiten

| Periodo  | ¿Cuántas veces se puede repetir?   |
|--|--|
| En un trimestre, después de la primera emisión | hasta 2 veces, preferiblemente en horarios diferentes a la inicial           |
| Durante 1 año                                  | hasta 4 veces, a partir de la primera emisión. (se incluye lo del trimestre) |
| A partir del 2 año                             | 2 veces al año   |

### Espacios Institucionales (art 16.4.10.1)

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

### Producción Nacional (art 16.4.2.1)

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.

### Condiciones de la programación (art 16.4.2.3)

Horario franja apta a todo público

Transmisión del himno nacional

Cumplimiento Ley Infancia y Adolescencia

Cumplimiento del Estatuto Básico de los partidos y movimientos políticos

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.

Cumplimiento pluralismo informativo

Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre publicidad y anuncios comerciales. Cumplimiento normativa alcohol.

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## SUBCANALES DIGITALES



Las obligaciones regulatorias de los canales principales se extienden a las segundas señales con emisión en TDT, lo que limita la oferta de segundas señales, cuyo contenido está dedicado a públicos o temas determinados

1

Statu quo

2

Flexibilizar las exigencias e incluir un artículo en acápite de TDT que indique las excepciones.

### Servicio de TV regional (art 16.1.3.1 )

Emitir la señal de televisión originada por la misma organización regional sobre el área de cubrimiento

Realizar programas de televisión, de carácter educativo, recreativo y cultural (programación regional)

Licitaciones públicas para la adjudicación de los programas informativos, noticieros y de opinión

Reservar espacios de su programación para cumplir con los requerimientos de origen legal.

### Repeticiones (art 16.4.7.1. )

El canal digital principal de televisión de un multiplex digital cumplirá con las disposiciones regulatorias sobre repeticiones (dependiendo de la evaluación de las alternativas en Repeticiones).

### Espacios Institucionales (art 16.4.10.1)

Plan de emisión, donde se indica los mensajes que deben transmitir. En los subcanales digitales, los espacios institucionales aplicables únicamente serán los de orden legal.

### Producción Nacional (art 16.4.2.1)

El canal digital principal de televisión de un multiplex 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.

### Condiciones de la programación (art 16.4.2.3)

Horario franja apta a todo público

Transmisión del himno nacional

Cumplimiento Ley Infancia y Adolescencia

Reservar espacios de su programación para cumplir con los requerimientos de origen legal.

Cumplimiento pluralismo informativo

Cumplimiento de toda la normatividad existente sobre publicidad y anuncios comerciales.

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## PRODUCCIÓN DE ORIGEN NACIONAL

El porcentaje de programación de producción nacional es alto. 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.



### Marco legal

Art 33 Ley 182 de 1995 (Modificado art 4 Ley 335 de 1996, art 4 de la Ley 680 de 2001 y art 21 Ley 1520 de 2012): Deberá **cumplir trimestralmente los siguientes porcentajes mínimos de programación de producción nacional:**

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

Art 33 Ley 182 de 1995 (Modificado art 6 Ley 335 de 1996): **Definición Producción Nal** (programas realizados en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano. - reciprocidad) **y Coproducción** (participación nacional en las áreas artística y técnica no sea inferior a la de cualquier otro país)

### Evidencia de la problemática

**Televisión local sin ánimo de lucro.** Art. 16.4.4.1. Cumplir con los porcentajes de producción nacional y dentro de ellos mínimo el 20% debe corresponder a programación nacional de producción propia.

#### Experiencia Internacional

51%

Obras europeas

10%

Productores independientes

Directiva Europea

Fuente: Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual

60%

Producción Nal

30%

Producción propia

Argentina

Fuente: Ley de Servicio de Comunicación Audiovisual.

No hay cuota.

+ 20% programación al incrementar el % de publicidad en 2 puntos

México

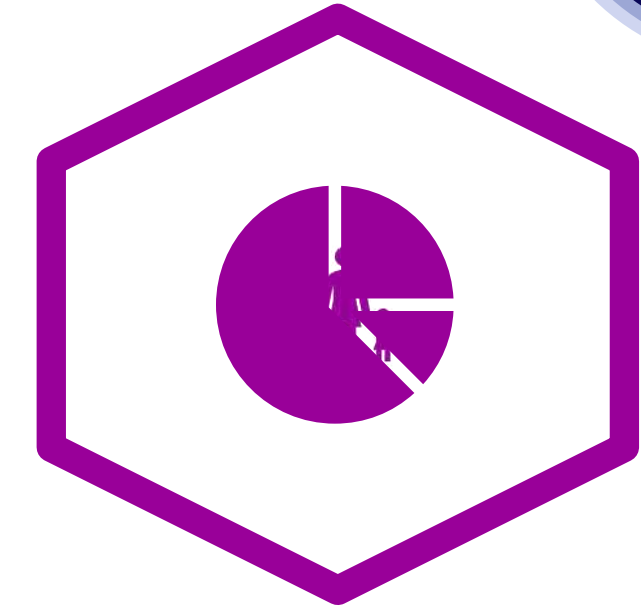
Fuente: Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN

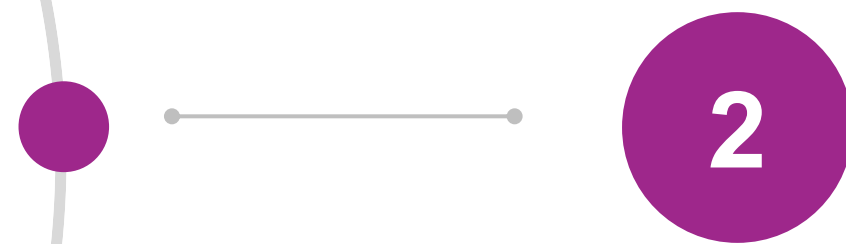


## PRODUCCIÓN DE ORIGEN NACIONAL

Porcentaje de programación de producción nacional es alto. 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.



