

ACTUALIZACIÓN DE MEDIDAS DE PARTICIPACIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS TELEVIDENTES, ESPECIALMENTE DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

Documento Soporte

Contenidos Audiovisuales

Diciembre de 2023

— www.crcom.gov.co —

 @CRCCol  /CRCCol  /CRCCol  CRCCOL

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS TELEVIDENTES, ESPECIALMENTE DE LOS NIÑOS NIÑAS Y ADOLESCENTES.....	4
2.1. Marco legal y regulatorio del régimen de medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNYA.	4
2.1.1. Facultades de la CRC en materia de regulación de medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNYA.	4
2.1.2. Antecedentes normativos respecto de las medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNYA.	7
2.1.2.1. Participación del televidente	7
2.1.2.2. Protección de los televidentes y de NNYA	11
2.1.2.3. Medidas en materia de emisión de contenido publicitario	16
3. PROBLEMA IDENTIFICADO	19
3.1. Causas del problema.....	19
3.1.1. Nuevas formas de participación y protección de las audiencias del servicio de TV	19
3.1.2. No existe evidencia de que las normas en esta materia contemplen a plenitud los pilares de mejora regulatoria	21
3.1.3. Generación de nuevos hábitos de consumo de contenido audiovisual.....	23
3.2. Consecuencias del problema.....	26
3.2.1. Protección insuficiente de los derechos de los televidentes, y de los niños, niñas y adolescentes a través de las funciones de vigilancia y control.	26
3.2.2. Baja participación ciudadana derivada de la falta de actualización normativa.....	27
3.2.3. Herramientas limitadas para que los televidentes adopten decisiones informadas en el consumo de contenidos de televisión.	29
4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	29
4.1. Objetivo General.....	29
4.2. Objetivos específicos.....	30
5. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES	30
6. ASPECTOS TÉCNICOS Y ECONÓMICOS	44
7. ALTERNATIVAS DEL PROYECTO REGULATORIO	54
8. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS	70
i. Criterios de evaluación	72
ii. Ponderadores y prueba de consistencia.....	74
9. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS	77
9.1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS EN APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS MULTICRITERIO	77
9.1.1. Temática 1 – Protección de derechos.....	77
9.1.2. Temática 2 – Participación ciudadana	80
9.1.3. Temática 3 – Contenidos publicitarios	90
9.2. TEMÁTICAS POR EVALUAR CON ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN NORMATIVA	93
10. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR.....	98
11. BIBLIOGRAFÍA	98
12. ANEXOS	102

ACTUALIZACIÓN DE MEDIDAS DE PARTICIPACIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS TELEVIDENTES, ESPECIALMENTE DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

1. INTRODUCCIÓN

Como señala la Ley 182 de 1995, complementada por la Ley 335 de 1996 y la Ley 680 de 2001, el servicio público de televisión en Colombia “es un servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea”¹. Dadas estas condiciones, este servicio tiene la capacidad de alcanzar a una audiencia amplia y heterogénea, con diferentes rangos etarios, entre ellos niños, niñas y adolescentes. Esta población en particular es considerada como sujeto de especial protección² que merece una atención particular y medidas específicas para garantizar su bienestar y desarrollo integral. En este contexto, las leyes mencionadas establecen lineamientos para regular el servicio público de televisión en Colombia, reconociendo la importancia de salvaguardar los derechos y la formación de los niños, niñas y adolescentes como espectadores.

Dentro de este marco legal, se busca no solo regular el acceso y contenido de los programas televisivos dirigidos a la población en general, incluyendo niños, niñas y adolescentes, sino también promover valores educativos y culturales que contribuyan a su desarrollo positivo. Es fundamental considerar la diversidad de audiencia, adaptando la programación a diferentes rangos etarios y asegurando que los contenidos sean apropiados y respetuosos de los derechos fundamentales de esta población. El servicio público de televisión en Colombia no solo se concibe como un medio de entretenimiento, sino también como una herramienta que influye en la educación y formación³ de niños, niñas y adolescentes.

Además, es importante tener en cuenta que el servicio público de televisión está directamente relacionado con la opinión pública y la cultura, razón por la cual se debe garantizar la implementación de mecanismos que permitan caracterizar el pluralismo y la diversidad generada a partir del ejercicio de la libertad de expresión. Aunado a lo anterior, es necesario considerar la función de control social ciudadano que los televidentes pueden realizar sobre el contenido audiovisuales por medio de herramientas de participación e interacción entre operadores de este servicio y sus audiencias.

En este sentido, el presente documento contiene el desarrollo del proyecto regulatorio *Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas y Adolescentes* en el marco del proceso de análisis de impacto normativo. Así las cosas, en este documento se realiza una descripción de antecedentes con el propósito de enmarcar el contexto de la

¹ MINTIC. Servicio de Televisión. Consultado el 14 diciembre de 2023. Disponible en: <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Atencion-y-Servicio-a-la-Ciudadania/Preguntas-frecuentes/8527:Servicios-de-Television>

² Constitución Política de Colombia. Artículo 44 y 45. 7 de julio de 1991 (Colombia). Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/>

³ Ley 182 de 1995. “Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran (sic) entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones”. Artículo 2. Diario Oficial No. 41.681 de 20 de enero de 1995. Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0182_1995.html

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 3 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

participación y protección de las audiencias y se presenta la fundamentación de marco legal y regulatorio del régimen establecido en este ámbito.

Posteriormente, el documento presenta el problema identificado, incluyendo las causas y consecuencias con su respectivo análisis de diagrama causal. Así mismo se realiza una descripción de algunas experiencias internacionales en materia de la protección de las audiencias, especialmente de niños, niñas y adolescentes —NNyA—, en relación con los contenidos televisivos que consumen; la promoción de la participación ciudadana en la televisión; y la protección de los derechos de los NNyA al respecto de los contenidos publicitarios. A la luz del problema identificado, el documento también contiene la construcción de alternativas regulatorias, la metodología para evaluar las alternativas planteadas y la descripción de los resultados, incluyendo las medidas evaluadas a través de enfoque de simplificación. Por último, se realiza la invitación participar a los diferentes grupos de interés en la materia atendida por el presente proyecto regulatorio.

2. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL RÉGIMEN DE PROTECCIÓN Y PARTICIPACIÓN DE LOS TELEVIDENTES, ESPECIALMENTE DE LOS NIÑOS NIÑAS Y ADOLESCENTES.

2.1. Marco legal y regulatorio del régimen de medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNyA.

2.1.1. Facultades de la CRC en materia de regulación de medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNyA.

La Constitución Política de Colombia establecía, en la versión inicial de sus artículos 76 y 77, que la regulación en materia de televisión le correspondía a una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio.

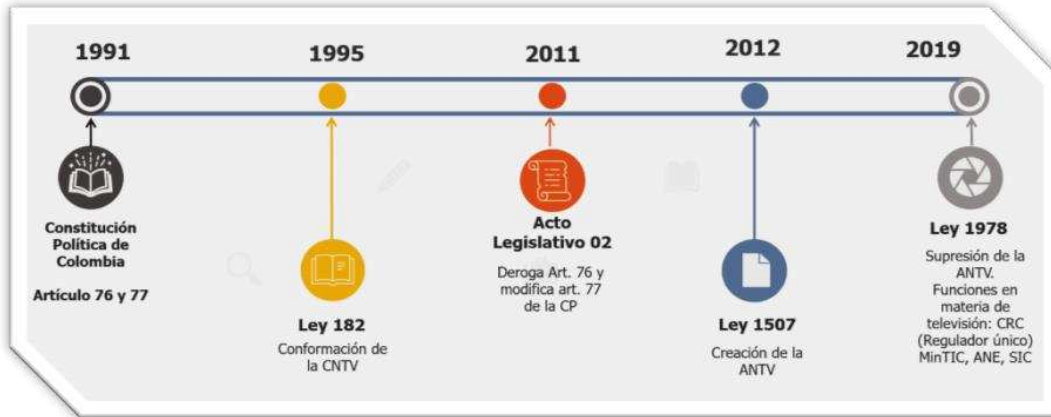
En desarrollo de esta mandato constitucional, el legislador determinó, mediante el artículo 4º —hoy derogado— de la Ley 182 de 1995⁴, que sería la Comisión Nacional de Televisión —CNTV—⁵ la encargada de *"dirigir la política de televisión, desarrollar y ejecutar los planes y programas del Estado en relación con el servicio público de televisión de acuerdo a lo que determine la ley; regular el servicio de televisión, e intervenir, gestionar y controlar el uso del espectro electromagnético utilizado para la prestación de dicho servicio, con el fin de garantizar el pluralismo informativo, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, y evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación, en los términos de la Constitución y la ley"*.

Ilustración 1. Distribución de competencias en televisión desde 1991 a la fecha

⁴ "Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones."

⁵ Entidad Liquidada por disposición de la Ley 1507 de 2012.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 4 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



Fuente: Elaboración CRC

Posteriormente, a través del Acto Legislativo 02 de 2011, se derogó el artículo 76 y se modificó el artículo 77 de la Constitución y, en consecuencia, se dejó en cabeza del legislador la facultad de fijar “la política en materia de televisión”. Haciendo uso de dicha potestad, mediante la expedición de la Ley 1507 de 2012⁶, la CNTV fue liquidada y sus funciones redistribuidas en diferentes entidades, entre ellas la Autoridad Nacional de Televisión —ANTV—⁷, la cual se creó como una “*Agencia Nacional Estatal de Naturaleza Especial, del Orden Nacional, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial, presupuestal y técnica*” e hizo parte del sector de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones.

Así, en ejercicio de sus funciones la CNTV y la ANTV, respectivamente, expidieron diferentes acuerdos y resoluciones de carácter general, en materia de televisión y contenidos audiovisuales, creando múltiples obligaciones en aras de, entre otras cosas, permitir la participación ciudadana en los contenidos de televisión y proteger a los televidentes, incluidos los niños, niñas y adolescentes.

Con la expedición de la Ley 1978 del 25 de julio de 2019, se suprimió y se ordenó la liquidación de la ANTV, por lo que, se redistribuyeron las funciones en materia de televisión entre el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones —MinTIC—, la Comisión de Regulación de Comunicaciones —CRC—, la Agencia Nacional del Espectro —ANE— y la Superintendencia de Industria y Comercio —SIC—⁸. En lo que respecta a la CRC, el mismo compendio estableció que la nueva composición de la Comisión se constituye por dos instancias que sesionan y deciden las materias a su cargo de manera independiente, a saber: Sesión de Comisión de Comunicaciones y Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales; e indicó expresamente cuáles facultades debe ejercer cada una⁹.

Como resultado de lo anterior, la Sesión de Contenidos Audiovisuales es la encargada de ejercer las facultades tanto regulatorias como de inspección vigilancia y control en materia de contenidos audiovisuales, las cuales se encuentran establecidas en los numerales 25, 26, 27, 28 y el 30 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019. De esta manera, el presente proyecto

⁶ “Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones”.

⁷ Entidad Liquidada por disposición de la Ley 1978 de 2019.

⁸ Ley 1978 de 2019, artículo 39.

⁹ Ley 1978 de 2019, artículo 17.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 5 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

regulatorio se desarrolla en el marco de las competencias otorgadas por el legislador a la mencionada Sesión de Comisión, sobre todo, las siguientes¹⁰:

"(...)

25. *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.*
26. *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.*

(...)

28. *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.*

(...)"

Finalmente, resulta necesario traer a colación la reciente providencia de única instancia proferida por la Sección Primera del Consejo de Estado el 16 de marzo de 2023 en la que se estudió la nulidad simple interpuesta por Caracol Televisión S.A. y RCN Televisión S.A. en contra de algunos apartes del Acuerdo 02 de 2011, pero, en particular, del fragmento del artículo 3 que disponía:

"(...) La programación incluye la radiodifusión de cualquier contenido, incluida la publicidad (...)"¹¹

Sobre esto, el Consejo de Estado indicó que:

"(...) no observa la Sala que el Congreso de la República haya dado un trato de similitud a estas dos actividades; por el contrario, las enlista dentro de los aspectos pasibles de regulación de la accionada, evidenciando su naturaleza disímil, tal y como también se puede observar de la potestad prevista en el literal i) del artículo 5 ibidem, cuando indica que la Comisión debe resolver las peticiones, quejas y reclamaciones que surjan a propósito del contenido y calidad de la programación y la publicidad de los servicios de televisión "i. Cumplir las decisiones de las autoridades y resolver las peticiones y quejas de los particulares o de las Ligas de Televidentes legalmente establecidas sobre el contenido y calidad de la programación, la publicidad de los servicios de televisión y, en general, sobre la cumplida prestación del servicio por parte de los operadores, concesionarios de espacios de televisión y los contratistas de televisión regional; Así las cosas, coincide la Sala con el criterio que invocan las demandantes cuando aseveran que del alcance de los anotados preceptos no se deriva un trato de semejanza, lo que supone resolver el problema que plantearon las empresas actoras. (...)"¹²

Es decir, la Alta Corporación consideró que, aunque ambas nociones son parte de la operación del servicio público de televisión, no hay lugar a tratar ambos conceptos como iguales o equivalentes, pues, realmente se denota que el legislador los distingue y estimó que considerarlos como símiles genera una contravención con lo dispuesto en los artículos 5 (literales c) y h) y en el artículo 29 de la Ley 182 de 1995. Por lo que, declaró nulo el aparte del inciso final del artículo 3 del Acuerdo 02 del 30 de junio de 2011.

¹⁰ Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, artículo 22.

¹¹ Sentencia de la Sección Primera del Consejo de Estado, de 16 de marzo de 2023. Expediente No. 11001-03-26-000-2011-00054-00.

¹² Ibidem

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 6 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En virtud de lo anterior, por medio del ejercicio de las mencionadas competencias es que la Sesión de Contenidos Audiovisuales desarrolla el presente proyecto regulatorio, con el cual se pretende analizar el marco regulatorio vigente en materia de participación ciudadana, emisión de contenido publicitario y demás derechos de los televidentes, enfatizando en los NNyA, como grupo de especial protección, respecto del contenido que se transmite mediante el servicio público de televisión.

2.1.2. Antecedentes normativos respecto de las medidas de protección y participación de los televidentes, especialmente de los NNyA.

Con la finalidad de reconocer los antecedentes normativos y contextualizar el panorama legislativo vigente en cuanto a la participación ciudadana y los derechos de los televidentes, incluyendo los NNyA, a continuación, se presenta un recuento del marco normativo vigente que permea cada una de las temáticas objeto de análisis y que se debe tener en consideración en los estudios que efectúe el regulador de contenidos audiovisuales en ejercicio de su facultad regulatoria¹³.

2.1.2.1. Participación del televidente

El preámbulo de la Constitución Política, así como sus artículos 1, 2 y 40, establecen un carácter participativo dentro de nuestro ordenamiento jurídico, que exige al Estado fomentar espacios de participación en los que las personas puedan manifestar sus opiniones y estas, a su vez, sirvan como insumo para la toma de decisiones¹⁴.

Sobre el particular, la Corte Constitucional ha señalado que:

*"Es obligación del Estado promover y fortalecer los mecanismos de participación en los asuntos que son de su interés y especialmente en la prestación de los servicios públicos, mucho más si se trata de la televisión, el cual por sus características tiene capacidad de incidir en el fortalecimiento mismo de la democracia, en la consolidación de los valores que soportan las diversas culturas que lo conforman y en los elementos que configuran nuestra identidad"*¹⁵.

Bajo este entendido, la Ley 182 de 1995 señala que la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, cuya prestación corresponde¹⁶ a las entidades públicas a que se refiere la Ley, a los particulares y comunidades organizadas, en los términos del

¹³ Con este recuento normativo no se pretende señalar que, en desarrollo de este proyecto, se esté contemplando usurpar las potestades del legislador, ni regular aspectos que exceden la competencia de la SCA, sino simplemente hacer referencia al marco normativo vigente en lo que respecta a las temáticas que se abordan.

¹⁴ La participación concebida como un principio (preámbulo, arts. 1 y 2 C.P.), y un derecho (arts. 40 y ss C.P.)

¹⁵ Corte Constitucional. Sentencia C-711 de 1996. Disponible en <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1996/C-711-96.htm>

¹⁶ Si bien el artículo 1 de la Ley 182 de 1995 hace mención a la "concesión", su artículo 35, la misma ley señala que "[s]e entiende por operador la persona jurídica pública o privada, con o sin ánimo de lucro, que utiliza directamente las frecuencias requeridas para la prestación del servicio público de televisión en cualquiera de sus modalidades, sobre un área determinada, en virtud de un título concedido por ministerio de la ley, por un contrato o por una licencia (...)". En este sentido, la Ley 1978 de 2019 mediante su artículo 7, modificó el artículo 10 de la Ley 1341 de 2009 y en el párrafo segundo se establece que "(...) [n]o obstante, los operadores del servicio de televisión abierta radiodifundida establecidos a la fecha de entrada en vigencia de la presente Ley podrán acogerse al régimen de habilitación general, de conformidad con el régimen de transición que la Ley disponga".