Statu quo



No proceden alternativas regulatorias, dada la restricción legal

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## SEÑALES CODIFICADAS



En la televisión comunitaria pueden tener hasta 7 canales codificados, mientras otras modalidades no tienen restricción al número de canales codificados. Mecanismo de promoción de la producción nacional en la TV comunitaria

## Marco regulatorio y evidencia de la problemática

Art 25 Ley 182 de 1995. Pago **derecho de autor** para recibir y distribuir señales codificadas.

Art 37 Ley 182 de 1995, Comunidad organizada integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, en la que sus miembros estén **unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos**. En municipios hasta de trescientos mil (300.000) habitantes.

### Fortalecimiento de los operadores del servicio de TV comunitaria – MinTIC

- Ley 1978 de 2019 (Parágrafo art.23), Reglamentada por el Decreto 1419 de 2020: Excepción del pago de la contraprestación periódica a favor del FUTIC por 5 años a los operadores del servicio de TV comunitaria que se acojan al Régimen de Habilitación General.
- Ley 2108 de 2021 "Internet como servicio público esencial y universal": Excepción del pago de la contraprestación periódica a favor del FUTIC por 5 años a los pequeños ISP (menos de 30.000 usuarios con corte al 31 de diciembre de 2020): incluye a los operadores de TV comunitaria que se hubiesen acogido al Régimen de Habilitación General. Se asigna función al FUTIC para que financie el desarrollo de líneas de crédito, fomento y fortalecimiento de los pequeños ISP: incluye a los operadores de TV comunitaria que se acojan al Régimen de Habilitación General.

Fuente: Reunión 23 de agosto de 2021 MinTIC

**Antecedentes:** Algunos Operadores de TV comunitaria transmiten un número mayor de señales codificadas a las permitidas por la normatividad vigente.

Asociados de TV comunitaria: 121 operadores. Postdata (2022 4T):

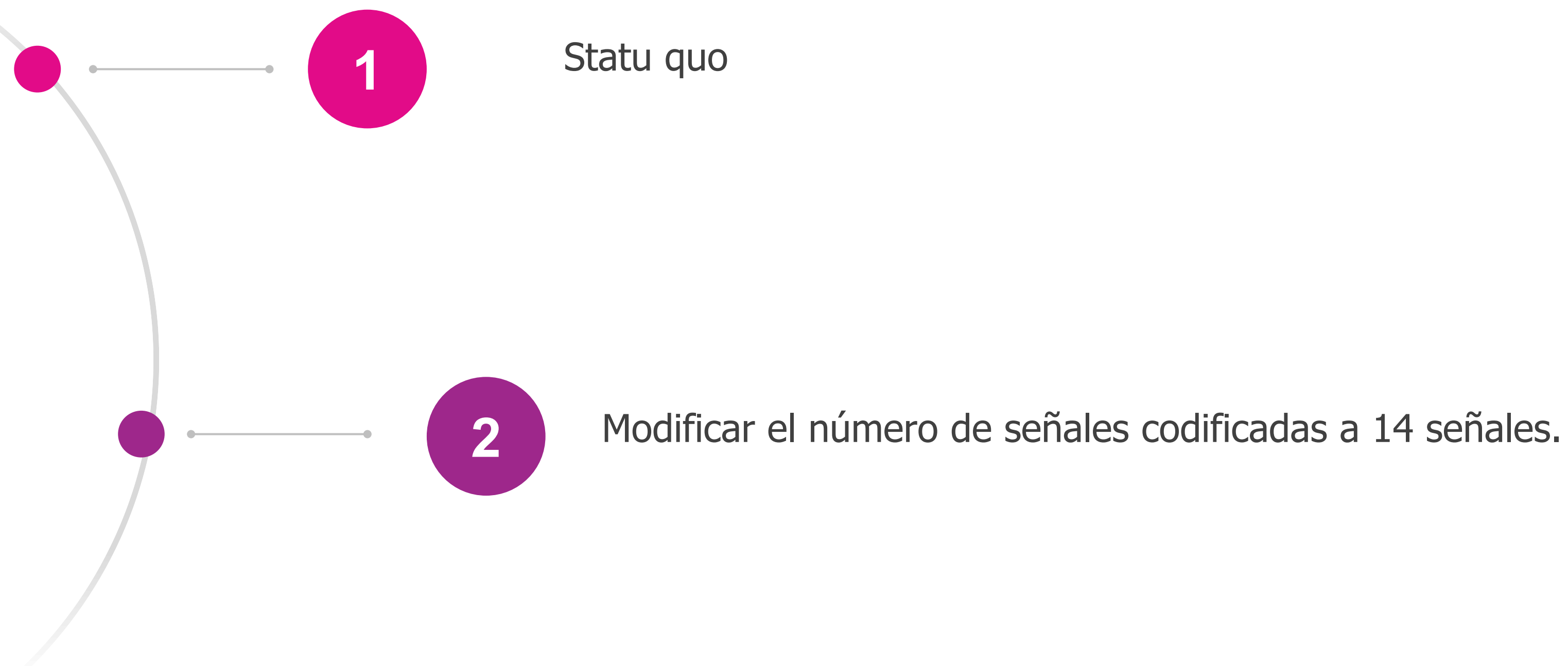
- Se cuenta con **117 canales**, lo que contrasta con las limitaciones legales.
- Operadores comunitarios también ofrecen un número significativo de canales (entre señales incidentales y codificadas) lo que haría **su oferta comparable a la de los paquetes básicos**.



Fuente Choises-Ibope, Septiembre 2023

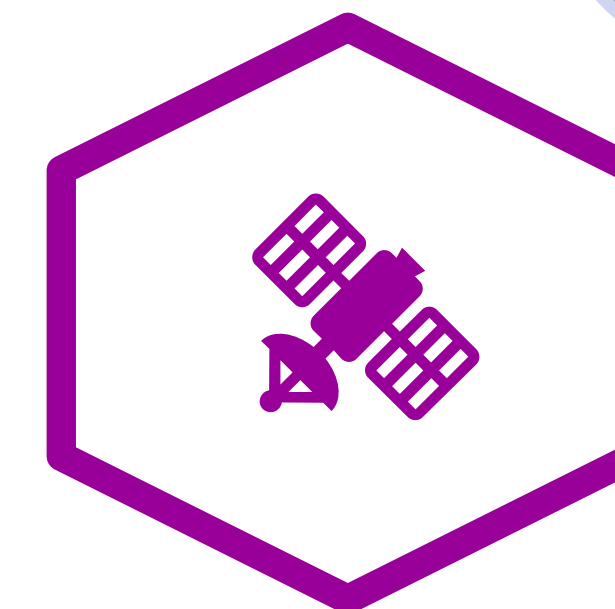
## SEÑALES CODIFICADAS

En la televisión comunitaria pueden tener hasta 7 canales codificados, mientras otras modalidades no tienen restricción al número de canales codificados.  
Mecanismo de promoción de la producción nacional en la TV comunitaria



## CANALES TEMÁTICOS SATELITALES

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)



## Marco regulatorio y evidencia de la problemática

Título I Resolución 5050 de 2016. Definición: Es aquel 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**.

Art 16.4.5.3. **Fomentar la industria de televisión colombiana. TV por suscripción deben 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.

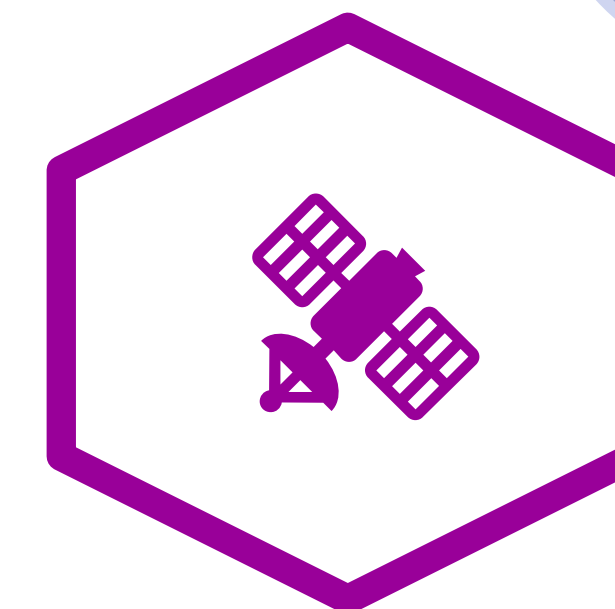
Las disposiciones normativas relacionadas con el **registro de los canales temáticos satelitales contenidas en el Acuerdo No. 01 de 2009, fueron derogadas por desuso por decaimiento o inaplicabilidad**.

Conflicto negativo de competencias dirimido por el Consejo de Estado – Sala de Consulta y Servicio Civil del 16 de marzo de 2021 (00247): **Registro de los canales temáticos satelitales es de competencia de la CRC**.



## CANALES TEMÁTICOS SATELITALES

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)



1

Statu quo

2

Eliminar la característica de tecnología satelital.

3

Eliminar la característica de tecnología satelital e incluir requisitos para el registro, haciendo referencia al artículo 33 de la Ley 182 de 1995 (modificado por el artículo 6 de la Ley 336 de 1995 y teniendo en cuenta lo señalado en el Acuerdo 001 de 2009).

- a. Contar con un área temática determinada o dirigida a un sector de la población.
- a. El 70% de las emisiones del total de tiempo al aire deben ser de producción nacional y, - Sustentado en el 70% de producción nacional establecido en el art 33 Ley 182 de 1995.
- b. Tener como mínimo una inversión de capital nacional del 60%. – Sustentado en el art 1 de la Ley 680 de 2001 (Inversión extranjera hasta del 40%).



## REPETICIONES



No hay suficiente inventario para tener esta frecuencia de emisión de repeticiones. En TV por suscripción se tienen esquemas basados en repetición semanal o por jornada-parrilla de programación en espejo

## Marco regulatorio y evidencia de la problemática

Título I Resolución 5050 de 2016. Definición: 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.

Antecedente. Art 33 Ley 182 de 1995, modificado art 4 de la Ley 680 de 2001, se elimina la obligación legal, sin embargo, se replica en la Resolución 6383 de 2021.

Art 16.4.3.5. **TV Local.** 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.

Art 16.4.7.1 al 16.4.7.3. **TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro.** Repeticiones en cualquier horario, inclusive los días sábados, domingos y festivos, con base en las siguientes condiciones:

| 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   |

Los resúmenes de programas no serán considerados como repeticiones.

No serán considerados 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.

## REPETICIONES



No hay suficiente inventario para tener esta frecuencia de emisión de repeticiones. En TV por suscripción se tienen esquemas basados en repetición semanal o por jornada-parrilla de programación en espejo

1

Statu quo

2

Modificar excepciones (qué no será considerado repetición). 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.

3

Eliminar Art 16.4.3.5 (TV Local) – Sustentado en la eliminación legal que realizó la Ley 680 de 2001.

Eliminar Art 16.4.7.1 al 16.4.7.3. TV Abierta nacional, regional y local con ánimo de lucro – Sustentar en autorregulación.