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 7 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

artículo 365 de la Constitución Política¹⁷. Técnicamente, es un servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea.

Ese servicio público —señala la misma ley— está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales.

Al respecto la Corte Constitucional ha indicado que:

"La televisión, sobra decirlo, ocupa, un lugar central en el proceso comunicativo social. La libertad de expresión y el derecho a informar y ser informado, en una escala masiva, dependen del soporte que les brinda el medio de comunicación. La opinión pública, no es ajena a las ideas e intereses que se movilizan a través de la televisión. Por consiguiente, el tamaño y la profundidad de la democracia, en cierta medida resultan afectados por la libertad de acceso y el pluralismo que caracterice la televisión y ellas, sin lugar a duda, pueden resentirse cuando el medio se convierte en canal propagandístico de la mayoría política, o más grave aún de los grupos económicos dominantes. En otro campo, la televisión despliega efectos positivos o negativos, según sea su manejo, para la conservación y difusión de las diferentes culturas que convergen en una sociedad compleja. Los efectos de las políticas y regulaciones en esta materia (...) exige[n] (...) que su manejo se guíe en todo momento por el más alto interés público y que ningún sector o grupo por sí solo, así disponga de la mayoría electoral, pueda controlarlo directa o indirectamente".¹⁸

El literal i) del artículo 5 de la Ley 182 de 1995, derogado por la Ley 1978 de 2019, establecía la obligación de la hoy extinta CNTV de resolver las peticiones y quejas de los **particulares**, o de **las ligas de ciudadanos televidentes** legalmente establecidas sobre "(...) el contenido y calidad de la programación, la publicidad y los servicios de la televisión y, en general, sobre la cumplida prestación del servicio por parte de los operadores, concesionarios de espacios de televisión y los contratistas de televisión regional.

Con fundamento en lo anterior, para desarrollar el "*control social ciudadano*", la CNTV determinó que requería implementar estrategias que garantizaran la participación de la teleaudiencia, por lo que le competía a dicha Comisión promover, fomentar y fortalecer su interacción a través de organizaciones debidamente reconocidas que se constituyeran en interlocutoras válidas para dialogar; que desarrollaran actividades y programas en materia de control social del servicio público de televisión, formación del ciudadano televidente, capacitación en televidencia crítica; y, en general, aportaran a la formulación de políticas públicas de televisión.

¹⁷ "Artículo 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional.

Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que, en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita".

¹⁸ Corte Constitucional. Sentencia C- 359 de 2016. Disponible en <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/C-359-16.htm>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 8 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En este sentido, teniendo en cuenta la libertad de asociación establecida en la Constitución Política¹⁹, mediante el Acuerdo CNTV 01 de 2010, la mencionada Comisión reglamentó la participación de las asociaciones de ciudadanos televidentes, ligas de televidentes o de usuarios del servicio público de televisión, como mecanismo de control social para su prestación con independencia de su naturaleza, como un instrumento de participación ciudadana y una estrategia de promoción de los mecanismos de defensa del ciudadano televidente ante la Comisión. En consecuencia, estas operan en representación de la sociedad civil para velar por los derechos de los ciudadanos como televidentes, especialmente los derechos de los niños y de la familia, y actuar en la protección de los derechos de los consumidores como usuarios de televisión, propiciando ejercicios académicos de análisis y seguimiento.

Posteriormente, cuando el legislador creó la ANTV, a través de la Ley 1507 de 2012, le asignó las siguientes funciones: *"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"*²⁰, y *"Reglamentar las veedurías ciudadanas en materia de la prestación del servicio público de televisión, así como la promoción y fomentos de las mismas"*²¹. Sin embargo, durante su vigencia, la ANTV no expidió medida regulatoria alguna en ese sentido.

En todo caso, las entidades mencionadas —CNTV y ANTV— adelantaron diferentes actividades no regulatorias, que buscaban promover la participación ciudadana, tales como las campañas denominadas la "Tele de todos", la "Tele que Queremos", la "Tele de los niños", entre otras.

Ahora bien, no debe perderse de vista que otro mecanismo de participación es el contemplado en el artículo 23 de la Constitución Política, que garantiza expresamente el derecho a todas las personas de presentar Peticiones, Quejas y Recursos —PQR— ante cualquier autoridad pública o privada. Por eso, en este caso particular, podemos encontrar que los usuarios —suscriptores o asociados— pueden radicar ante los operadores de televisión, peticiones, quejas, reclamos, comentarios y observaciones en cualquier tipo de naturaleza jurídica del canal de televisión. En la Tabla 1, se hace referencia a la regulación vigente en materia de participación de los televidentes:

Tabla 1. Regulación vigente en materia de protección de los derechos de los televidentes o su participación.

Alcance de las medidas	Medidas regulatorias vigentes	Síntesis descriptiva de la medidas
Participación del televidente	Sección 1 del Capítulo 3 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016	Estipula las reglas de participación para las asociaciones de ciudadanos de televidentes, ligas de televidentes o usuarios, que pretendan constituirse para promover y facilitar la participación ciudadana.

¹⁹ Artículo 38 de la Constitución Política.

²⁰ Literal n del artículo 6 de la Ley 1507 de 2012.

²¹ Literal o del artículo 6 de la Ley 1507 de 2012.

Televisión abierta	Artículos 15.2.2.4, 15.2.2.5 y 15.6.1.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016	Señalan que cada operador debe contar con mecanismos que faciliten la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos sobre la programación o funcionamiento del concesionario por parte del televidente. Adicionalmente, estos concesionarios deben informar diariamente, en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas, los mecanismos con los que cuenta para la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos, sobre la programación o funcionamiento del concesionario, por parte del televidente.
Televisión Local sin ánimo de Lucro	Artículo 16.1.5.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016	Establece como obligación, entre otras, la de atender las quejas y reclamos de los televidentes por la prestación del servicio o por la programación emitida dando cumplimiento a la normatividad que regula los derechos de petición.
Televisión por Suscripción	Artículos 16.4.5.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016	Establece que debe 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 CRC por el contenido de la programación, tanto de las señales de terceros como de la programación de su canal de producción propia. A la fecha, los operadores del servicio de televisión por suscripción contestan PQR en el marco de vínculos legales o contractuales con los usuarios que contratan el servicio, exceptuando todo lo relacionado con contenidos, franjas, comercialización y publicidad, según la excepción establecida en el parágrafo del Régimen de Protección al Usuario —RPU— de la Resolución CRC 5050 DE 2016.
Televisión Comunitaria	Artículo 16.4.6.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016	Establece que el contenido de las señales que las Comunidades Organizadas distribuyan, independiente de su origen de producción o de su condición de acceso, debe cumplir los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la ley, y en particular, su Canal Comunitario deberá adecuarse a las franjas de audiencia y clasificación de la programación, de acuerdo con la normatividad vigente. La Comunidad Organizada autorizada para prestar el servicio de Televisión Comunitaria será la única responsable por el contenido de la programación que emita.
	Sección 26 del Capítulo II del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016	Las Comunidades Organizadas contestan las PQR para cada uno de sus afiliados, teniendo en cuenta los términos establecidos en la regulación.

Fuente: Elaboración Propia

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 10 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

2.1.2.2. Protección de los televidentes y de NNyA

El artículo 369 de la Constitución Política de Colombia establece la necesidad de un régimen de protección a los usuarios en materia de servicios públicos, y deja en cabeza del legislador, el alcance de los derechos, los deberes, la participación y fiscalización de su prestación.

Así las cosas, y como se afirmó en el acápite anterior, en el marco de los servicios públicos se encuentra la prestación del servicio público de televisión, sobre el cual el legislador ha asignado unos parámetros concretos que no pueden omitirse por parte de los operadores del ecosistema de contenidos audiovisuales.

En efecto, uno de los preceptos que se habían dispuesto eran los contenidos en la Ley 182 de 1995²², en el que se estipulaba la facultad a la CNTV de sancionar a los operadores del servicio público de televisión cuando se evidenciara una conducta que contraviniera los derechos e intereses de los televidentes.

En particular, el artículo 53 de la Ley señalaba que:

*"(...) **ARTICULO 53.** Facultades sancionatorias de la Comisión Nacional de Televisión. La Comisión Nacional de Televisión establecerá 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. La violación de las normas acarreará sanciones a los infractores o a quienes hayan resultado beneficiarios reales de tales infracciones (...)"*

De acuerdo con la decisión citada, se desprende que el legislador en busca de protección de los derechos de los usuarios dispuso de una medida coercitiva para disciplinar a los infractores del régimen de protección.

En igual sentido, y en lo que respeta a medidas sancionatorias para proteger los derechos de los usuarios, encontramos en el Capítulo VI del Acuerdo 11 de 2006²³ expedido por la extinta CNTV, el régimen sancionatorio y de control en el que se establecen ciertas penalidades en las que puede incurrir los concesionarios del servicio de televisión por violar la protección y efectividad de los derechos de suscriptores y usuarios.

Por otro lado, cuando se creó la ANTV, mediante la Ley 1507 de 2012, se dispuso, específicamente en el artículo 2, que uno de los objetivos de la Entidad sería proteger los derechos de los televidentes:

"(...) El objeto de la ANTV es brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión, con el fin de velar por el acceso a la televisión, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, así como evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación, en los términos de la Constitución y la ley. La ANTV será 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 y dirigirá su actividad dentro del marco jurídico, democrático y participativo que garantiza el orden político, económico y social de la Nación (...)". (NSFT)

²² Norma derogada por la Ley 1978 de 2019.

²³ Acuerdo derogado por la Resolución 5111 de 2017.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 11 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Finalmente, en el Capítulo II de la Resolución CRC 6261 de 2021, que —se reitera— compiló las decisiones de las extintas CNTV y ANTV, se evidencian como mecanismos de protección, la sección I denominada “información al televidente”, en la que se amplía la información de la programación que se transmitirá en la televisión, y la sección II “defensa del televidente”, en la que se disponen instrumentos como el espacio del defensor del televidente, avisos sobre la programación o la publicidad, información adicional que se quiera brindar, entre otros, en busca de la defensa de los derechos.

Respecto de la protección de los derechos de los NNyA, a primera vista la normativa que resulta necesaria mencionar es la contenida en la Convención de los Derechos de los Niños²⁴, en la que se establece desde el marco internacional los derechos humanos que deben ser protegidos para todos los menores de 18 años.

De igual forma, se encuentran las normas internas del Estado Colombiano, en particular, la de rango constitucional contemplada en el artículo 44 de la Constitución Política, que señala claramente la prevalencia de los derechos de los NNyA sobre los derechos de los demás.

Igualmente, sobresalen las normas del Código de Infancia y Adolescencia, que regulan la protección de los derechos de los niños, y ciertamente unas prohibiciones que restringen las publicaciones en la televisión, desde el incentivo del consumo de tabaco, sustancias psicoactivas, estupefacientes; la prohibición de la violación, la inducción, el estímulo y el constreñimiento a la prostitución; la explotación sexual, la pornografía hasta cualquier otra conducta que atente contra la libertad, integridad y formación sexual de la persona menor de edad.

Así mismo, esta norma limita las transmisiones o publicaciones que atenten contra la integridad moral, psíquica o física de los menores, que inciten a la violencia, que hagan apología de hechos delictivos o contravenciones, o aquellas que contengan descripciones morbosas o pornográficas.

En la Tabla 2 se sintetiza las temáticas principales sobre las que la normativa actual se ha enfocado a fin de proteger a los televidentes, dentro de los cuales, se insiste, se encuentra la población infantil o adolescente, o que directamente ha sido establecida para garantizar los derechos de esta población en lo que respecta a los contenidos emitidos en televisión, materializando de este modo los fines y principios constitucionales y legales, así como la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Tabla 2. Normativa del servicio de televisión a través de la cual se protegen los derechos de los televidentes y de los NNyA

TEMÁTICA	TELEVISIÓN ABIERTA	TELEVISIÓN CERRADA	
		TELEVISIÓN POR SUSCRIPCIÓN	TELEVISIÓN COMUNITARIA
FRANJAS	Artículo 27 de la 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		

²⁴ UNICEF. (2006). Convención de los Derechos del Niño. Pág. 14. URL: <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>

	<p>Artículo 16.4.1.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Entre las 05:00 y las 22:00 horas la programación debe ser familiar, de adolescentes o infantil.</p> <p>Sólo a partir de las 22:00 horas y hasta las 05:00 horas se podrá presentar programación para adultos.</p>	<p>No hay disposiciones regulatorias en materia de franjas hasta este momento</p>	<p>No hay disposiciones regulatorias en materia de franjas hasta este momento</p>
<p><i>AVISO PREVIO Y ADECUACIÓN DE LA AUDIENCIA</i></p>	<p>Artículo 15.2.1.1. Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Los operadores deberán anteponer a la emisión de sus programas, un aviso que deberá contener, por lo menos el rango de edad apto para ver el programa, contenido violento o sexual, necesidad de compañía de adulto responsable, si el programa cuenta con mecanismos de acceso para la población sorda o hipoacúsica y la clasificación de la población (infantil, adolescentes, familiar o adulto).</p>	<p>Artículo 16.4.9.2 Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Canal de producción propia: deberán anteponer a la emisión de sus programas, un aviso que deberá contener, por lo menos el rango de edad apto para ver el programa, contenido violento o sexual, necesidad de compañía de adulto responsable, si el programa cuenta con mecanismos de acceso para la población sorda o hipoacúsica y la clasificación de la población (infantil, adolescentes, familiar o adulto).</p> <p>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.</p>	<p>Artículo 16.4.6.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>No existe obligación de anuncio previo, sin embargo, el contenido de las señales que las Comunidades Organizadas distribuyan, independiente de su origen de producción o de su condición de acceso, debe cumplir los fines y principios del servicio de televisión establecidos en la ley, y en particular su Canal Comunitario deberá adecuarse a las franjas de audiencia y clasificación de la programación, de acuerdo con la normatividad vigente.</p>

<p><i>APOLOGÍA A LA VIOLENCIA</i></p> <p><i>Para todos los operadores de TV aplica lo dispuesto en el numeral 6° del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</i></p>	<p>Artículo 16.4.1.5 Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>En ninguna franja se podrá mostrar la violencia para hacer apología a ella.</p>	<p>Numeral 6° del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006.</p> <p>Los medios de comunicación, en el ejercicio de su autonomía y demás derechos, deberán abstenerse de realizar transmisiones o publicaciones que atenten contra la integridad moral, psíquica o física de los menores, que inciten a la violencia, que hagan apología de hechos delictivos o contravenciones.</p>	<p>Numeral 11 del Artículo 15.5.2.1 Resolución 5050 de 2016.</p> <p>Se prohíbe la programación de contenido que desconozca las previsiones sobre violencia o que desconozca los fines y principios de la televisión</p>
<p><i>PROGRAMACIÓN VIOLENCIA</i></p> <p><i>Para todos los operadores de TV aplica lo dispuesto en el numeral 6° artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</i></p>	<p>Artículo 16.4.1.4 Resolución CRC 5050 de 2016.</p> <p>En horario apto para toda la familia se podrán transmitir contenidos violentos, pero no podrá ser el tema central del programa o publicidad, ni ser intrínseca a su contenido; a menos que tenga una finalidad claramente pedagógica.</p> <p>En todo caso, no se podrá presentar primeros planos de violencia ni enfatizar en dichas escenas mediante repeticiones sucesivas o cualquier otro medio.</p> <p>Si es tema central o no tiene una finalidad claramente pedagógica, deberá presentarse en programación y franja para adultos.</p>	<p>Artículo 16.4.9.2 Resolución 5050 de 2016</p> <p>Canal de producción propia: En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea la violencia, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso consagrado en el presente artículo.</p> <p>Este aviso deberá realizarse en forma oral y escrita y a una velocidad que permita su lectura.</p>	<p>Numeral 11 del Artículo 15.5.2.1 Resolución 5050 de 2016.</p> <p>Se prohíbe la programación de contenido violencia o que desconozca los fines y principios de la televisión</p>
<p><i>PROGRAMACIÓN SEXO</i></p> <p><i>Para todos los operadores de TV aplica lo dispuesto en el numeral 6° artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</i></p>	<p>Artículo 16.4.1.8 de la Resolución CRC 5050 de 2016.</p> <p>En la programación apta para toda la familia o público, se podrá presentar contenidos sexuales, pero no podrá ser el tema central, ni ser intrínseco a su contenido; a menos que tenga una finalidad claramente pedagógica.</p> <p>No se podrá presentar primeros planos de relaciones sexuales o eróticas ni enfatizar en dichas escenas mediante repeticiones sucesivas o cualquier otro medio.</p> <p>La programación cuyo tema central es el sexo o las relaciones sexuales o eróticas, y que no tenga</p>	<p>Artículo 16.4.9.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Canal de producción propia: En el caso que se trate de programas cuyo tema central sea el sexo, pero tenga una finalidad claramente pedagógica, así se deberá indicar en el aviso consagrado en el presente artículo.</p>	<p>Numeral 10 del Artículo 15.5.2.1 Resolución 5050 de 2016.</p> <p>Se prohíbe la programación que desconozca las previsiones sobre sexo o los fines y principios de la televisión</p>

	una finalidad claramente pedagógica, deberá presentarse siempre en programación y franja para adultos.	Este aviso deberá realizarse en forma oral y escrita y a una velocidad que permita su lectura.	
PORNOGRAFÍA <i>Para todos los operadores de TV aplica lo dispuesto en el numeral 6° artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</i>	Artículo 16.4.1.9 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Se prohíbe la radiodifusión de la pornografía en toda la programación.	Artículo 16.4.5.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Los contenidos especializados en pornografía solo podrán transmitirse cuando el suscriptor acceda a estos programas a través de los sistemas de PPV (pague por ver) y/o VOD (vídeo bajo demanda) o cualquier otro sistema utilizado para restringir o bloquear el acceso a la señal.	Numeral 10 del Artículo 15.5.2.1 Resolución 5050 de 2016. Se prohíbe la programación de contenido pornográfico o que desconozca los fines y principios de la televisión.
IMAGEN DE LOS NNyA <i>Para todos los operadores de TV aplica lo dispuesto en el numeral 8° artículo 47 de la Ley 1098 de 2006</i>	Artículo 16.4.1.6. de la Resolución CRC 5050 de 2016. En ninguna franja se podrá presentar, en programas informativos noticiero y de opinión, niños, niñas y adolescentes infractores, víctimas de delitos o testigos de conductas punibles, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1098 de 2006 o aquella que la modifique, adicione o sustituya.	Artículo 16.4.9.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Canal de producción propia: En ninguna franja u horario se podrán presentar niños, niñas o adolescentes que sean (i) infractores, (ii) víctimas de delitos o (iii) testigos de conductas punibles; en programas informativos, noticieros o programas de opinión, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1098 de 2006, o aquella que modifique, adicione o sustituya.	Numeral 8 del artículo 47 de la Ley 1090 de 2006. Los medios de comunicación deberán abstenerse de entrevistar, dar el nombre, divulgar datos que identifiquen o que puedan conducir a la identificación de niños, niñas y adolescentes que hayan sido víctimas, autores o testigos de hechos delictivos, salvo cuando sea necesario para garantizar el derecho a establecer la identidad del niño o adolescente víctima del delito, o la de su familia si esta fuere desconocida.

<p><i>OBLIGACIÓN DE EMITIR PROGRAMACIÓN INFANTIL O FAMILIAR</i></p>	<p>Artículo 16.4.1.10 de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Los operadores de televisión abierta de cubrimiento regional y local con ánimo de lucro, mínimo 80 horas trimestrales de programación infantil y 45 horas trimestrales de programación adolescente.</p> <p>En los casos en que el operador radiodifunda menos de 24 horas diarias, las obligaciones las horas se contabilizarán proporcionalmente a las horas radiodifundidas.</p>	<p>No se contempla obligación de este tipo</p>	<p>Artículo 16.4.4.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>El operador de televisión local sin ánimo de lucro deberá emitir mínimo 6 horas diarias de programación dentro de las franjas infantil o familiar.</p>
---	---	--	--

Fuente: Elaboración propia

2.1.2.3. Medidas en materia de emisión de contenido publicitario

Sea lo primero indicar que en la Resolución Compilatoria CRC 6383 de 2021 se mantiene la noción de publicidad en el servicio público de televisión definida en el Acuerdo 02 de 1995, de tal manera que el citado normativo dispone lo siguiente:

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

Lo que quiere decir que, aunque en el Acuerdo referido el concepto de publicidad se encontraba dirigido solo para la comercialización de los canales regionales de televisión, hoy en día la definición se acogió para todas las formas de naturaleza jurídica del servicio, aplicando indistintamente para la televisión abierta, cerrada, comunitaria, o por suscripción.

En ese orden de ideas, y, considerando que la publicidad es un mecanismo de persuasión para la audiencia, resultó necesario reglamentar la transmisión de los anuncios comerciales en la televisión en aras de proteger a los televidentes, especialmente a los NNyA.

En un inicio la protección de la audiencia se vio enmarcada en el Acuerdo 02 de 2011, en particular, en el artículo 3 que señalaba:

"(...) Artículo 3. Programación de televisión. Se entiende por programación la radiodifusión consecutiva de material audiovisual a través de un canal de televisión, para lo cual el concesionario determina su horario, ubicación y movimientos dentro de la parrilla. La programación incluye la radiodifusión de cualquier contenido, incluida la publicidad (...)"²⁵.

Lo que quería decir que las normas que se regulaban la programación eran extensivas al contenido de la publicidad, en el entendido de que la publicidad hacía parte de la programación. Es por eso por lo

²⁵ Artículo declarado nulo por la Sentencia de la Sección Primera del Consejo de Estado, de 16 de marzo de 2023. Expediente No. 11001-03-26-000-2011-00054-00.

<p>Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes</p>	<p>Cód. Proyecto: 10000-40-7-1</p>	<p>Página 16 de 172</p>	
	<p>Actualizado: 26/12/2023</p>	<p>Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales</p>	<p>Revisión No. 3</p>
<p>Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022</p>			

que las restricciones de franjas, contenido, ubicación etc, aplicaba también a la transmisión de comerciales.

No obstante, -y como se mencionó anteriormente- la reciente decisión del Consejo de Estado consideró que la publicidad no puede tratarse de la misma manera que la programación, porque esto, a juicio de la Corporación es una clara contravención con lo dispuesto en los artículos 5 (literales c) y h) y en el artículo 29 de la Ley 182 de 1995. Es decir, pese a que ambas nociones hacen parte de la operación y explotación del servicio de televisión, no se puede perder de vista que son distintas.

Así las cosas, la normativa que se encuentra actualmente y que protege íntegramente a los NNyA es la que se ha propuesto en la tabla que se ilustra a continuación:

Tabla 3. Normativa en materia de contenido publicitario a través de la cual se protegen los derechos de los NNyA

TEMÁTICA	MEDIDA REGULATORIA VIGENTE	
<i>PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS</i>	<p>Numeral 7 del artículo 47 de la Ley 1090 de 2006.</p> <p>Abstenerse de transmitir por televisión publicidad de cigarrillos y alcohol en horarios catalogados como franja infantil por el organismo competente.</p>	<p>Artículos 16.5.4.1, 16.5.4.2, 16.5.4.3, 16.5.4.4 y 16.5.4.5 Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Se prohíbe la transmisión de publicidad directa²²</p> <p>Se regula la publicidad promocional²³ entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, <u>y durante la transmisión del evento deportivo o cultural.</u></p> <p>Se regula la publicidad indirecta la cual puede ser emitida entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.</p>
<i>PUBLICIDAD DE CONTENIDO BÉLICO</i>	<p>Artículo 16.4.1.7 de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>En ninguna franja de la programación se podrá anunciar armas de fuego, juegos, juguetes o implementos bélicos.</p>	<p>Artículo 16.4.9.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016.</p> <p>Canal de producción propia: En ninguna franja u horario de la programación se podrán anunciar armas de fuego, juegos, juguetes o implementos bélicos, ni demás artículos que de acuerdo con la legislación vigente tenga restricciones de publicidad.</p> <p>Artículo 15.5.2.1. Numeral 10 de la Resolución CRC 5050 de 2016</p> <p>Distribuir programación que desconozca los fines y principios del servicio de televisión.</p>
<i>PUBLICIDAD DE TABACO Y CIGARILLOS</i>	<p>Ley 1335 de 2009 Artículo 14.</p> <p>Prohibición de publicidad de tabaco. Prohíbe promocionar productos de tabaco en televisión, cine, o cualquier medio de difusión masiva.</p>	<p>Numeral 7 del artículo 47 de la Ley 1090 de 2006.</p> <p>Abstenerse de transmitir por televisión publicidad de cigarrillos y alcohol en horarios catalogados como franja infantil por el organismo competente</p>

<p><i>PUBLICIDAD DE CONTENIDO PORNOGRÁFICO</i></p>	<p>Numeral 4 del Artículo 15.5.1.1 de la Resolución 6261 de 2021.</p> <p>Se prohíbe emitir programación o anuncios de contenido pornográfico o que desconozca las previsiones sobre contenidos de violencia y sexo o los fines y principios del servicio de televisión.</p>
<p><i>PUBLICIDAD DIRIGIDA A NNyA</i></p>	<p>Artículo 2.2.2.33.5 del Decreto 1074 de 2015.</p> <p>Deberá precisarse que el anuncio no hace parte del contenido del programa cuando la publicidad se incorpore en el contenido editorial de una producción nacional emitida en la franja infantil. Para estos casos, la publicidad deberá estar precedida de la leyenda "el presente es un anuncio publicitario que no hace parte del contenido de este programa", la cual deberá anunciarse de viva voz, así como en caracteres visibles en el caso de los programas emitidos en medios audiovisuales.</p>

Fuente: Elaboración propia

3. PROBLEMA IDENTIFICADO



Fuente: Elaboración

3.1. Causas del problema

3.1.1. Nuevas formas de participación y protección de las audiencias del servicio de TV

Debe resaltarse que aunque las teorías principales de la comunicación, basadas en una idea "hipodérmica" de la emisión y recepción de contenidos y mensajes²⁶, sugerían que los televidentes o audiencias consumían contenidos de manera pasiva o estática, el modelo y la forma en que conciben esta recepción han cambiado ante las evidencias de que las audiencias frecuentemente asumen actitudes críticas ante los contenidos que ven y ante los servicios que se los suministran, siendo el principal cambio la manifestación de la necesidad de participación en el servicio²⁷.

Esta forma de consumo ha cambiado dado el volumen y la disponibilidad de la información y la posibilidad de escoger el momento para acceder a contenidos televisivos y audiovisuales desde diferentes pantallas de lo que se desprende que: **(i)** las formas de consumo se amplíen; **(ii)** los consumidores generen su propio contenido²⁸ haciendo uso de las nuevas tecnologías; **(iii)** las

²⁶ CÁCERES, Moisés. (2021). *La comunicación y el modelo de Lasswell, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales*. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19923>

²⁷ PISCITELLI, Alejandro. (2012). *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Madrid: Santillana.

²⁸ GARCÍA-AVILÉS, José Alberto. Roles of audience participation in multiplatform television: From fans and consumers, to collaborators and activists. *Participations* Volumen 9 número 2, noviembre 2012. Pág. 431.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 19 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

audiencias adopten roles de interacción novedosos dentro de los que se pueden mencionar los siguientes: consumidores, jugadores, seguidores, comentaristas, ciudadanos, colaboradores, benefactores y activistas²⁹; y **(iv)** los diferentes operadores de televisión se acerquen a los televidentes no solo desde la implementación de las herramientas convencionales de interacción, sino diseñando, produciendo y programando estrategias para la construcción de los contenidos audiovisuales emitidos, por fuera de las pantallas, como lo son los micrositos web, uso de redes sociales de manera general y experiencias presenciales, con el fin de generar mayor descubrimiento y reconocimiento de la participación diferencial para cada una de las edades³⁰.

Expuesto lo anterior, se tiene que frente a las temáticas que ocupan el presente análisis la CNTV y la ANTV expidieron en su momento diferentes normas que actualmente se encuentran compiladas en la Resolución CRC 5050 de 2016, estas son las siguientes:

- En el caso de participación ciudadana, a CNTV expidió el Acuerdo CNTV 01 de 2010³¹, sin perjuicio de que también adelantó, junto con la ANTV diferentes actividades no regulatorias.
- En relación con la información y defensa del televidente, la Comisión validó que existen diferentes normas que buscan directamente la protección y defensa de los televidentes, específicamente en lo relacionado con los avisos previos, el espacio del defensor del televidente (definición, intensidad, y duración), los mecanismos de atención al televidente y aquellos para la recepción de los comentarios, observaciones y Peticiones, Quejas y Recursos (PQR) en temas diferentes a franjas y contenido de la programación, publicidad y comercialización.

De esta manera se expidieron en su momento los Acuerdos CNTV 02 de 2011 y CNTV 02 de 2012 y las Resoluciones ANTV 026 y 650 de 2018.

De lo anterior se tiene que si bien existen disposiciones que entraron en vigor en 2018, como son las resoluciones ANTV 026³² y 650³³, frente a las cuales, durante su proceso de expedición, la ANTV recibió comentarios del sector y surtió el trámite de abogacía de la competencia, tales situaciones no impiden la revisión por parte de la CRC, en especial tratándose de un sector que experimenta cambios constantes.

Habiendo precisado lo anterior, la CRC evidenció que hay algunas normas en relación con las cuales hace aproximadamente 11 años no se hace ninguna revisión, y otras que no contienen o no consideran

²⁹ Ibid. Pág. 435.

³⁰ Un ejemplo de este tipo de experiencias es la desarrollada por Canal Capital; en su Estrategia de comunicación pública para las ciudadanías infantiles y juveniles de Bogotá región – EUREKA TV. Información sobre esta experiencia está disponible en: <https://www.canalcapital.gov.co/eureka>

³¹ "Por medio del cual se reglamenta la participación de las Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios en el proceso de inspección, vigilancia y control del servicio público de televisión, y se dictan otras disposiciones".

³² La Resolución ANTV 650 de 2018, relacionada con televisión por suscripción no presenta regulación frente a la participación de los televidentes.

³³ Si bien la Resolución ANTV 650 de 2018, relativa a televisión comunitaria, señala que los asociados participan en las decisiones de la comunidad organizada y en la programación, lo cierto es que no hay un mayor desarrollo acerca de los mecanismos de participación.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 20 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

la eficiencia que pueden traer el uso de las TIC, que en algunos casos ya fueron incorporadas a la relación usuario y operador, en lo que respecta a los servicios de comunicaciones³⁴.

Específicamente, en materia de participación ciudadana, la Comisión pudo identificar que, a nivel internacional, recientemente países como Francia, Australia, Canadá y España, adoptaron en su regulación general el uso de algunas herramientas digitales y complementarias como las redes sociales, líneas telefónicas, los mensajes SMS/USSD, y páginas web que permiten a la ciudadanía en general tener la posibilidad obtener de participar con sus comentarios y observaciones en la construcción de los contenidos audiovisuales emitidos y obtener información clave de sus contenidos.

La adopción de este tipo de mecanismos digitales en sus diferentes presentaciones permite incentivar la accesibilidad de toda la población para el uso de las herramientas tecnológicas, contribuyendo con la mejora de la calidad de los contenidos emitidos, y la protección y defensa de los televidentes, entre otras cosas.

Adicionalmente, en el ámbito internacional también se han implementado distintas formas de presentar la clasificación de contenidos audiovisuales, así como los avisos y símbolos que se muestran en la programación audiovisual (condiciones generales, tiempos de presentación, etc.) o en las guías de programación correspondientes. Lo mismo aplica para las medidas normativas asociadas a la protección del televidente, particularmente en temas relacionados con la parrilla de programación y parrilla de canales, sus modificaciones y demás información que se brinda a la audiencia.

3.1.2. No existe evidencia de que las normas en esta materia contemplen a plenitud los pilares de mejora regulatoria

Para poder abordar esta causa del problema debe partirse por señalar que en el año 2012 el Gobierno Nacional inició una revisión elaborada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico -OCDE- sobre los instrumentos, políticas e institucionalidad existentes con el objetivo de contar con un diagnóstico, identificar vacíos y tener recomendaciones que ayudaran a converger hacia las buenas prácticas en materia de mejora regulatoria. La principal conclusión de dicho estudio (OCDE, 2013)³⁵ fue que Colombia contaba con instrumentos encaminados a mejorar la efectividad de la regulación y principalmente a reducir las cargas administrativas de los empresarios, pero carecía de una política y visión de “gobierno completo” en mejora regulatoria.