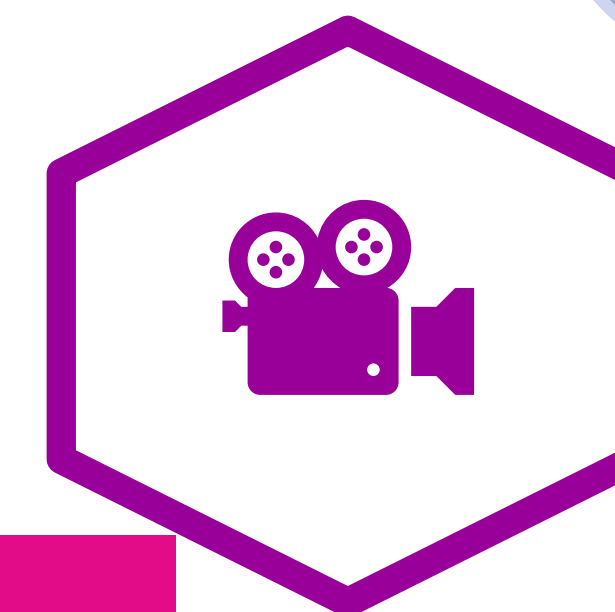
No hay referentes internacionales de esquemas regulatorios de repetición de programas en TV (ni abierta ni cerrada).

# ALTERNATIVAS - PROGRAMACIÓN



## OBRAS CINEMATOGRÁFICAS NACIONALES

La oferta del mercado de películas colombianas que puedan ser transmitidas por calidad y contenido en televisión abierta es limitada.



## Marco regulatorio y evidencia de la problemática

El artículo 18 de la Ley 814 de 2003, señala que la CNTV **fijará anualmente un porcentaje de emisión de obras cinematográficas nacionales.**

Título I Resolución 5050 de 2016. Definición: 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.

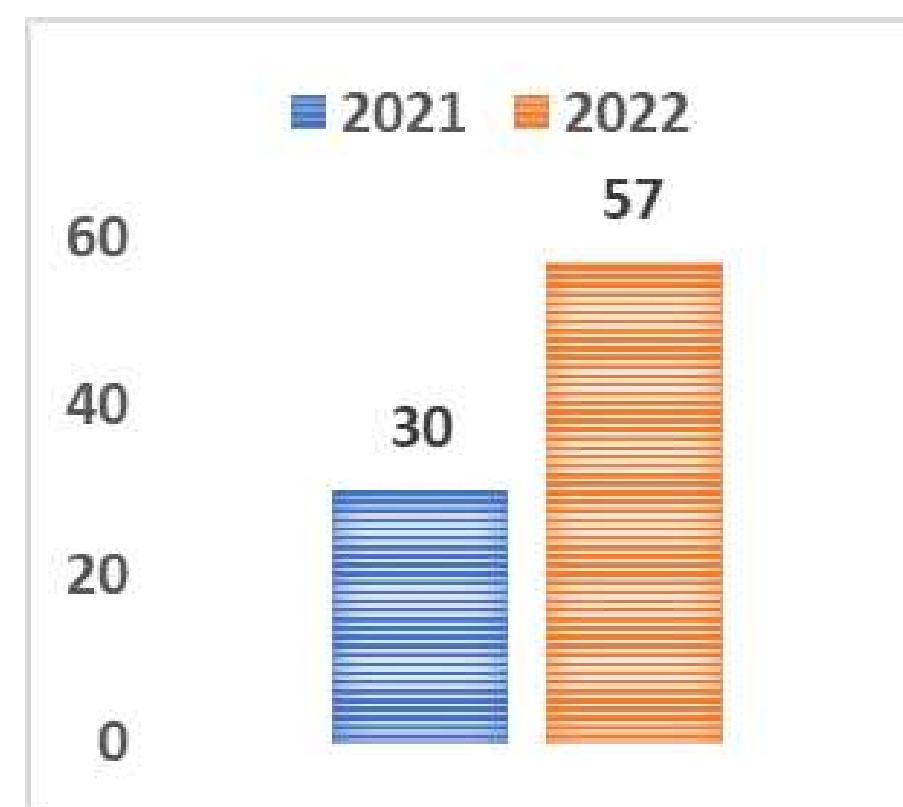
Art 16.4.8.1. al 16.4.8.5. Las OCN **se contabilizarán como parte de los porcentajes de programación nacional** que los operadores de televisión y concesionarios de espacios deben transmitir de acuerdo con lo previsto en el artículo 33 de la Ley 182 de 1995.

**Emitirán anualmente OCN por un equivalente mínimo al 10% del tiempo total de emisión de producciones cinematográficas extranjeras.**

Las OCN transmitidas serán presentadas **entre las 06:00 y antes de las 24:00 horas**, y su contenido se adecuará a las franjas de audiencia.

Las OCN se rigen con los criterios sobre repeticiones.

Se establece unos **incentivos y estímulos** a la emisión de OCN. Podrán contar por el **doble o el triple** de la duración de las OCN que transmitan, para cumplir con los % de programas de producción nacional.



**26**  
Documentales

**21**  
Dramas

**7**  
Comedias

**2**  
Misterio

**1**  
Terror

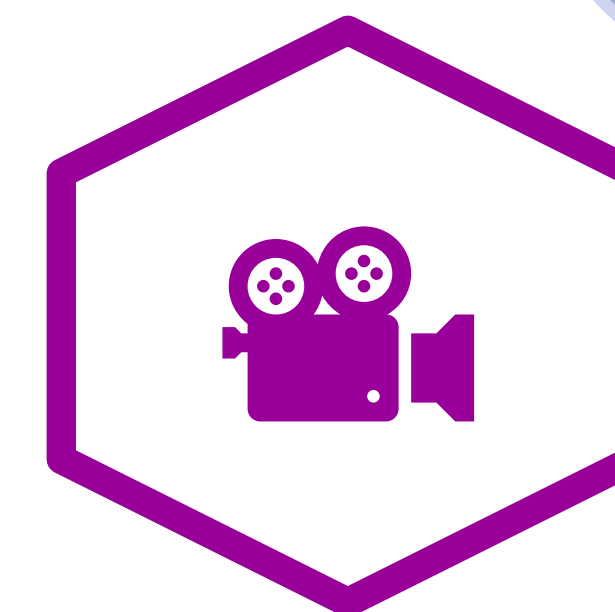
Largometrajes

2022 año con mayor número de estrenos de películas colombianas en salas de cine.