Como respuesta a esa necesidad identificada, el Departamento Nacional de Planeación -DNP-, junto al Departamento de la Función Pública -DAFP- y la Presidencia de la República, y apoyado por varias entidades reguladoras, dio inicio al desarrollo de la política de mejora normativa. Como primer hito se encuentra la expedición del CONPES 3816 de 2014 “Mejora normativa: análisis de impacto”, documento que plantea la estrategia preparatoria para la adopción plena de una política de mejora normativa.

Considerando lo anterior, en el año 2017, la CRC incorporó la metodología de Análisis de Impacto Normativo —AIN—, la cual busca fortalecer la confianza, transparencia y efectividad en la emisión de normas. Para llevar a cabo la implementación del AIN, la CRC hace una revisión exhaustiva de toda la normatividad asociada al tema a tratar, se ejecuta una evaluación ex ante, se diseña una evaluación

³⁴Comisión de Regulación de Comunicaciones. Resolución No. 3066 DE 2011. Por la cual se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones. Disponible en <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00003066.pdf>

³⁵ DNP. Guía Metodológica de Análisis de Impacto Normativo

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 21 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

ex post y se hace partícipe al sector en todas las etapas críticas de los proyectos de tal manera que se incorporen los comentarios de todos los agentes interesados, por lo que, el AIN es el principal instrumento que tiene la CRC para garantizar que el marco normativo se mantenga vigente y esté a la vanguardia de las necesidades sectoriales y ciudadanas.

En los últimos años, la CRC ha realizado una serie de transformaciones con el fin de que su quehacer regulatorio se adecúe a los constantes cambios que enfrentan los mercados que regula. De esta manera, ha determinado que el enfoque de su actividad regulatoria es, precisamente, la mejora regulatoria, la cual se fundamenta en cuatro pilares: i) la metodología de AIN, ii) la agenda regulatoria, iii) el conocimiento del ecosistema y iv) el enfoque de simplificación normativa.

Figura 1. Enfoque de la Actividad Regulatoria



Fuente: Elaboración CRC

Estos cuatro pilares hacen parte de un sistema cíclico e iterativo, que se proyecta a las facultades regulatorias de la CRC, entre ellas las confiadas a la Sesión de Contenidos Audiovisuales, e incide a su vez en el ejercicio de otras relacionadas con la garantía y protección del pluralismo informativo, la promoción de la participación ciudadana en temas que puedan afectar al televidente y el ejercicio de funciones de vigilancia y control por violación del pluralismo informativo, los derechos de los televidentes, la familia y la infancia.

Así, el AIN es una metodología que permite identificar un problema para, después, plantear una serie de alternativas regulatorias y solucionarlo a través de decisiones regulatorias a las que, posteriormente, se les puede realizar una evaluación de impacto. La guía del quehacer regulatorio de la Entidad, la Agenda Regulatoria, es alimentada, entre otros, por: i) los resultados de la aplicación del AIN, que es una herramienta de publicidad y transparencia que le otorga seguridad jurídica a los sujetos de regulación; ii) el conocimiento del ecosistema, que permite realizar un seguimiento constante de este, permitiendo identificar los constantes cambios que sufre su actividad; y por último, iii) el enfoque de simplificación, que permite expedir regulación más sencilla, que mejore los procesos y disminuya los costos de los agentes económicos regulados. Estos cuatro pilares materializan la mejora regulatoria en la CRC.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 22 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Expuesto lo anterior, ha de tenerse en cuenta que, de una revisión preliminar de las normas que abarcan los derechos de los televidentes, entre estos, de NNyA, y relacionadas con la participación ciudadana en materia de televisión expedidas por la CNTV y la ANTV³⁶, se encontró que, para expedir actos de carácter general, la CNTV y, posteriormente, la ANTV debían cumplir el procedimiento especial para la adopción de acuerdos establecido en el artículo 13 de la Ley 182 de 1995, derogado por el artículo 51 de la Ley 1978 de 2019. Sin embargo, a la fecha no existe evidencia que dichas entidades hayan utilizado metodologías AIN para expedir su regulación, dado estas mejoras empezaron a implementarse en Colombia con posterioridad a la expedición del CONPES 3816 de 2014, y gran parte de las obligaciones que se analizarán en este proyecto, fueron expedidas en años anteriores.

En este sentido, debido a que la CRC, como ya se expuso, adoptó la aplicación del AIN dentro de sus procesos internos de expedición de regulación, es indispensable que, como regulador en materia de televisión y contenidos, aplique la misma metodología a la regulación existente y futura que sobre el particular se expida, más aún si se tiene en cuenta que con la expedición de la Ley 1978 de 2019, la CRC se encuentra obligada a ejercer su función regulatoria con plena observancia de los criterios de mejora normativa "lo que incluye la aplicación de las metodologías pertinentes, entre ellas, el análisis de impacto normativo para la toma de decisiones regulatorias"³⁷.

3.1.3. Generación de nuevos hábitos de consumo de contenido audiovisual

El estudio realizado por la CRC en 2020 sobre los hábitos de consumo de las niñas, niños y adolescentes en Colombia estableció, a partir de un levantamiento cuantitativo complementado con observaciones etnográficas, que la influencia de los adultos en el consumo de televisión en los hogares colombianos es notoria, al respecto el informe ejecutivo del estudio al referirse sobre los hallazgos en las prácticas de mediación parental menciona que: *"en algunos momentos tiende a primar la necesidad de entretenimiento de los adultos, que eligen contenidos de su gusto y los comparten con sus hijos, transfiriéndoles esos gustos. Esto ocurre especialmente en el caso de las telenovelas nacionales."*³⁸.

Adicionalmente en el mismo estudio cuando se indagó por las reglas y condiciones que implementaban los padres o cuidadores en sus hogares, se pudo establecer que "en relación con el control y acompañamiento al consumo de contenidos audiovisuales que tienen sus hijos, se les presentó una serie de opciones relacionadas con las reglas y condiciones para el consumo de contenidos audiovisuales en los hogares. Se encontró que las dos principales reglas que manejan los padres o cuidadores son: establecer horarios de televisión (38%) y no permitir el acceso a contenidos no aptos para menores (38%)."³⁹

Lo anterior evidencia que en las audiencias infantiles la influencia de los adultos en la conformación de sus gustos televisivos es notoria y por otro lado que el tipo de acompañamiento parental que más se presenta en los hogares requiere de una información oportuna y efectiva que le permita tanto a los padres y cuidadores como a los niños, niñas y adolescentes, identificar adecuadamente los horarios y los contenidos aptos para sus edades. A esto se suma que al preguntársele a los padres y cuidadores

³⁶ Obligaciones que fueron compiladas en la Resolución 5050 de 2016 de conformidad con lo expuesto en la Resolución CRC 6261 de 2020.

³⁷ Cfr. Inciso final del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009 modificada por la Ley 1978 de 2019.

³⁸ Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2021). Estudio Infancia y medios audiovisuales; apropiación, usos y actitudes. Página 55. [en línea] Disponible en:

https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20Infancia%20y%20Medios%20Audiovisuales.%20Apropiaci%C3%B3n%20usos%20y%20Actitudes%20-%20Informe%20ejecutivo/15-informe_ejecutivo_estudio_de_infancia_vf.pdf

³⁹ Ibidem.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 23 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

si conocían herramientas o funciones que les permitan controlar los contenidos audiovisuales a los que acceden sus hijos, el 69% manifestó que no. Con lo cual se puede inferir que hay una necesidad de fortalecer los mecanismos de información sobre las características de los contenidos a los que acceden las niñas, niños y adolescentes que les permitan tomar decisiones responsables y pertinentes en aras de proteger sus derechos.

De acuerdo con el estudio sobre OTT realizado por la CRC⁴⁰, el equipamiento de los hogares colombianos empieza a volcarse hacia dispositivos que se pueden vincular a Internet. En particular, el 39% de los hogares cuentan con Smart TV, una cifra superior a la proporción de computadores portátiles donde es de 1 por cada 3 hogares. En otras palabras, un mayor porcentaje de hogares cuenta con televisores que permiten acceder tanto a servicios de televisión radiodifundida, por suscripción o acceder a contenido audiovisual transmitido a través de Internet, lo cual les amplía el espectro de oportunidades de consumo de contenido audiovisual en el hogar. De igual manera, en la en la medición de 2022, tan solo el 20% de los usuarios reportó no tener un smartphone, lo que significa 5% menos respecto a 2021.

Adicional al análisis de equipamiento, el estudio indica que la televisión cerrada es el servicio fijo de mayor cobertura, seguido de cerca del internet fijo. Específicamente, cerca del 58% de los hogares cuentan con el servicio de televisión cerrada, mientras que el 18% lo hace por transmisión aérea⁴¹ y el 17% por TDT. Por su parte, el internet fijo está presente en más de la mitad de los hogares, aproximadamente en el 57%. Dicha penetración del servicio de internet fijo, aunado a la compra de equipos de televisión con conexión a internet, así como de equipos móviles tipo smartphone, permite inferir sobre la capacidad de acceso a servicios audiovisuales transmitidos por streaming o por medio de aplicaciones basadas en internet para un consumo lineal o no lineal.

En términos del consumo de servicios audiovisuales, la televisión abierta tiene su fortaleza en contenidos como las noticias y las novelas, mientras que en la televisión por suscripción, si bien estos tipos de contenidos son los más prevalentes, las películas y los deportes cobran una mayor importancia en términos relativos. En el caso de las aplicaciones de video, las películas y las series son los contenidos más consumidos, mientras que un 30% de los usuarios de servicios OTT no consumen contenidos nacionales a través de estas plataformas. Al profundizar en términos de la intensidad en horas vistas por tipo de acceso a contenido, se encuentra que en promedio el consumo de canales nacionales e internacionales es cercano, particularmente, en el consumo realizado durante los días de semana.

⁴⁰ Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2023). El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2022. [En línea] Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2022>

⁴¹ Se debe tener en cuenta que la fecha para realizar el apagón analógico en Colombia se encuentra suspendida indefinidamente, por tanto, el servicio de transmisión radiodifundida de televisión en Colombia se encuentra vigente, razón por la cual se contempla como una opción en la encuesta aplicada a los hogares. Ver en: Resolución MinTIC 4672 de 2022 "Por la cual se modifica el artículo 8o. y deroga el parágrafo 1o. del artículo 9o. del Acuerdo CNTV 002 de 2012." Disponible en: https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/resolucion_mintic_4672_2022.htm

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 24 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Ilustración 2. Promedio de consumo en horas de contenido audiovisual

	Entre Semana (Promedio Horas)		Fin De semana (Promedio Horas)		TOTAL (Promedio Horas)
	Prom: 2021	Prom: 2019	Prom: 2021	Prom: 2019	Prom: 2021
¿Cuánto tiempo pasó viendo canales nacionales?	7,7	5,8	4,8	4,1	12,4
¿Cuánto tiempo pasó viendo canales latinoamericanos?	5,9		4,1		10,0
¿Cuánto tiempo pasó viendo canales internacionales?	7,8	5,9	5,3	4,3	13,4
¿Cuánto tiempo pasó viendo canales Premium?	5,5	5	5,1	3,7	10,4

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, entre el 2021 y el 2022 la mayoría de las aplicaciones audiovisuales ganaron participación en relación con su penetración en los hogares colombianos. El porcentaje de hogares que no tienen acceso a una aplicación audiovisual se redujo en 6% pasando del 64% al 58% entre el 2021 y el 2022. Este comportamiento indica que en los hogares colombianos se está contando con acceso a múltiples aplicaciones, en comparación con la medición del año anterior; sin desplazar el uso del servicio de televisión abierta o por suscripción. En términos estadísticos, 1 de cada 3 hogares del país tienen acceso a por lo menos una aplicación para consumir contenidos audiovisuales. El 29% de los hogares tiene alguna aplicación audiovisual paga. Netflix logra estar presente en más del 80% de los hogares con este tipo de suscripción.

Ilustración 3. Acceso a alguna de las plataformas/aplicaciones de contenidos audiovisuales



Fuente: Elaboración propia

Es importante tener en cuenta las conclusiones de las pruebas de hipótesis realizadas con los datos recolectados durante los años 2018, 2019, 2021 y 2022. En particular, la relevancia de estas hipótesis radica en la posibilidad de establecer la relación entre los servicios audiovisuales ofrecidos por operadores tradicionales y aquellos servicios ofrecidos por proveedores OTT. En resumen, el estudio concluye a través de la aplicación de modelos econométricos que:

- No hay evidencia que demuestre la existencia de un efecto sustitución puesto que la probabilidad de que hogar esté suscrito al servicio de TV paga premium ofrecido por un operador tradicional no disminuye debido a la utilización del servicio audiovisual ofrecido por un OSP pago.
- La misma prueba es rechazada cuando se realizan las interacciones entre servicio de televisión paga y los servicios audiovisuales ofrecidos proveedores de servicios OTT en general, ya sean de tipo pago básico, premium o de libre acceso.

Tras los análisis del estudio, se rechazó la hipótesis de que existiera de un efecto sustitución de los servicios audiovisuales ofrecidos por proveedores OTT sobre los servicios audiovisuales ofrecidos por proveedores tradicionales; por el contrario, se halló una complementariedad entre estos servicios como alternativas para el acceso a contenido informativo, educativo, de entretenimiento, entre otros, según las preferencias de los usuarios. Sin embargo, es importante tener en cuenta que los usuarios se han provisto con equipos fijos y móviles de tipo inteligente lo cual aumenta sus posibilidades de acceder a contenido audiovisual transmitido por internet, ya sea por plataformas dedicadas a contenido audiovisual o aplicaciones de red social que también proveen contenido audiovisual por streaming.

Todo lo anterior, evidencia la importancia de revisar la regulación existente relacionada con los hábitos de consumo televisivo y la necesidad de fortalecer la protección de las audiencias, sobre todo las infantiles, porque el estudio sobre los servicios OTT de 2022 deja claro que el consumo de televisión no se ha visto afectado por la entrada de otros tipos de oferta de contenidos audiovisuales como las OTT y porque según el estudio de Infancia y medios audiovisuales tanto los padres y cuidadores, como los niños, niñas y adolescentes requieren de mecanismos que les ofrezcan información efectiva y pertinente acerca de si los contenidos a los que pueden acceder son aptos o no para sus edades.

3.2. Consecuencias del problema

3.2.1. Protección insuficiente de los derechos de los televidentes, y de los niños, niñas y adolescentes a través de las funciones de vigilancia y control.

Esta Comisión tiene la competencia de hacer seguimiento y control de los contenidos transmitidos en el servicio público de televisión, mediante de la función de vigilancia y control consignada en los numerales 27 y 30 del artículo 22 de la Ley 1978 de 2019, las cuales, se refieren a a) 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, y b) 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.

Dicha función, que también encuentra sustento en lo establecido en el artículo 39 de la misma Ley 1978, respecto a las funciones de inspección, vigilancia y control en materia de contenidos⁴² depende de la regulación que se haya expedido para este servicio, pues, la facultad sancionatoria de la administración es concedida siempre que se existan normas previamente establecidas.

⁴² Comisión de Regulación de Comunicaciones. Modelo de vigilancia y control en materia de contenidos. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/10000-38-4-2/Propuestas/documento-criterios.pdf>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 26 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Hecha esta salvedad, es importante precisar que la protección de los televidentes a través de la función de vigilancia y control resulta inoperante si la normativa sobre la cual recae esta función refleja necesidades de los grupos de valor, pues, la garantía de una efectiva vigilancia y control se circunscribe intrínsecamente en el alcance de las normas vigentes.

De modo que, para que la de vigilancia y control proporcione seguridad jurídica en el ejercicio de su función, es decir, que cumpla con la protección de los NNyA, y de los televidentes, es indispensable que se apoye en normas actualizadas y estas desarrollen con suficiencia los fines y principios del servicio público de televisión.

3.2.2. Baja participación ciudadana derivada de la falta de actualización normativa.

Durante el año 2022, la CRC desarrolló un estudio, a través del el Contrato No. 91 de 2022 con el Centro Nacional de Consultoría —CNC—, que buscó ahondar en los niveles de “comprensión” y “análisis” que tienen los usuarios de los servicios de televisión acerca del marco normativo que garantiza su participación, la información que se les brinda y las medidas previstas para la protección y defensa de sus derechos⁴³.

En este sentido, por medio del estudio se evaluó la relevancia de fortalecer los mecanismos de participación de los televidentes en relación con los contenidos de televisión y el nivel de respuesta de los operadores a sus observaciones y comentarios. Se recopiló información por medio de una encuesta aplicada a 1602 hogares en 45 municipios del país, por medio de la cual se indaga sobre el nivel de satisfacción de los televidentes con los contenidos, así como su conocimiento y uso de los mecanismos de participación disponibles.

Con el propósito de obtener información relevante que permitiera obtener una contextualización de los mecanismos de participación se realizó una aproximación a partir de las motivaciones que pueden promover a los televidentes a usar dichos mecanismos y así enfocarse en aquellos que presentan la necesidad acercarse a los diferentes operadores de servicios de televisión para expresar sus observaciones.

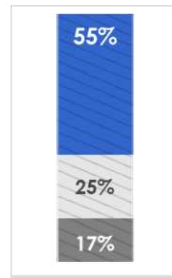
⁴³ CRC. Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente. [Documento en línea] Junio de 2023 Disponible en: <https://cocom.gov.co/es/biblioteca-virtual/documento-conclusiones-actualizacion-normativa-en-materia-contenidos>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 27 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Ilustración 4. Satisfacción contenidos emitidos a través del servicio de televisión

1. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los contenidos emitidos a través del servicio de televisión?

T2B: [5] Muy satisfecho + [4] Satisfecho Media: [3] Ni satisfecho, ni insatisfecho B2B: [2] Insatisfecho + [1] Muy insatisfecho



Base: Encuestados que calificaron [1-5] 1.543

Fuente: Elaboración CNC

Así las cosas, el 55% de los encuestados manifestó estar satisfecho con los contenidos emitidos, el 25% se mostró indiferente y alrededor del 17% expresó insatisfacción. Un 3% no respondió. Al profundizar en el grupo que se encontró insatisfecho sobre el contenido, el 79% de los estos respondió tener una actitud pasiva, optando por no actuar o reaccionar buscando desarrollar una participación efectiva. En particular de este 79%, un 45% no mostraba interés en hacer nada, un 17% seguía viendo el contenido y otro 17% no hacía nada porque estaba indiferente frente a los contenidos recibidos. Por otro lado, el 21% respondió tener una actitud activa, realizando acciones como presentar quejas, viendo menos el canal o expresando sus opiniones a través de redes sociales.

En cuanto al conocimiento de los mecanismos de participación, el 63% de los encuestados los manifestó desconocerlos. El 37% restante por el contrario respondió que los conocía. Haciendo una discriminación de este porcentaje, el 25% conocía los mecanismos para presentar quejas, el 19% conocía al defensor del televidente y el 1% conocía ligas y asociaciones, se debe tener en cuenta que en algunos casos los televidentes manifestaron conocer más de una opción de participación.

Por otro lado, al indagar sobre a quien acude el televidente cuando necesitaban presentar una solicitud se encontró que el 42% acudía al operador del servicio de televisión, el 27% se dirigía directamente al canal, el 23% dejaba comentarios en redes sociales y un 1% contactaba a un productor o persona vinculada al contenido, así mismo se encontró que la existencia de un contrato o afiliación no dificultaba en su mayoría la presentación de quejas o solicitudes. Solo el 9% había experimentado dificultades en este sentido.

Así mismo, de aquellos que habían presentado solicitudes o comentarios, el 64% afirmaba tener respuestas satisfactorias. En general, un 53% de quienes presentaron recursos no percibió ninguna acción por parte del canal u operador, y el 29% desconocía las acciones tomadas. Ahora, en términos de nuevos mecanismos de participación un 5% de los encuestados había enviado contenido para su transmisión, y se mencionaron las acciones tomadas por parte del canal con relación a estos envíos.

A través de los resultados obtenidos mediante esta encuesta se evidencia "la percepción de los televidentes respecto de las acciones realizadas en el canal de televisión u operador después de presentar algún tipo de comentario, solicitud o queja sobre el contenido, puesto que un 53% de

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 28 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

quienes presentaron este tipo de recursos respondió que el canal u operador no hizo nada, y un 29% señaló desconocer las acciones que se tomaron.”⁴⁴

De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que cuando el contenido no es del agrado de los televidentes, la mayoría de estos presentan una actitud pasiva, ya que deciden no presentar solicitudes o utilizar mecanismos de participación, mientras que una quinta parte de los encuestados tiene una disposición activa. Lo anterior puede ser un resultado endógeno dado que existe un alto desconocimiento de los mecanismos de participación, lo que a su vez podría estar correlacionado con una baja participación de los televidentes generada por el desinterés que se derivaría de la ausencia de mecanismos adicionales para la protección y participación del televidente de acuerdo con las nuevas herramientas de participación que se han desarrollado con el adelanto de la tecnología.

3.2.3. Herramientas limitadas para que los televidentes adopten decisiones informadas en el consumo de contenidos de televisión.

De acuerdo con el informe final de resultados del Estudio de la percepción sobre los mecanismos de participación y derechos del televidente en Colombia realizado por el Centro Nacional de Consultoría para la CRC en 2022, un porcentaje importante (48%) de los encuestados manifestó que su decisión de ver o no un programa de televisión es afectada por la información o clasificación del contenido y un 70% de los encuestados, expresó que es necesario acceder a información acerca del tipo y características del contenido audiovisual antes o durante su emisión.

Adicionalmente, un 53% de los encuestados manifestó no conocer o utilizar canales alternativos para conocer la información sobre las características de los contenidos audiovisuales que se transmiten. Por lo tanto, el mencionado estudio establece que no hay un conocimiento generalizado de los mecanismos para acceder a las características del tipo de contenido televisivo que se emite. Sumándose a esto, al hacer un análisis de los resultados por estrato socioeconómico se identificó que hay una mayor concentración de los estratos 1 y 2 que no le prestan atención o no se enteran de las características del contenido televisivo que consumen.

Sobre este particular, al hacer una revisión de la implementación de normas sobre el uso de símbolos visuales como iconos de calificación en otros países es evidente su aplicación en varios países de Latinoamérica como Argentina, Perú, Chile y México, como países miembros de la Unión Europea.

De ahí, que se evidencie como necesario revisar las normas existentes para fortalecer la efectividad de los mecanismos de difusión de la información sobre los programas de televisión. Al respecto una de las conclusiones del estudio es que, al ser el aviso previo a la emisión de los programas -la única herramienta para informarse del contenido-, se identifica como importante la implementación de símbolos durante la emisión de los contenidos audiovisuales, de tal manera que no afecte la visualización, porque no se perciben como restrictivos, y un 65% consideró que era necesario.

4. OBJETIVOS DEL PROYECTO

4.1. Objetivo General

⁴⁴ Ibidem. Página 37

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 29 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Revisar y actualizar bajo el enfoque de simplificación normativa, y dentro del marco de competencias de la Sesión de Contenidos Audiovisuales, la regulación que garantiza la participación ciudadana y la protección, promoción y difusión de los derechos de NNYA en el servicio público de televisión.

4.2. Objetivos específicos

- Identificar las obligaciones regulatorias vigentes que garantizan la participación ciudadana y la protección, promoción y difusión de los derechos de NNYA en TV.
- Realizar un análisis y diagnóstico de las obligaciones identificadas en contraste con las evidencias de las tendencias internacionales en estas temáticas.
- Evaluar las alternativas derivadas del análisis de las experiencias internacionales y de la información recolectada por la CRC, por medio de la implementación de las metodologías de impacto normativo.
- Adicionar, modificar o derogar, con enfoque de simplificación, las obligaciones regulatorias relacionadas con la participación ciudadana y la protección, promoción y difusión de los derechos de NNYA en TV.



5. EXPERIENCIAS INTERNACIONALES


En esta sección, se ofrece una descripción de algunas experiencias internacionales que se utilizan como referencia regulatoria para cada uno de los tres énfasis temáticos contemplados en la propuesta normativa. Estos énfasis incluyen: i) la protección de las audiencias, especialmente de niños, niñas y adolescentes (NNyA), en relación con los contenidos televisivos que consumen; ii) la promoción de la participación ciudadana en la televisión; y iii) la protección de los derechos de los NNyA al respecto de los contenidos publicitarios.

5.1. Protección de NNyA en los contenidos televisivos

En relación con la protección de los niños, niñas y adolescentes en la televisión inicialmente se presenta la siguiente Tabla 4 que resume las normas que han implementado los organismos reguladores de diferentes países y comunidades autónomas, en función del uso del aviso previo o símbolos como herramientas de información para la protección de las audiencias. A través de la selección de los países y comunidades autónomas se realizó un énfasis en aquellos que cuenten con un servicio público de televisión ampliamente desarrollado de tal manera que garantice la priorización del análisis de buenas en la adopción e implementación de las herramientas para la protección de audiencias antes mencionada.

Tabla 4. Uso de aviso previo o símbolo como herramienta de información para la protección de las audiencias

País	Aviso previo	Símbolo	Frecuencia ícono	TV Cerrada
 Alemania	X	X	En TV abierta durante toda la emisión	
 Argentina	X		De manera previa a la difusión de flashes o avances informativos, contenidos noticiosos o de alto impacto en horarios no reservados para el público adulto.	X

	Australia	X	X	En TV abierta, aviso antes de iniciar. Símbolo después de cada corte y en autopromociones	X
	Brasil	X	X		
	Canadá	X		Símbolo al inicio del programa y a la segunda hora (para programas largos)	X
	Corea S.		X		
	España			Inicio y luego del corte. Para todo público durante todo el programa.	
	Estados Unidos		X	Símbolo al inicio del programa y opcional luego de cada corte.	X
	Israel	X	X	Símbolo de edades	
	Italia		X	Color bajo el logo del canal durante todo el programa	X
	Francia	X	X	Durante toda la duración del programa	X
	México	X	X	Inicio y mitad de cada programa	
	Perú	X	X	Inicio del programa y una vez en el resto	
	Andalucía		X	Indicativo visual que habrá de mantenerse a lo largo de todo el programa, independientemente de la calificación de edad.	X
	Cataluña	X		Señal acústica de 1 segundo al inicio y cada vez que se interrumpa por publicidad	X
	Chile	X	X	Advertencia visual y acústica, el fin del horario de protección y el inicio del espacio en que pueden exhibir programación destinada a público adulto.	X

Fuente: Elaboración propi CRC

En términos generales, se evidencia que en la 11 de los 16 países y comunidades autónomas se ha implementado el aviso previo como mecanismo de protección a audiencias. Adicional a esta herramienta, se observa que 12 de estos países o regiones incluyen símbolos visuales durante la emisión de los programas televisivos que tienen la finalidad de advertir sobre las edades aptas para el consumo adecuado de los contenidos, teniendo en cuenta que la manera de consumir televisión tiene como práctica cotidiana el denominado "canaleo" (zapping), el cual genera que el consumo de los contenidos no se realice desde el inicio de su emisión y por lo tanto no se tenga información sobre las edades aptas para su consumo, ni de las características que pueden ser no aptas sobre todo para menores de edad. En los casos de Cataluña y Chile, además de la advertencia visual, se incluye una sonora.

Estos símbolos varían en su aparición durante los contenidos, en la mayoría de los casos revisados se presentan con intermitencia, apareciendo por ejemplo luego de los cortes a comerciales, usualmente en alguna de las esquinas de la pantalla, entre 10 y 30 segundos. En algunos países se incluyen durante toda la emisión del contenido como en Francia, Italia o España, específicamente en la comunidad de Andalucía.

Una de las aplicaciones del símbolo visual es la que tiene Estados Unidos en la que este debe aparecer de manera obligatoria al inicio del programa y opcional luego de cada corte. Esta posibilidad de otorgarle a los operadores la opción de decidir si se incluye o no este tipo de advertencias durante la emisión de los contenidos da cuenta de la implementación de una regulación blanda que propone una corregulación con los operadores. Por último, es importante resaltar que en la mayoría de los países que hicieron

parte de esta revisión de experiencias internacionales estas medidas se aplican para televisión abierta y cerrada.

5.2. Participación ciudadana en la televisión

Para la descripción de la revisión internacional sobre la regulación y las experiencias relacionadas con la participación ciudadana en la televisión se tendrán en cuenta las siguientes líneas conceptuales: i) la normativa y los planteamientos establecidos en otros países acerca de la figura del defensor del televidente o sus similares; ii) las herramientas y espacios ofrecidos a la ciudadanía para presentar propuestas, preguntas o reclamos tanto a los operadores como a los organismos destinados a la protección y participación de las audiencias; iii) las acciones y proyectos que algunos organismos reguladores han implementado para fomentar la alfabetización mediática e informacional (AMI), entendiéndola como una herramienta clave para el empoderamiento y la participación efectiva de las audiencias; y, por último, iv) un resumen de experiencias de participación ciudadana generadas desde los operadores, teniendo en cuenta los distintos roles que asumen actualmente las audiencias en relación con los contenidos que consumen.

Estas cuatro líneas conceptuales permiten identificar los referentes internacionales que aportan a una contextualización pertinente para el énfasis temático de la participación ciudadana en la televisión. A continuación, se hace una breve descripción de los puntos más relevantes en varios países de Europa, América y uno asiático, con el objetivo de realizar un análisis que involucre diferentes perspectivas.

5.2.1. Unión Europea

La Unión Europea cuenta con la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo (en adelante la "Directiva"), modificada por la Directiva (UE) 2018/1808⁴⁵, a través de la cual se busca lograr la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual.

El Capítulo IX de la Directiva prevé el derecho de réplica en la radiodifusión televisiva y en el artículo 28 se establece que cualquier persona cuyos derechos (en particular en relación con su honor y su reputación) hayan sido afectados por una afirmación errónea realizada en un programa de televisión, deberá poder disponer de un derecho de réplica o de medidas equivalentes; en este sentido Estados miembros velarán por que el ejercicio efectivo del derecho de réplica o de medidas equivalentes no se vea obstaculizado por la imposición de plazos o condiciones irrazonables.

El artículo 47 de la Directiva establece que los Estados miembros deben promover y tomar medidas para el desarrollo de la alfabetización mediática; señalando que "*se debe promover el desarrollo de la alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad y seguirse de cerca sus avances.*"

5.2.2. España

La Ley General de Comunicación Audiovisual (Ley 13/2022)⁴⁶, busca equilibrar las condiciones regulatorias a las que están sometidos todos los prestadores, reforzando la protección de los menores y los espectadores en general y en todos los servicios.

⁴⁵ Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2010-80642>

⁴⁶ Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 32 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

De otra parte, establece que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual facilitarán información suficiente a los espectadores sobre los contenidos audiovisuales. A tal efecto, que los prestadores utilizarán un sistema de descriptores acordado mediante medidas de autorregulación, garantizando su utilidad en cualquier dispositivo. Adicionalmente, señala que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal o a petición, están obligados a que los contenidos emitidos dispongan de una calificación por edades, visible en pantalla mediante indicativo visual.

Determina que los campos de los descriptores se complementarán de tal forma que las Guías Electrónicas de Programas, previstas en la normativa correspondiente, y/o los equipos receptores muestren la información relativa al contenido de los programas.

En relación con la posibilidad de presentar quejas, reclamos o sugerencias en el Artículo 107 la ley establece que *"la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia será el punto de contacto a disposición del público, para facilitar información y recibir quejas sobre las cuestiones de accesibilidad que afecten a los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal reguladas en el presente Capítulo."*⁴⁷

Adicionalmente, la mencionada ley establece en el numeral 1 del artículo 10 Alfabetización mediática que, *"la autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones, asociaciones, colegios y sindicatos profesionales del ámbito de la comunicación y el periodismo, adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados."*

Por último, en el numeral 5 del mismo artículo se establece que la autoridad audiovisual competente del ámbito estatal elaborará un informe cada tres años sobre las medidas impulsadas por los operadores del servicio de comunicación audiovisual relacionadas con el desarrollo de capacidades de alfabetización mediática en la sociedad y su eficacia. Lo cual evidencia un interés por parte del regulador en integrar a los operadores de los servicios audiovisuales en el fomento de estas capacidades en la ciudadanía.

5.2.3. Francia

Existe la figura de "Le Médiateur des programmes" de "France Télévisions", el cual funge como intermediario entre el público y los canales de televisión. Entre otras cosas, revisa y evalúa las observaciones, comentarios y quejas de los televidentes sobre un programa emitido, bajo una figura imparcial⁴⁸. Dichas interacciones son realizadas a través de una plataforma web, la cual ha tenido diferentes actualizaciones desde su lanzamiento en el año 2011.

Los mediadores son nombrados por el presidente de "France Télévisions" por un periodo de tres años y puestos bajo su responsabilidad directa. Además, son independientes y no ejercen ninguna responsabilidad editorial. No participan de manera previa en la elaboración de los programas, sino que su actuación tiene lugar una vez ha sido emitido el contenido y cuando los televidentes presentan la

⁴⁷ Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>

⁴⁸ Tomado de http://mediateur.francetv.fr/emissions/le-mediateur-des-programmes/role/la-mediation-des-programmes_166388.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 33 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

solicitud respectiva, para de esta manera decidir si dan seguimiento o no a la queja u observación presentada⁴⁹.