Fuente: Proimagenes Colombia

## OBRAS CINEMATOGRÁFICAS NACIONALES

La oferta del mercado de películas colombianas que puedan ser transmitidas por calidad y contenido en televisión abierta es limitada.



1

Statu quo

-Fijación **5% anual de emisión de obras cinematográficas nacionales.**

--Se elimina la condición a que no constituya repetición.

2

-Fijación **5% anual de emisión de obras cinematográficas nacionales.**

-Se elabora e incluye el concepto de **telecine (película 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"*

3

-Se elimina la condición a que no constituya repetición.

# TEMÁTICA Y SUBTEMÁTICAS CON PROBLEMÁTICAS



# ALTERNATIVAS – ESPACIOS INSTITUCIONALES Y EVENTOS ESPECIALES



## ESPACIOS POR DISPOSICIÓN LEGAL

Se presenta una acumulación de espacios institucionales en horarios de alta audiencia, lo que limita la posibilidad de comercializar tiempo al aire y ocasiona fuga de audiencias.



### Marco Legal

Ley 182 de 1995:

- *Obligatoriedad de dedicar tiempo de programación a temas de interés público por parte de los canales.*
- *De la protección al usuario y al consumidor. (Boletín del consumidor)*

Ley 5 de 1992:

- *Se debe destinar espacio a las cámaras legislativas.*

Ley 1098 de 2006:

- *Espacio del ICBF*

Ley 198 de 1995:

- *Obligación de emitir símbolos patrios*

Ley 1909 de 2018:

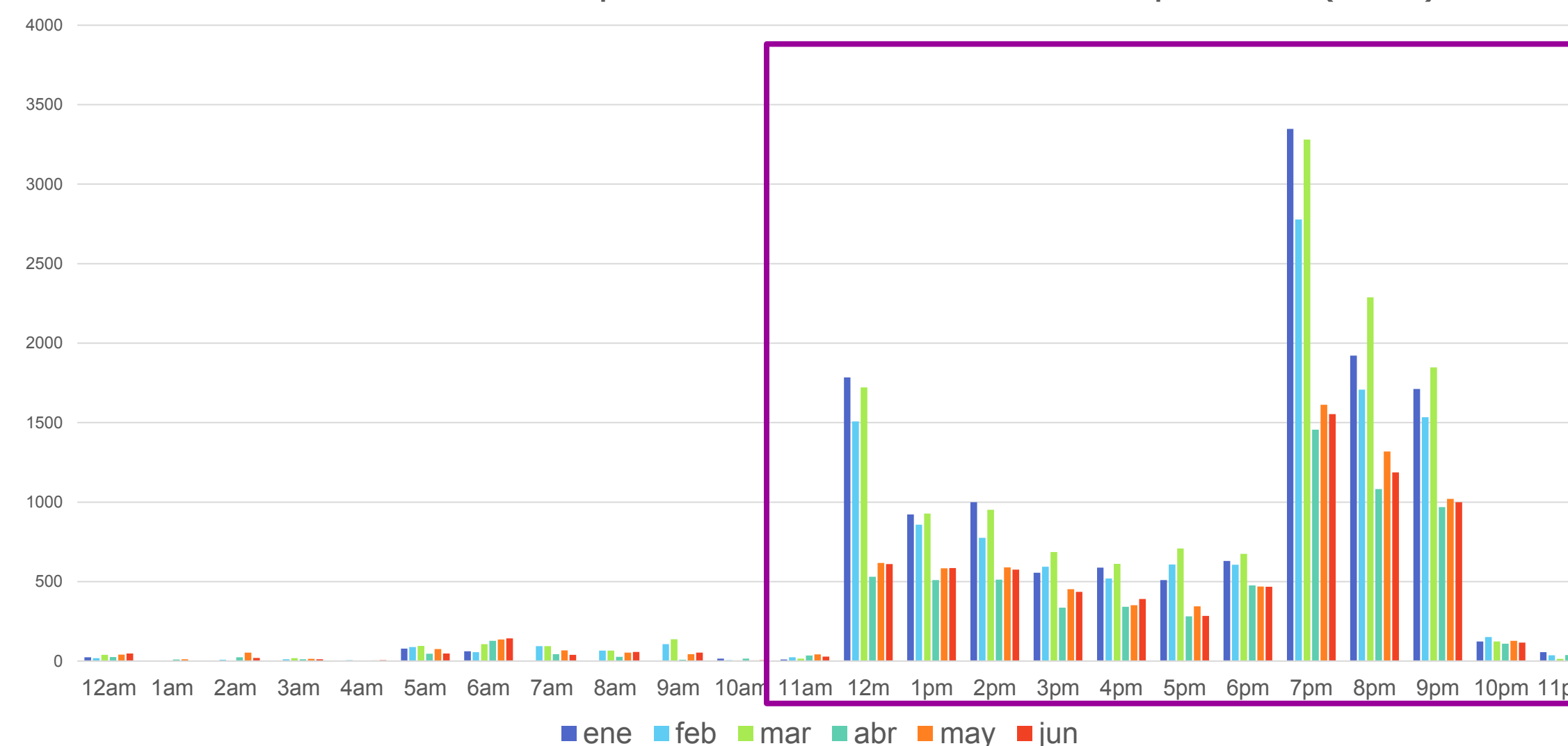
- *Espacio de réplica según estatuto de la Oposición*

Ley 1475 de 2011

- *Espacios para partidos y movimientos políticos*

### Estado actual

Total de minutos de espacios institucionales emitidos por hora (2023)



# ALTERNATIVAS – ESPACIOS INSTITUCIONALES Y EVENTOS ESPECIALES



## ENFOQUE DE LAS ALTERNATIVAS

- Simplificar y aclarar el régimen vigente.
- Actualizar según nuevas disposiciones legales (estatuto de la oposición)
- Formalizar regulación que ha sido expedida a través de la Circular 148 de 2022 (radiodifusión de mensajes cívicos y espacios institucionales).
- Desconcentrar la emisión de espacios institucionales en horarios AAA.