De otra parte, hay un pictograma asociado a cada categoría de programa según la franja de edad a la que está dirigida el contenido. Dicho pictograma se presenta en pantalla durante toda la duración del programa⁵⁰. Adicionalmente, la señalética de protección a los menores rige sobre todos los canales de televisión (abierta, cerrada, y satélite) y sobre todo tipo de programas excepto los noticieros. Cada canal puede construir su propio comité de clasificación.

Esta señalética no aplica para los noticieros, pues en estos el presentador debe advertir claramente al público cada vez que vayan a presentarse imágenes “delicadas” o particularmente dramáticas. Los videoclips que puedan herir la sensibilidad de los menores deben ser emitidos después de las 22 horas.

5.2.4. Países Bajos

Cuenta con una figura del defensor del televidente (NPO Ombudsman) con respecto a los medios públicos, la cual es independiente e imparcial, y se encarga de revisar las quejas relacionadas con contenidos periodísticos. Sin perjuicio de lo anterior, en primer lugar, el televidente debe dirigirse a la estación o al editor del contenido emitido cuando considere que no se actuó de acuerdo con las disposiciones establecidas en el código periodístico. Adicionalmente, la audiencia también puede acudir a esta figura cuando la respuesta presentada por el prestador del servicio no satisface las necesidades presentadas por el solicitante.⁵¹

Como se mencionó, una particularidad de esta figura es que no tiene competencia frente a los contenidos en general, sino únicamente aquellos contenidos periodísticos de radio, televisión o internet, que se encuadran en los géneros informativos, de actualidad, deportivos, informativos y educativos.⁵²

5.2.5. Italia

La norma italiana sobre la señalética de información brindada a los televidentes impone obligaciones que pueden ser desarrolladas de manera distinta e independiente por cada operador de las distintas modalidades de transmisión de la televisión (abierta, cerrada y satélite). Al igual que en otros países europeos y que en Canadá y Estados Unidos, para las modalidades de TDT, cable y satélite, esta clasificación se encuentra registrada en las guías de programación, las cuales, a su vez, están vinculadas a sistemas tecnológicos de control parental que permiten que los padres bloqueen un canal o programa específico con base en dicha clasificación. En la estación pública RAI⁵³, desde 2010, la clasificación se representa durante toda la emisión del programa con una línea de color (verde, rojo o amarillo, según el grado de prevención) debajo del logo del canal.

⁴⁹ Tomado de: <https://www.francetelevisions.fr/et-vous/aide-et-contact/les-mediateurs>.

⁵⁰ Tomado de <https://www.csa.fr/Proteger/Protection-de-la-jeunesse-et-des-mineurs/La-signalétique-jeunesse>

⁵¹ Tomado de <https://ombudsman.npo.nl/complaints-procedure>

⁵² Tomado de: <https://ombudsman.npo.nl/over-de-ombudsman/wat-doet-de-ombudsman>

⁵³ Tomado de “El Contrato de Servicios RAI se refiere a la actividad que realiza la empresa concesionaria con la finalidad de llevar a cabo el servicio público de radio, televisión y multimedia y, en particular, la oferta difundida a través de las distintas plataformas, en todas sus modalidades, la realización de contenidos editoriales, la prestación de servicios tecnológicos para la producción y transmisión de la señal en técnica analógica y digital, la preparación y gestión de sistemas de control y monitorización.” – Disponible en: <https://www.rai.it/trasparenza/La-governance-di-Rai-3c2bc9d8-6b88-43d5-ba24-a49ed6b6fa7e.html>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 34 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

5.2.6. Argentina

Cuenta con una Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual⁵⁴, que en el marco de sus funciones es competente para recibir y direccionar las consultas, reclamos y denuncias del público en general, de los cuales lleva un registro, teniendo la facultad para actuar de oficio a nivel judicial y extrajudicial. También cuenta con la posibilidad de convocar a la audiencia y a diferentes organizaciones para generar espacios de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación, así como para evaluar su funcionamiento, proponer modificaciones a las normas establecidas y formular recomendaciones públicas a las autoridades competentes.

Esta entidad se manifiesta por medio de recomendaciones públicas al agente correspondiente o a través de "presentaciones administrativas o judiciales", en las cuales ordena ajustar determinado comportamiento al ordenamiento jurídico en cuanto se aparten de él.

Respecto a la información al televidente sobre clasificación, en el país los canales deben mostrar un anuncio que marca el inicio y el final del horario "apto para todo público". Dentro de ese horario, solo antes de los noticieros debe aparecer el anuncio "Atención: Contenido no apto para niños, niñas y adolescentes". Al inicio de los programas que no sean aptos para todo público se debe anunciar la clasificación respectiva indicada por la ley.

5.2.7. México

Si bien en México existen los defensores de audiencias (defensor del auditorio), dicha figura ha sido establecida en virtud del régimen de autorregulación de cada concesionario, pues, de acuerdo con el artículo 259 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)⁵⁵, la figura y actuación del defensor se sujeta únicamente al código de ética, el cual se establece en el artículo 256 sin mayor profundidad al respecto.

El artículo 261 de la LFTR establece que el defensor de la audiencia deberá atender las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos o programación. Para ello, los radioescuchas o televidentes podrán dirigir sus peticiones por escrito, identificándose con sus datos básicos en un plazo no superior a siete (7) días hábiles siguientes a la emisión del programa objeto de consulta. Posteriormente, el defensor deberá dar respuesta a la comunicación del radioescucha o televidente en un plazo máximo de veinte (20) días hábiles siguientes, aportando las respuestas recibidas y la respectiva explicación según corresponda. Para la situación en que se requiera alguna recomendación o propuesta de acción correctiva por parte del operador, existe una obligación de difundir forma clara y precisa el ajuste dentro de un plazo de veinticuatro horas, a través de la página electrónica determinada para este procedimiento.

Dentro de la LFTR se establecen derechos y deberes de las audiencias; en este sentido, la legislación mexicana señala que: "*Los Prestadores de Servicios deben hacer del conocimiento del público la clasificación y, en su caso, advertir sobre los contenidos que resulten no aptos para el público infantil, de conformidad con los presentes lineamientos*"⁵⁶.

⁵⁴ Artículo 19 de la Ley 26522 de 2009. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26522-158649>

⁵⁵ Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

⁵⁶ Tomado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5471923&fecha=15/02/2017

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 35 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Los prestadores de servicios deben presentar en pantalla, al inicio y a la mitad de cada programa emitido, el título y la clasificación correspondiente con una duración mínima de 15 segundos. Las características técnicas y audiovisuales para tal presentación serán determinadas y notificadas por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y de común acuerdo con los Prestadores de Servicios para su debida aplicación.

El título del programa al que se refiere el párrafo anterior deberá coincidir con aquel que, en su caso, el prestador de servicios hubiere señalado en la solicitud de clasificación correspondiente.

5.2.8. Brasil

Cuenta con la figura del “Ouvidor”, circunscrita a medios públicos de la “Empresa Brasil de Comunicação” (EBC), de acuerdo con el artículo 20 de la Ley N° 11.652 de 2008⁵⁷, quien es el responsable de revisar a nivel interno el cumplimiento de los principios y objetivos de la programación difundida por tales medios. Así mismo, se encarga de revisar las quejas presentadas por las audiencias y pronunciarse respecto a estas.

El Ouvidor es elegido por un período de dos años, con posibilidad de una reelección. Se encarga de enviar un boletín interno diario a la Dirección Ejecutiva con observaciones sobre la programación emitida el día anterior, así como de elaborar 15 minutos de programación semanal para divulgar el resultado de sus análisis acerca de la programación y presentar informes bimensuales acerca del desempeño de la EBC.

Ahora bien, el sistema de símbolos de Brasil rige para la televisión en las modalidades abierta y cerrada, y consiste en la aparición del número correspondiente a la edad recomendada en un recuadro de color distintivo. Al inicio del programa debe darse la información completa (aviso), y el símbolo debe aparecer al inicio de cada bloque (después de comerciales)⁵⁸. Adicional a ello, después de cada corte se debe mostrar la clasificación resumida (símbolo). En la TV por suscripción, la información de clasificación debe estar disponible todo el tiempo (puede ser en la guía de programación) y el ícono correspondiente puede aparecer durante la emisión del programa.

5.2.9. Chile

El Consejo Nacional de Televisión de Chile publica un informe analítico anual de quejas y reclamos presentados por los televidentes, tanto para la modalidad de TV abierta como para TV cerrada, denominado Balance Estadístico de Denuncias Ciudadanas⁵⁹. Estas denuncias están centralizadas en el portal web <https://siac.cntv.cl/> donde pueden ser consultadas y donde el Regulador dispone estadísticas, análisis e informes respecto a dichas denuncias.

5.2.10. Canadá

En Canadá, los televidentes tienen diferentes opciones a la hora de dar a conocer su opinión con relación al servicio. En primer lugar, pueden contactarse directamente con el canal correspondiente o

⁵⁷ Disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm

⁵⁸ Tomado de <https://legado.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/guia-pratico/guia-pratico.pdf>

⁵⁹ Tomado de <https://cntv.cl/wp-content/uploads/2023/04/Balance-Denuncias-Ciudadanas-2022.pdf>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 36 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

su proveedor del servicio de televisión. Posteriormente pueden comunicarse con la autoridad denominada "Canadian Radio-television and Telecommunications Commission" (CRTC)⁶⁰.

La CRTC no ejerce ningún tipo de censura, pero existen estándares que resultan aplicables al contenido de la programación y los prestadores de los servicios deben cumplir con ellos. Así mismo, existen diferentes agentes a los que se redirigen las quejas dependiendo de la temática, como el "CBS Ombudsman", en caso de que la queja se trate sobre noticias o situaciones de actualidad, o el "Canadian Broadcast Standards Council" (CBSC), en los casos en los que la queja se relacione con algún asociado de ella. Finalmente, en caso de tratarse de contenido publicitario, la queja se remite a "Advertising Standards Canada" (ASC)⁶¹.

Adicionalmente, en este país existe una organización independiente llamada "Commission for Complaints for Telecom-television Services" (CCTS)⁶², la cual proporciona ayuda a los usuarios en relación con sus quejas sobre el servicio prestado. Esta organización fue creada en 2007 por orden del gobierno de Canadá, con el fin de contar con una entidad independiente con fondos de la industria para resolver quejas de usuarios y pequeños negocios, y aplica los códigos expedidos por la CRTC a los procedimientos a su cargo⁶³. Sin embargo, la CCTS no se encarga de aquellas quejas relacionadas con el contenido de la programación⁶⁴.

Por su parte, la "Broadcasting act" establece que los medios deben, a través de su programación y oportunidades de empleo, atender a las necesidades, intereses y aspiraciones de hombres, mujeres y niños en igualdad de derechos, dado el carácter multicultural y multirracial de la sociedad canadiense.

Ahora bien, los miembros del Consejo Canadiense de Normas de Radiodifusión Autorregulado (que no incluye a la CBC⁶⁵, aunque sigue utilizando esas advertencias) están obligados a emitir un descargo de responsabilidad al principio del programa y al final de cada pausa comercial, avisando al espectador a su discreción (esos descargos de responsabilidad solo son necesarios durante la primera hora si se emite después de las 21.00 horas)⁶⁶. El símbolo debe aparecer en los primeros 15 segundos de emisión del programa y, para los programas que duren más de una hora, debe ser repetido al inicio de la segunda hora.

5.2.11. Estados Unidos

El sistema de clasificación en Estados Unidos se basa en la participación voluntaria de los operadores de televisión, tanto en la modalidad abierta como por suscripción. La mayoría de los operadores muestran el símbolo indicativo en pantalla luego de cada corte comercial, y otros solo al inicio del programa.

5.2.12. Perú

⁶⁰ Tomado de https://crtc.gc.ca/eng/info_sht/g8.htm

⁶¹ *Ibíd.*

⁶² Tomado de <https://www.ccts-cprst.ca/about-ccts/mandate/tv-mandate/>

⁶³ Tomado de: <https://www.ccts-cprst.ca/about-ccts/overview/a-short-history/>

⁶⁴ Tomado de: <https://www.ccts-cprst.ca/codes-stats-and-reports/television-service-provider-code/>

⁶⁵ Por sus siglas en inglés, Canadian Broadcasting Corporation. En español, Corporación Canadiense de Radiodifusión. [en línea] Disponible <https://www.cbc.ca/>

⁶⁶ Tomado de <https://www.cbcs.ca/codes/cab-violence-code/>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 37 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Existe un sistema base y varios operadores lo han enriquecido o adaptado, por lo que al final conviven varios sistemas de símbolos. El símbolo y la advertencia deben aparecer previamente al inicio del programa y por lo menos una vez durante el resto de la emisión. Solo rige para TV radiodifundida.

5.2.13. Reino Unido

Su regulador, "Office of Communications" (OFCOM)⁶⁷, ha establecido un código de contenidos audiovisuales específico denominado "Broadcasting Code", que disminuye en lo posible los riesgos asociados a la interpretación. Dentro de su sección séptima ("Fairness"), el código incluye la posibilidad de permitir la participación de aquellas personas que puedan resultar afectadas por la transmisión de un programa de no ficción antes de su transmisión⁶⁸. Así mismo, también se debe permitir la participación de aquellos sujetos a los que se les realicen acusaciones para que tengan un espacio oportuno y apropiado para responder, de acuerdo con el numeral 7.11 del código.

En este mismo sentido, señala que cuando se invita a alguien para contribuir en la realización de un programa, se le deben precisar diferentes elementos como la naturaleza y el propósito del programa, el tipo de contribución a realizar, los temas que se van a tratar, así como los posibles riesgos de su participación, entre otros⁶⁹.

Adicionalmente, la audiencia puede presentar quejas ante OFCOM en relación con los programas que vieron o en los que participaron, subtítulos, lenguaje de señas o descripción de audio (sistemas de acceso), entre otros, para lo cual se disponen los enlaces correspondientes directamente en la página de la autoridad.

5.2.14. Australia

El símbolo de clasificación representa la letra inicial de la clasificación y una forma geométrica distintiva, con un respectivo color para cada una. Está definido en tamaño y debe mostrarse en pantalla por lo menos 3 segundos inmediatamente después del inicio del programa, luego de cada corte comercial y en las autopromociones⁷⁰. Para la TV por suscripción rige un código similar, pero con algunas variaciones. El símbolo solo debe aparecer para programas clasificados a partir de PG (Parental Guidance), y únicamente al inicio de estos. Sin embargo, debe desplegarse tanto al inicio del programa como en las guías de programación.

5.2.15. Corea del Sur

Los iconos de clasificación pueden ser transparentes y pueden colocarse en la esquina superior izquierda o superior derecha de la pantalla. El icono tiene un tamaño de al menos 1/20 de la pantalla, y tiene escritura negra sobre un círculo amarillo con un contorno blanco. Estos iconos se muestran durante 30 segundos cuando el programa se inicia, y se muestran de nuevo cada 10 minutos, y cuando el programa se reanuda después de las pausas comerciales. Hay programas en los que el símbolo debe estar visible durante toda su duración.

⁶⁷ Office of Communications Act 2002. [En línea] Disponible en: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/11/contents/enacted>

⁶⁸ "Broadcasting Code" numeral 7.9, [En línea] Disponible en: <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

⁶⁹ Ibid. Numeral 7.3.

⁷⁰ Tomado de <https://www.abc.net.au/edpols/associated-standard-on-tv-program-classification/13637634>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 38 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

5.3. Experiencias de participación ciudadana en la televisión

Para finalizar la revisión internacional de las normas, experiencias y prácticas que buscan garantizar y fomentar la participación ciudadana en los contenidos televisivos, a continuación se presentan algunas tipologías de participación propuestas por uno de los estudios e investigaciones que han indagado sobre las prácticas y espacios de participación ciudadana que actualmente se implementan en diferentes canales de televisión alrededor del mundo y que se han configurado como un mecanismo para generar conexión e interactividad con las audiencias.

Estas estrategias de participación se reconocen como una adaptación de los operadores del servicio de televisión al ecosistema mediático actual, que ofrece diversas maneras de interacción e interlocución con las audiencias. De ahí que en muchos países, incluido Colombia, los canales de televisión diseñan actividades para que las audiencias puedan compartir, comentar o criticar los programas, pero además, se puedan involucrar en el diseño, producción o distribución de los contenidos.

Teniendo como base la investigación denominada "Dimensiones y tipología de las actividades de participación de la audiencia en la televisión pública"⁷¹, a continuación, se dan a conocer algunas de las treinta tipologías que este estudio reconoce.