Statu Quo

1

- **Horarios para la transmisión de E.I:** Dos franjas. Entre **15:55** y las **18:55** y **19:00** y las **22:40**.
- Los artículos 16.4.10.7 - 16.4.10.9 – y 16.4.10.10 establecen los tiempos de reserva para la emisión de E.I. (No hay claridad de cuál es aplicable)
- **Espacios Especiales:** Se encuentran distribuidos en dos artículos diferentes 16.4.10.11 y 16.4.10.19.

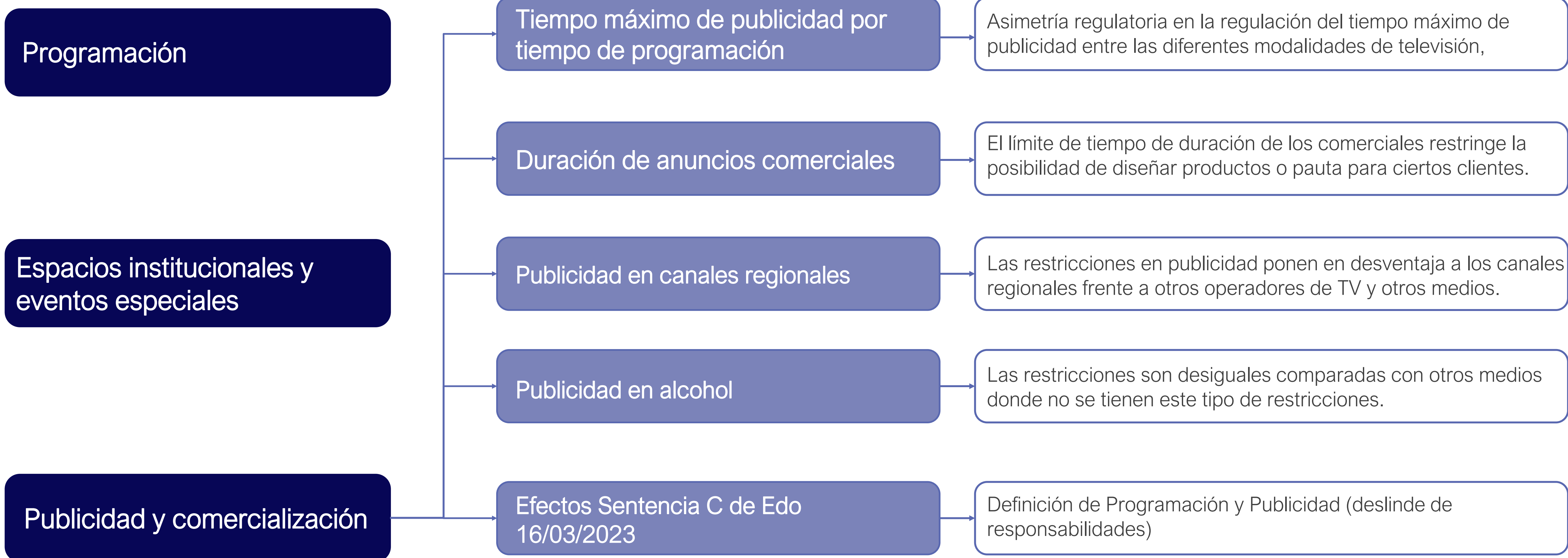
2

- **Horarios para la transmisión de E.I:** Establecer una única franja entre las **12:00** y las **22:00**.
- Definir la obligación de emitir **15 mensajes institucionales diarios**. (8 en la franja 12:00-18:00 y 7 en la franja 19:00-22:00)
- Establecer duración máxima de E.I. de 1 min.
- **Tiempos de reserva:** Eliminar artículos 16.4.10.7 - 16.4.10.9 – y 16.4.10.10.
- **Espacios Especiales:** Complementar el art. 16.4.10.11 incluyendo el Estatuto de la Oposición y los espacios del Congreso actualmente contenidos en el 16.4.10.19.

3

- **Horarios para la transmisión de E.I:** Establecer una única franja entre las **7:00** y las **22:00**.
- Definir la obligación de emitir **15 mensajes diarios**. (10 en la franja 7:00- 18:00 y 5 en la franja 19:00-22:00)
- Establecer duración máxima de E.I. de 1 min.
- **Tiempos de reserva:** Eliminar artículos 16.4.10.7 - 16.4.10.9 – y 16.4.10.10.
- **Espacios Especiales:** Complementar el art. 16.4.10.11 incluyendo el Estatuto de la Oposición y los espacios del Congreso del 16.4.10.19.

# TEMÁTICA Y SUBTEMÁTICAS CON PROBLEMÁTICAS





# ALTERNATIVAS – PUBLICIDAD



## TIEMPO MÁXIMO DE PUBLICIDAD POR TIEMPO DE PROGRAMACIÓN

Asimetría regulatoria en la regulación del 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



### Marco Legal

Art 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 (...).

Ley 1480 de 2011, incluye definición legal de publicidad y señala en Título VI las obligaciones y responsabilidades en materia de publicidad.

Art 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**.

Art 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 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

### Evidencia de la problemática

| Tipo TV                     | Resolución CRC 5050 | Obligación   | Norma origen  |
|-----------------------------|---------------------|--|---|
| Señal Colombia              | Artículo 16.5.1.8   | Máximo 3 minutos de <b>reconocimientos</b> 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 <b>comerciales</b> 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) <b>logotipos</b> 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 <b>reconocimientos</b> por cada media hora de programación                 |   |

\* Modificado por el Artículo 24 de la Ley 335 de 1996

### Antecedentes normativos

Acuerdos CNTV 46 y 47 de 1998

Derogaron los Acuerdos 010 y 011 de 1997 que contenían las normas para la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional

Acuerdo CNTV 05 de 2005

En virtud del principio de igualdad, derogó la restricción del tiempo máximo de publicidad para la TV regional [7 min por cada media hora de programación]

## TIEMPO MÁXIMO DE PUBLICIDAD POR TIEMPO DE PROGRAMACIÓN

Asimetría regulatoria en la regulación del tiempo máximo de publicidad o 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



1

Statu quo

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 y la TV con ánimo de lucro y **mantener** el tope de 5 logotipos por cada media hora de programación en los programas de producción regional.

2

3

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, al TV Regional y 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.

4

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.

# ALTERNATIVAS – PUBLICIDAD



## DURACIÓN DE ANUNCIOS COMERCIALES

El límite de tiempo de duración de los comerciales 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.



### Marco Legal

Art 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 (...).

Ley 1480 de 2011, incluye definición legal de publicidad y señala en Título VI las obligaciones y responsabilidades en materia de publicidad.

Art 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**.

Art 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 proveedores de TV abierta nacional a la comercialización que realice RTVC.**

### Evidencia de la problemática

| 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   | Duración máxima de los reconocimientos de 5 segundos por cada sección de programa. Con un máximo de 3 secciones..                         | Acuerdo CNTV 03 de 2012 expedido en virtud de Art 29 de la Ley 182 de 1995.              |

\* Modificado por el Artículo 24 de la Ley 335 de 1996

### Antecedentes normativos

Acuerdos CNTV 46 y 47 de 1998



Derogaron los Acuerdos 010 y 011 de 1997 que contenían las normas para la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional

## DURACIÓN DE ANUNCIOS COMERCIALES

El límite de tiempo de duración de los comerciales 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.



1 Statu quo

2

Unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales y de los reconocimientos 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.

3

Unificar las obligaciones relacionadas con el tiempo de duración de los comerciales y de los reconocimientos 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.

4

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.

## PUBLICIDAD EN CANALES EN CANALES REGIONALES

Las restricciones regulatorias en materia de publicidad ponen en desventaja a la televisión regional frente a otras modalidades de televisión y frente a los demás medios en que pueden pautar los anunciantes.



### Marco Legal

Art 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 (...).

Ley 1480 de 2011, incluye definición legal de publicidad y señala en Título VI las obligaciones y responsabilidades en materia de publicidad.

Art 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**.

### Evidencia de la problemática

#### Restricciones que aplican a la TV Regional

| Tipo publicidad             | Resolución CRC 5050 | Obligación**  |
|-----------------------------|---------------------|---|
| Comerciales Superimposición | Artículo 16.5.2.9   | Imágenes animadas hasta en un 75% de la disponibilidad comercial, en las transmisiones de eventos deportivos. Ocupación máxima de pantalla: 15% |
| Comerciales comprimidos     | Artículo 16.5.2.10  | Imágenes sólidas en 25% de la disponibilidad comercial en transmisiones de eventos deportivos. Ocupación máxima de pantalla: 15%                |
| Promoción de programación   | Artículo 16.5.2.16  | Se permite 20 segundos por programa para promocionar la programación del canal.   |

\*\*Norma origen: Acuerdo CNTV 02 de 1995 expedido en virtud de los Art 37.3 de la Ley 182 de 1995 (Modificado por el Artículo 24 de la Ley 335 de 1996)

#### Antecedentes normativos

Acuerdos CNTV 46 y 47 de 1998



Derogaron los Acuerdos 010 y 011 de 1997 que contenían las normas para la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional

Acuerdos CNTV 01/95, 24/97, 03/12, ANTV 650/18



Regulan a Señal Colombia, TV local con y sin ánimo de lucro y TV comunitaria. Menor intervención en materia de publicidad a la que aplica a la TV regional.

## PUBLICIDAD EN CANALES EN CANALES REGIONALES

Las restricciones regulatorias en materia de publicidad ponen en desventaja a la televisión regional frente a otras modalidades de televisión y frente a los demás medios en que pueden pautar los anunciantes.



1

Statu quo

2

Eliminar de la regulación las restricciones en materia de comerciales de superimposición, comprimidos, patrocinios y promoción de la programación establecidas actualmente para la televisión regional.

## PUBLICIDAD EN ALCOHOL



Las restricciones en materia de publicidad de bebidas alcohólicas son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones.

### Marco Legal

Art. 3. Ley 124 de 1994. Mensaje sobre la prohibición de bebidas embriagantes a menores de edad.

Art 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 (...).

Art. 9 y 14 Ley 1335 de 2009. CNTV debe destinar **espacios orientados prevención del consumo de tabaco y sus derivados. Se prohíbe la promoción de productos de tabaco en TV.**

Art. 9 Decreto 1020 de 2010\*, la CNTV **facilitará y propiciará la emisión de mensajes de alto impacto sobre prevención del consumo abusivo de alcohol en televisión.**

Ley 1480 de 2011, incluye definición legal de publicidad y señala en Título VI las obligaciones y responsabilidades en materia de publicidad.