Colaboración. Los canales de televisión buscan la vinculación de las audiencias en la producción de los contenidos. Un ejemplo reconocido fue El proyecto Video Nation de la BBC en 2002. A lo largo de un año, Video Nation ofrecía la posibilidad de que los espectadores se representaran a sí mismos y sus vidas cotidianas.

Comentarios. Es indudable como las redes sociales se han convertido en un medidor de las audiencias y por lo tanto son una herramienta indispensable para los canales de televisión, porque tienen una retroalimentación constante e inmediata. Además, se han configurado en un puente entre las pantallas de televisión y las páginas web de los operadores. También el usuario de redes sociales puede valorar los contenidos del canal y anima a su entorno para que vea lo que coincide con sus gustos. Por ejemplo, en las páginas web de algunos canales de televisión (EITB, TV3), los usuarios pueden comentar las noticias.

Comunidad. Algunos canales de televisión tratan de fomentar el sentido de pertenencia a un club de espectadores y usuarios, uno de los ejemplos más relevantes fue el Club Súper de la Televisión de Cataluña que conformó un club de niños, niñas y adolescentes que se convirtieron en el centro de una estrategia transmedia que fue referente a nivel europeo y latinoamericano por mucho tiempo. Los foros, chats y blogs son herramientas de participación y simbolizan la idea de comunidad de espectadores de los programas y del canal. De este modo, se generan grupos de usuarios geográficamente dispersos que establecen relaciones y se comunican entre sí.

Co-producción. Se trata de colaboraciones de algún tipo entre un equipo de producción del canal y las audiencias, con la finalidad de elaborar contenidos que abastecen un programa. Actualmente existen en diferentes países propuestas de este tipo sobre todo en los noticieros o programas de opinión, que incluyen secciones donde se emiten contenidos realizados por los ciudadanos. Un ejemplo relevante que vinculó de manera integral las herramientas digitales fue la experiencia de la Australian

⁷¹ Disponible en: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/71549/16821321009.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 39 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Broadcasting Corporation (ABC) que lanzó una estrategia denominada Youdecide, un proyecto de participación ciudadana basado en el uso de la web durante una campaña electoral en ese país.

Encuentro con las audiencias. Un ejemplo es el espacio que abre cada año el Canal Once de México denominado “Encuentros con el Televidente” en el que propicia que los televidentes a través de diferentes vías den a conocer las críticas, opiniones y necesidades de la audiencia sobre la programación.

Envío de mensajes. Un ejemplo lo tiene la televisión pública de Letonia que emite el programa SeMS, dirigido a público juvenil. Los televidentes envían mensajes de texto con sus opiniones sobre los temas tratados en el programa o abordar cualquier tema que les interese. El programa busca educar a los jóvenes, moderando sus comentarios o censurando los inapropiados. Generando debates que continúan en el portal web del canal.

Financiación. Tal vez el ejemplo más representativo es el canal público norteamericano Public Broadcasting Service (PBS), que solicita a los espectadores donaciones para producir y emitir sus contenidos. Se apela a las audiencias argumentando que para que exista ese tipo de espacios informativos, culturales y de interés público, como alternativa a la televisión comercial, resulta necesario que los ciudadanos colaboren económicamente.

Injerencia Editorial. Uno de los ejemplos latinoamericanos más relevante es el del canal infantil Paka Paka de Argentina, que tiene un consejo editorial compuesto por un grupo de niños y niñas que proponen temáticas, enfoques y situaciones que consideran interesantes, para convertirse en contenidos televisivos. Este tipo de propuestas se han replicado en otros países de la región como el canal infantil de Chile TVN y en Colombia en el Canal Eureka TV.

Movilización. El objetivo es brindar herramientas para que los televidentes se involucren en campañas con fines sociales. Un ejemplo, fue Action Network de la BBC, que proporcionaba consejos y herramientas a quienes querían lanzar una campaña de apoyo a una causa social. Los usuarios utilizaban una base de datos de la BBC para almacenar documentos y comunicarse.

Todas estas tipologías de participación hacen parte de una gran variedad de posibilidades que ahora implementan los operadores del servicio de televisión con diferentes énfasis y objetivos y se configuran como mecanismos de participación ciudadana que pueden y deben ser fomentados.

5.4. Protección de la infancia en los contenidos de publicidad

En línea con lo señalado hasta el momento, conviene ahora estudiar la normatividad internacional relacionada con la protección de los niños, niñas y adolescentes en las operaciones comerciales del servicio público de televisión en lo que respecta a los contenidos publicitarios.

Por consiguiente, se describirá en este acápite artículos de ley, normas regulatorias y criterios orientadores que entidades regulatorias de diferentes países de América y Europa han implementado para garantizar una adecuada protección y garantía de los derechos de las NNyA reconociéndolos como ciudadanos que acceden al servicio público de televisión para informarse, divertirse, y hacer efectivos sus derechos.

5.4.1. Argentina

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 40 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Se han adoptado leyes que regulan los derechos de la infancia y adolescencia en materia de publicidad. Por un lado, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual con la que se pretende fortalecer la protección de los y las menores de edad mediante parámetros como un buen uso del idioma en la publicidad dirigida a NNyA, y, con ciertas prohibiciones a los anuncios para que no contengan alguna clase de discriminación, de engaños,⁷² de consumo de tabaco⁷³, incentivos al consumo del alcohol, imagen de los menores consumiendo bebidas alcohólicas⁷⁴, o cometiendo crímenes y contravenciones⁷⁵.

Por otra parte, se encuentra la Ley 27,642 de 2021 – Ley de Promoción de la Alimentación Saludable en la que se establece que la publicidad, promoción, y patrocinio de alimentos envasados y bebidas no alcohólicas, que contengan al menos un sello de advertencia, no pueden estar dirigidos a menores de edad.

5.4.2. México

Existen directrices respecto a la publicidad del alcohol, de la que se deriva que los anuncios solo pueden estar dirigidos a los adultos, ser transmitidos después de las 11 p.m., y no promover su consumo excesivo. De igual forma, se prohíbe el comercial de productos de tabaco en cualquier medio de comunicación⁷⁶.

Adicionalmente, existen unas directrices nutricionales en las que la publicidad de la comida alta en grasa, sodio o azúcar es prohibida en la semana durante las horas de la tarde y los fines de semana en el horario de 7:00 a.m. a 7:30 p.m.⁷⁷.

5.4.3. Chile

Al respecto, se establecen algunas prohibiciones en materia de publicidad, tales como promocionar cualquier producto de tabaco, transmitir en programas en vivo a personas fumando durante el horario en que los NNyA miran televisión, esto es entre las 6 a.m. y 10 p.m.⁷⁸, y la venta de cigarrillos electrónicos a menores de edad.⁷⁹

Por otro lado, regula aspectos nutricionales, como la prohibición de la publicidad de productos etiquetados como capaces de reemplazar la leche materna⁸⁰ y sobre la etiqueta de los productos altos

⁷² Artículo 81 literal G, H, I de la Ley 26.522 de 2009. "Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual." Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷³ Ley 24788 de 1997. "Publicidad del tabaco". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁴ La Ley 24,788 de 1997. "Ley Nacional de Lucha Contra el Alcoholismo". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁵ Ley 20,056 de 1972. "Ley de Publicidad de Hechos referidos a Menores de Edad". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁶ Artículo 23 "Ley General de Control de Tabaco". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁷ NOM-051-SCFI/SSA1-2010. "Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁸ Ley 19419. "Regula Actividades Relacionadas con el Tabaco". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁷⁹ Proyecto de ley 367 de 2019. "Proyecto de ley que prohíbe la venta de cigarrillos electrónicos a menores de edad". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁸⁰ Ley 20869. "Ley de Publicidad de los Alimentos". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 41 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

en azúcar sodio y grasa. En ésta se establece que la publicidad de los productos que se realice en medios de comunicación masiva deberá llevar un mensaje, el cual promueva hábitos de vida saludables.⁸¹

5.3.4 Perú

La Ley 30021 de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas, y adolescentes, establece que cualquier comercial que publicite comida o bebidas no alcohólicas y se dirijan a menores de 16 años se ajuste a las políticas gubernamentales para la promoción de la salud. De igual forma, dispone que las declaraciones y terminología referidas a nutrición, y salud, deben estar soportadas en evidencia científica⁸².

En cuanto a la regulación de bebidas alcohólicas y tabaco, la ley señala que la publicidad de productos de tabaco está prohibida en la televisión y en la radio. Por su parte, los anuncios de bebidas alcohólicas no pueden inducir al consumo de alcohol a los menores de 18 años⁸³,

5.3.5 Estados Unidos

Según la Ley 1914 de la Comisión Federal de Comercio se desprende que este órgano tiene amplia autoridad para regular las prácticas engañosas y desleales en publicidad y marketing. En efecto, cuando la publicidad o el marketing están dirigidos a niños, niñas y adolescentes, esta Comisión Federal realiza las consideraciones que sean necesarias desde el punto de vista de un menor de edad común y corriente.

En lo referente a la publicidad de alcohol, no se encuentran normas dirigidas exclusivamente a menores de edad, en este país se aplica un sistema de buenas prácticas, en las que existen guías voluntarias para los miembros del Instituto de cerveza, Instituto de vinos, y el Consejo de bebidas destiladas.

Frente a la publicidad de productos de tabaco, la Comisión Federal de Comercio prohibió los comerciales de cigarrillos, cigarrillos, y tabacos en cualquier medio de comunicación electrónica⁸⁴.

5.3.6 Brasil

El Código Brasileño de Autorregulación Publicitaria establece en lo relativo a la publicidad de bebidas alcohólicas, que éstas se podrán difundir hasta las 9:00 p.m. De igual modo, restringe la representación de los niños, niñas y adolescentes en este tipo de comerciales, disponiendo que los actores deberán tener al menos 25 años. En igual sentido, determina que los mensajes deberán estar dirigidos exclusivamente al público adulto sin usar un lenguaje o expresiones dirigidos a niños, niñas o adolescentes, y establece que este tipo de comerciales deben sólo aparecer en programas dirigidos en horario para adultos.

⁸¹ Ley 20606. "Sobre composición nutricional de los alimentos y su publicidad". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁸³ Artículo 8 de la Ley 28681. "Publicidad del alcohol". Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

⁸⁴ Ley 1914 de la Comisión Federal de Comercio. Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 42 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Asimismo, en los mensajes publicitarios no se deberá representar a niños, niñas y adolescentes en situaciones incompatibles con su condición, como en situaciones ilegales, peligrosas o socialmente reprobables.

Por otro lado, conviene resaltar una decisión jurisprudencial que se dio en el año 2020, la cual, determinó por parte de la Corte Suprema de Brasil que una ley estatal no infringe la Constitución federal al establecer restricciones específicas en la publicidad de comidas y bebidas altas en grasa, azúcar y sodio en primaria y secundaria⁸⁵.

Frente a la publicidad de productos de tabaco, la Ley 9294 de 1996 y la Ley 12546 de 2011 prohíben cualquier comercial de este tipo de productos. En este país se prevé que en el caso que algunos eventos culturales y deportivos sean patrocinados por compañías de tabaco, se debe incluir un mensaje acerca del peligro de fumar cada 15 minutos.

5.3.7 Quebec

La Ley de Protección del Consumidor establece como regla general que la publicidad dirigida a los menores de 13 años es prohibida en todos los medios, excepto cuando el anuncio sea en revistas infantiles o cuando sea para anunciar un evento de entretenimiento para los y las menores de edad.

5.3.8 Canadá

La posición es adoptar buenas prácticas a través de la autorregulación, la cual es respaldada por la industria y el gobierno. No obstante, hay ciertos requisitos que se establecen en aras de proteger los derechos de los NNyA, como, por ejemplo, que las emisoras canadienses deben cumplir el Código de Difusión para Publicidad dirigida a la Niñez (Código Infantil) como condición para obtener la licencia de CRTC.

En dicho código se contempla que los comerciales no se pueden repetir más de una vez en un programa infantil de media hora, que se permiten cuatro minutos de comerciales en un programa infantil de media hora, y que la publicidad no debe instar a los NNyA a comprar, ni instarlos a pedir a sus padres.

En lo relativo a la publicidad de alcohol y tabaco, el marco normativo prescribe una serie de prohibiciones que señalan:

1. No puede dirigirse la publicidad de alcohol a los menores de edad o intentar que el producto sea atractivo para ellos.
2. Emitir la imagen de consumo excesivo de alcohol.
3. Aumentar el porcentaje de alcohol en las bebidas.
4. Promover el consumo en las personas que no toman alcohol.
5. No se puede publicitar productos de tabaco en cualquier medio, con algunas excepciones.









Una apreciación adicional, es que en diciembre de 2019 Facebook e Instagram prohibieron que se promocionaran productos de tabaco, vaping y las armas a través de los influenciadores.

⁸⁵ Consejo Nacional de Autorregulación en Publicidad (CONAR). Tomado del estudio de Cullen International "tv advertising restrictions to protect public health or minors" 2023.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 43 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En la Tabla 5 se presenta un resumen de las medidas adoptadas por cada uno de los países antes analizados, indicando si dicha medida es regulatoria o no regulatoria.

Tabla 5. Regulación de la publicidad en productos

País	Alcohol	Tabaco	Publicidad de alimentos altos en azúcar, sodio y grasa.	Regulación	Autorregulación
 Argentina	Si	Si	Si	Si	No
 México	Si	Si	Si	Si	No
 Chile	Si	Si	Si	Si	No
 Perú	Si	Si	Si	Si	No
 EE. UU.	No	Si	No	Si	Si
 Brasil	Si	Si	Si	Si	Si
 Quebec	Si	Si	No	Si	No
 Canadá	Si	Si	No	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con este análisis, la tendencia de los países consiste en la adopción de una ley para regular la publicidad del consumo del alcohol, de tabaco y de alimentos para la protección de los NNyA, en particular aquellos que se encuentran con alto de grado de azúcar, sodio y grasa. En efecto, en algunos casos, el Estado regula a través de normas muy amplias, pero en otros como se pudo ver, establecen mediante un listado de prohibiciones qué comerciales o anuncios no están permitidos para su transmisión en la televisión.

6. ASPECTOS TÉCNICOS Y ECONÓMICOS

6.1. Aspectos técnicos

El servicio de televisión presenta una alta penetración en Latinoamérica (ver Ilustración 5 e Ilustración 6), dando luces sobre la relevancia de este servicio dentro del consumo de contenido audiovisual. La televisión abierta actualmente llega prácticamente a todos los hogares de la región, y se proyecta que su grado de penetración permanecerá estable en los próximos años, con niveles por encima del 96% en países como Colombia, México, Chile y Brasil⁸⁶.

⁸⁶ GlobalData. Country Intelligence Report. Disponible en: <https://www.globaldata.com/store/report/colombia-telecom-operators-market-analysis/>

Ilustración 5. Penetración en los hogares del servicio de televisión abierta en América Latina (%)

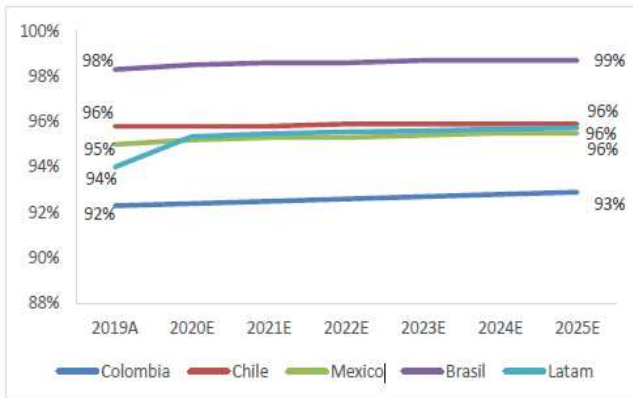
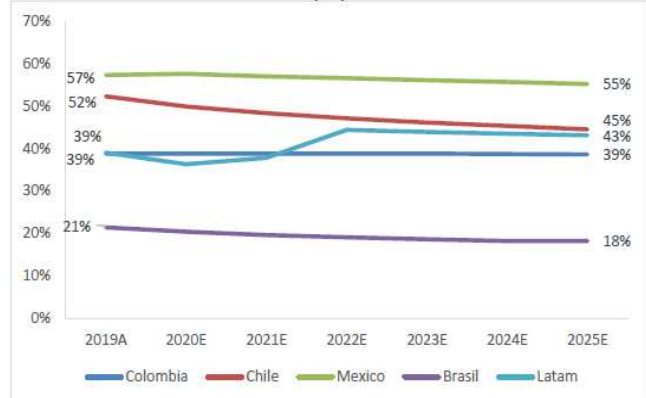


Ilustración 6. Penetración en hogares del servicio de televisión por suscripción en América Latina (%)



Fuente: Global Data

Por su parte, en los países señalados, la televisión por suscripción muestra una leve tendencia decreciente para los próximos dos años, no obstante, no lo suficiente como para reducir el nivel de penetración promedio de la región, que fue de 39% en 2019 y alcanzaría un 43% en 2025, según proyecciones de Global Data. Lo anterior da cuenta de la importancia y, sobre todo, la influencia que tiene la televisión en los hogares de América Latina.