Art 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.**

\*Compilado en el decreto único reglamentario 780 de 2016 (art. 2.8.6.2.4)

### Evidencia de la problemática

#### Obligaciones en materia de publicidad de Alcohol para todos los operadores de TV (16.5.4.1)

| Tipo de obligación                     | Resolución CRC 5050              | Obligación**   |
|--|----------------------------------|--|
| Clasificación de la publicidad         | Artículo 16.5.4.3                | - Directa: Busca estimular consumo e involucra acción de ingerir la bebida.<br>- Indirecta: Promueve consumo sin mencionar atributos.<br>- Promocional: promover o patrocinar eventos deportivos.  |
| Horarios e intensidad de la publicidad | Artículo 16.5.4.4                | - Directa: No se permite su transmisión.<br>- Indirecta: Entre las 22:00 y la 05:00 horas<br>- Promocional: En el mes previo al evento entre las 21:30 y la 5:00 y durante el evento.<br><br>Duración máxima de 60 segundos por cada 30 minutos de programación. |
| Campaña de prevención                  | Artículo 16.5.4.4<br>Parágrafo 2 | Todo operador que emita publicidad de alcohol debe transmitir sin costo una campaña de prevención sobre el consumo de alcohol.<br>La emisión de la campaña debe ser mínimo por la mitad del tiempo semanal de publicidad de alcohol                              |
| Mensaje de advertencia para padres     | Artículo 16.5.4.7                | Todos los operadores de TV deben advertir sobre la responsabilidad de padres y adultos de velar por la no presencia de audiencia menor de edad, a partir de las 21:30 horas  |

#### Otros medios

Plataformas digitales



Sin restricciones en materia de publicidad, incluso en lo referente a publicidad en alcohol.

## PUBLICIDAD EN ALCOHOL

Las restricciones son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones.



Sobre la campaña de prevención del consumo de alcohol.

1

Statu quo

Reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050/16, 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 párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050/16, al menos **una vez de lunes a viernes y una vez en fin de semana.**

2

3

Reducir el tiempo mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol de que trata el párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050/16, 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 párrafo 2 del artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC 5050/16, al menos **dos veces de lunes a viernes y dos veces en fin de semana.**



## PUBLICIDAD EN ALCOHOL

Las restricciones son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones.



Sobre el mensaje de advertencia para padres de la responsabilidad de evitar audiencia de menores de edad luego de la 21:30 horas

- 1 Statu quo
- 2 Condicionar la obligación del mensaje de advertencia señalado en el artículo 16.5.4.7 de la Resolución CRC 5050/16, a aquellos operadores de TV que emitan publicidad de alcohol.
- 3 Emitir como parte de espacios institucionales el mensaje de advertencia señalado en el artículo 16.5.4.7 de la Resolución CRC 5050/16, a aquellos operadores de TV que emitan publicidad de alcohol.

# POTENCIALES AJUSTES – PROGRAMACIÓN Y PUBLICIDAD



EFFECTOS SENTENCIA CONSEJO DE ESTADO  
16 DE MARZO DE 2023



## Consecuencias

Nota preliminar:

PR Actualización de medidas de participación y protección de los televidentes, especialmente de niños, niñas y adolescentes. SC

Contempla una situación relativa a que: “63% de NNyA en promedio en Colombia consumen contenidos audiovisuales por medio del servicio público de televisión, incluyendo anuncios publicitarios, sin compañía de un adulto responsable”

Para esta se contemplan 3 alternativas regulatorias:

- Statu quo, conservado V&C basada en Decreto reglamentario 1074, Artículo 47 CIAC y Resolución CRC 5050 de 2016.
- Establecer lista de prohibiciones específicas para garantizar contenido publicitario apto para NNyA.
- Pedagogía y sensibilización a operadores a cargo de la CRC.

### 1. Modificar definición de programación de TV, excluyendo la expresión *“incluida la publicidad”*.

Título I Resolución 5050 de 2016. Definiciones

**Programación de TV:** 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~~.

**Publicidad en el servicio público de TV:** Hace referencia a la inserción de mensajes o anuncios comerciales en la emisión de los canales, dentro de la programación y en los cortes especialmente destinados para ello.

# POTENCIALES AJUSTES – PROGRAMACIÓN Y PUBLICIDAD



EFFECTOS SENTENCIA CONSEJO DE ESTADO  
16 DE MARZO DE 2023



## Consecuencias

### 2. Revisión de los siguientes artículos con enfoque de simplificación:

Programación

Art 16.4.1.11. Responsabilidad. Los operadores de TV abierta serán los únicos responsables ante la CRC por los contenidos radiodifundidos.

Art 16.4.3.2. Responsabilidad. Los operadores de TV Local, por la calidad de la señal, lo mismo que por el contenido de la programación, la cual debe reflejar la cultura, los temas y las necesidades de la comunidad a la que se dirige.

Art 16.4.5.1. Responsabilidad. Los operadores de TV por suscripción, por el contenido de la programación, tanto de las señales de terceros como de la programación de su canal de producción propia.

Art 16.4.6.1 Responsabilidad. Los operadores de TV comunitaria, por contenido de la programación que emita.

Publicidad

16.5.2.1 COMERCIALIZACIÓN. "En todo caso, el operador de servicio público de televisión regional responderá por el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente resolución".

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. (...) – TV Regional

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. (...) – TV Local con ánimo de lucro.

**Propuesta:** La publicidad en todas las modalidades de TV abierta deberá ajustarse, en su contenido y tratamiento, a las franjas de audiencia.

# CRONOGRAMA DEL PROYECTO

## PRÓXIMOS HITOS



### MESAS DE TRABAJO 19 oct a 26 oct / 23

### PROPUESTA REGULATORIA

Diciembre / 23

### DECISIÓN REGULATORIA

Marzo / 24

PUBLICACIÓN  
ALTERNATIVAS  
REGULATORIAS



Oct 12 / 23



Interacción con los  
agentes



### PREGUNTAS

¿Considera que las alternativas regulatorias planteadas para cada sub temática son pertinentes y adecuadas para cumplir con los objetivos del proyecto?

¿Adicionaría otra alternativa? En caso afirmativo, por favor indicarla y explicarla.

¿Descartaría alguna o varias de las alternativas? En caso afirmativo, explicar las razones de ello.



Interacción con los  
agentes



Se evidenciará en el documento soporte, las restricciones legales, a efectos de documentar y motivar una modificación de orden legal





**¡GRACIAS!**