Para Colombia, como reveló el estudio OTT publicado en 2023 por la CRC⁸⁷, la televisión sigue siendo el servicio con mayor presencia en los hogares colombianos con un 84% y la de la TV por suscripción alcanza el 57% de los hogares, mientras el mercado de las OTT por suscripción llega en 2022 al 42% de los hogares. Esta realidad permite constatar que la TV lineal sigue siendo el medio audiovisual de mayor importancia en el país y que, por tanto, el cumplimiento de los fines y principios del servicio sigue siendo prioridad para el Estado y para la ciudadanía.

En múltiples ocasiones se ha señalado que la televisión es un servicio de innegable importancia para la consolidación de la cultura nacional, la opinión pública, el desarrollo social y económico de Colombia⁸⁸. Su importancia está consignada en la Ley 182 de 1995, que la cataloga como un servicio público y, por lo mismo, establece que este responde a la finalidad social del Estado de promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local. Este servicio está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisual.

Sin embargo, el servicio de televisión se ha venido transformando en las últimas décadas de la mano del salto tecnológico⁸⁹. Esto ha permitido mejorar la cobertura y accesibilidad del servicio, ampliar la

⁸⁷ CRC. (Marzo 31, 2023) El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2022. [en línea] Disponible en: https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/Infografia_de_resultados_Residencial_2022.pdf

⁸⁸ AREVALO, Julián, & HERRERA, Juan Pablo. Dos modelos para el análisis de la industria de televisión en Colombia. Cuadernos de Economía, 23(41), 2004, págs. 143-170.

⁸⁹ CRC. Estudio de la industria de contenidos audiovisuales: producción, agregación y difusión de contenidos en televisión abierta, cerrada y en plataformas de video por suscripción bajo demanda (SVOD). 2020. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20consultor-Industria_Contentidos-Dic2020.pdf.

oferta de contenidos, mejorar la calidad de los formatos de transmisión y consolidar un entorno más competitivo en favor de los usuarios, televidentes y sus intereses.

En este nuevo entorno los operadores del servicio de televisión encuentran nuevas oportunidades, retos y responsabilidades de cara a su estrategia comercial, así como en su relacionamiento con los televidentes y audiencia. Como consecuencia de este cambio estructural, las grandes compañías han dirigido buena parte de su inversión tanto a la creación de plataformas digitales, como a la generación de contenidos originales con altos niveles de adopción entre sus usuarios, apuntándole así a varios de los eslabones de la cadena de valor⁹⁰. En suma, se puede observar que el servicio de televisión se encuentra atado tanto al desarrollo tecnológico como a las dinámicas del mercado que reflejan las necesidades y preferencias de la población.

6.2. Aspectos económicos

6.2.1. Ejercicio Experimental sobre la percepción de símbolos de advertencia sobre el contenido audiovisual.

El desarrollo de un ejercicio experimental que ofreciera información pertinente sobre la incidencia en Colombia, de las experiencias internacionales relacionadas con la implementación de símbolos de advertencia adicionales al aviso previo que actualmente se emite justo antes del inicio de todos los contenidos televisivos, permitió contar con información para fortalecer el proceso de análisis de alternativas regulatorias consideradas en el presente proyecto normativo.

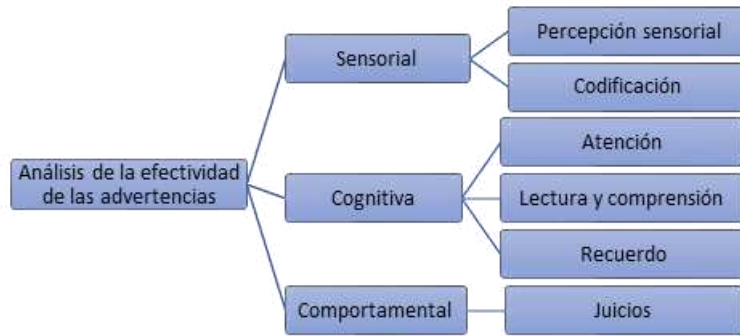
Este ejercicio de recolección de información utilizó un método experimental y descriptivo, que buscó caracterizar y analizar la experiencia de consumo televisivo, a partir de la apropiación e interpretación desde el punto de vista de los televidentes, teniendo como punto de partida sus percepciones y formas de asimilación. Para este estudio se propuso un muestreo no probabilístico, pues se buscó representar adecuadamente los grupos etarios con mayor grado de pertinencia, es decir, padres, madres, cuidadores y menores de edad.

Para la recolección de información se diseñó un instrumento semiestructurado de acuerdo con tres niveles de apropiación de los contenidos audiovisuales (sensorial, cognitivo y comportamental), que permitieron evaluar la efectividad de los símbolos de advertencia. La estructura conceptual del instrumento se describe en la siguiente ilustración.

Ilustración 7. Estructura Conceptual del ejercicio Experimental

⁹⁰ Ibid.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 46 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			



Fuente: Elaboración Propia CRC

La muestra estuvo conformada por niños, niñas y adolescentes entre los 8 y los 17 años y por padres, madres y cuidadores. En total fueron 706 participantes de 7 ciudades (Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Buenaventura, Cartagena, Medellín y Villavicencio).

En la práctica, el ejercicio experimental consistió en sesiones de visualización de tres contenidos televisivos con una propuesta de advertencia sobre sus características diferente para cada uno. El primer contenido correspondía a la alternativa relacionada con el statu quo y por lo tanto ese contenido estaba acompañado del aviso previo que actualmente aparece inmediatamente antes de la emisión de cualquier contenido en televisión abierta. El segundo contenido no incluía aviso previo, pero sí incluía durante su emisión símbolos de advertencia sobre la edad adecuada para la visualización del contenido. Estos símbolos aparecían tres veces por 15 segundos durante la emisión del contenido y estaban ubicados en la parte superior derecha de la pantalla. Por último, el tercer contenido incluía un aviso previo al cual se le adicionaba el símbolo de advertencia de la edad adecuada para consumir el contenido y además durante su emisión, luego de los tres cortes a comerciales, aparecía durante 15 segundos, el mismo símbolo de advertencia sobre la edad adecuada para consumir el contenido.

Inmediatamente después de la visualización de cada contenido se les pedía a los participantes que diligenciaran una encuesta que buscaba evaluar la percepción o no, del aviso previo o los símbolos de advertencia. Esta parte de la indagación correspondía al análisis sensorial.

Luego se les volvía a presentar tanto el aviso previo, como los símbolos que se habían incluido en la visualización de los contenidos televisivos y se les preguntaba si recordaban haberlos visto, si les parecían agradables o no y si los comprendían o no. Esta parte de la indagación correspondía al análisis cognitivo.

Por último, se les pedía a los participantes su opinión sobre la importancia o no de que se incluyeran esta clase de avisos o símbolos de advertencia sobre las características de los contenidos televisivos que acababan de ver. Esta parte correspondía al análisis comportamental.

En relación con los resultados más relevantes de esta indagación y que principalmente están dirigidos a la evaluación de las alternativas sobre la protección de la niñez y la adolescencia en los contenidos televisivos, es importante mencionar los siguientes:

Desde lo perceptual:

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 47 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- Un alto porcentaje de los participantes no identificaron a los símbolos de advertencia que aparecían durante la emisión de los contenidos, como una herramienta para su toma de decisión acerca de si el contenido era apto para ser visto por niños, niñas o adolescentes. Solo el 1,13% de los participantes afirmaron que este símbolo contribuyó a su toma de decisión, con lo cual se puede inferir que el nivel de incidencia en la toma de decisión de este tipo de advertencia es muy bajo.
- En relación con el aviso previo, solo el 16.43% de los participantes mencionó haberlo percibido como una herramienta en la toma de decisión acerca de si los niños, niñas y adolescentes lo podían ver. Si se tiene en cuenta que el aviso previo es una herramienta de advertencia que lleva un tiempo importante implementada y por lo tanto hace parte de la experiencia cotidiana de consumo televisivo de las audiencias, su incidencia en la toma de decisión es baja.

Desde lo cognitivo:

- Cuando se les preguntó si recordaban haber visto el aviso previo en alguno de los contenidos mostrados, el 86.54% de los participantes respondieron que sí. Al comparar este porcentaje con los datos de percepción se puede inferir que, aunque recuerdan haber visto el mensaje previo en un alto porcentaje, este no incide fuertemente en la toma de decisión de si un contenido es apto o no para el público infantil y juvenil.
- Sobre la recordación de los símbolos de advertencia que aparecieron durante la emisión de los contenidos, un porcentaje mucho menor que el del aviso previo, el 41.64%, afirmó que si lo recordaban. A esto se suma que la incidencia de este símbolo en la toma de decisión para determinar si el contenido era apto o no para niños, niñas y adolescentes, fue muy baja.

Desde lo comportamental:

- Es importante recordar que uno de los contenidos visualizados tenía el símbolo integrado al aviso previo y además aparecía en el mismo contenido luego de los cortes a comerciales, la recordación de este símbolo en particular tuvo un mayor porcentaje, el 65,29%. Pero además cuando se les pidió la opinión a los participantes acerca de su preferencia del aviso previo, entre el que actualmente aparece antes de la emisión de los contenidos de televisión abierta y otro que incorporaba el símbolo de advertencia del público al que ese contenido iba dirigido; en un alto porcentaje, el 74.78%, opinaron que el aviso previo reforzado con el símbolo de advertencia era el que mejor informaba sobre el contenido.
- Las opiniones acerca de la importancia del aviso previo y de los símbolos de advertencia fueron diversas. Por ejemplo, para la mayoría de los adultos estas herramientas son importantes, aunque como ya se evidenció, su incidencia en la toma de decisión no corresponde con estas opiniones. En contraste, varios adolescentes opinaron que estas herramientas les generan curiosidad y más interés por ver el contenido que señala que tiene sexo y violencia. Con lo cual se evidencia el efecto contrario al esperado.

6.2.2. Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana

La Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC desde 2020 viene desarrollando el proyecto denominado Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana que tiene como objetivo generar en la ciudadanía y en el sector de contenidos audiovisuales reconocimiento y apropiación de las estrategias de protección al televidente y participación ciudadana, mediante actividades de formación, información y diálogo sectorial.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 48 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

El proyecto busca fortalecer en distintos agentes ciudadanos y sectoriales en competencias esenciales, como:

- Conocimiento y acceso comprensivo a datos e información sobre estructura y dinámicas del sector audiovisual, especialmente del televisivo: naturalezas jurídicas y niveles de cubrimiento de la televisión, canales regionales, canales nacionales, operadores públicos y privados, forma de financiación de la industria de contenidos audiovisuales, principales desafíos y necesidades regulatorias.
- Comprensión del concepto de pluralismo, sus divisiones y la importancia de un sistema plural de medios para la democracia, la representatividad y la participación ciudadana.
- Comprensión del concepto de riesgo y su aplicación a la evaluación de los riesgos al pluralismo informativo en la televisión colombiana.
- Sensibilidad ante el concepto de representación social, su manifestación en los contenidos audiovisuales y su importancia para el pluralismo y la democracia.
- Apropiación, por parte de la ciudadanía, de mecanismos y herramientas de protección y participación ciudadana en los medios audiovisuales de comunicación.
- Reconocimiento, por parte de los medios de comunicación, de la importancia, potencialidades y ventajas de fortalecer protección a los televidentes y la participación ciudadana en todas las etapas de la generación de contenidos audiovisuales.

6.2.3. Espectro de la participación pública en televisión.

Para la adecuada definición de las alternativas para el fomento de la participación ciudadana en la televisión abierta colombiana es necesario establecer previamente los parámetros de referencia que establezcan cuales son los mecanismos de participación que se reconocen como pertinentes para dicho fin, además de establecer el nivel de participación ciudadana más propicio, teniendo en cuenta que existen diferentes niveles de participación que han sido determinados desde de las ciencias sociales.

Uno de los marcos de referencia metodológica para la identificación de los niveles de la participación ciudadana más usados en los estudios, proyectos o estrategias sobre este tema son las denominadas *escaleras de la participación*, la primera de ellas fue propuesta por Sherry Arnstein en 1969 en su artículo "A ladder of citizen participation"⁹¹, estableciendo la primera escalera para identificar los grados de participación ciudadana según los mecanismos de repartición del poder y la toma de decisiones por parte de todos los involucrados en una actividad que se supone es participativa. Posteriormente, se desarrollaron otras versiones como la de Robert Hart⁹² en la cual se busca definir la participación cuando se desarrollan actividades con niñez o adolescencia, así como también la denominada rueda de la participación de Davidson Scott⁹³.

En este sentido, se considera adecuada la propuesta desarrollada por la International Association for Public Participation denominada el Espectro de participación pública⁹⁴. Este modelo plantea cinco niveles de participación con metas a cumplir por nivel y el compromiso o promesas que deben asumir los que

⁹¹ Arnstein, Sherry. (1969). A ladder of citizen participation. [En línea] Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16699/2/ESCALERA_ARNSTEIN_1969.pdf

⁹² Disponible en:

https://www.upla.cl/noticias/wp-content/uploads/2014/08/2014_0805_faceduc_orientacion_escalera_participacion.pdf


⁹³ Disponible en: <http://www.exhi.cl/PAC-Participacion-Ciudadana-en-Chile-Consejos-Sociedad-Civil-COSOC-Cuenta-Publica-Participativa.htm>

⁹⁴ Disponible en: https://cdn.ymaws.com/www.iap2.org/resource/resmgr/pillars/Spectrum_8.5x11_Print.pdf

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 49 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

generan la participación para cumplir cada una de esas metas. Además, incluye un nivel de no participación (no incluido en la ilustración), que se da cuando ninguno de los requisitos se cumple. A continuación, la Ilustración 8 presenta la representación gráfica del espectro de participación pública.

Ilustración 8. Espectro de participación pública

		INCREASING IMPACT ON THE DECISION 				
		INFORM	CONSULT	INVOLVE	COLLABORATE	EMPOWER
PUBLIC PARTICIPATION GOAL		To provide the public with balanced and objective information to assist them in understanding the problem, alternatives, opportunities and/or solutions.	To obtain public feedback on analysis, alternatives and/or decisions.	To work directly with the public throughout the process to ensure that public concerns and aspirations are consistently understood and considered.	To partner with the public in each aspect of the decision including the development of alternatives and the identification of the preferred solution.	To place final decision making in the hands of the public.
	PROMISE TO THE PUBLIC	We will keep you informed.	We will keep you informed, listen to and acknowledge concerns and aspirations, and provide feedback on how public input influenced the decision.	We will work with you to ensure that your concerns and aspirations are directly reflected in the alternatives developed and provide feedback on how public input influenced the decision.	We will look to you for advice and innovation in formulating solutions and incorporate your advice and recommendations into the decisions to the maximum extent possible.	We will implement what you decide.

© IAP2 International Federation 2018. All rights reserved. 20181112_v1

Fuente: IAP2 International Federation 2018. All rights reserved ©.

Luego de definir el marco conceptual y metodológico que determina los niveles de participación a continuación se describen los mecanismos de participación que implementan los diferentes operadores del servicio público de televisión en Colombia de acuerdo con el Estudio de Riesgos al Pluralismo De 2022, en donde se caracterizó el nivel de uso de cada de una de las dinámicas o acciones implementadas (ver Ilustración 9).

Ilustración 9. Nivel de uso de las dinámicas de participación según naturaleza del servicio

ACCIONES/DINAMICAS	TV PRIVADA	TV PUBLICA
Procesos de investigación etnográfica para conocer y dar voz a grupos poblacionales específicos	↑	↑
Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos	↑	↑
Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos.	↑	↑
Grupos focales o talleres para identificación de temáticas para futuros contenidos	↑	↑
Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia.	↑	↑
Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.	↑	↑
Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal.	↑	↑
Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.	↑	↑

ACCIONES/DINAMICAS	TV PRIVADA	TV PUBLICA
Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal.	↑	↑
Estudios de evaluación de contenidos potenciales (Entrevistas, Grupos focales, encuestas, observaciones en hogares, entre otros)	↑	↑
Estudios de mercado de terceros (ejemplo: estudios de Ibope)	↑	↑
Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, WhatsApp, página web)	↑	↑
Retroalimentación/reacciones a los contenidos en redes sociales	↑	↑
Análisis de tendencias de temáticas en redes sociales/internet	↑	↑
Seguimiento de datos de audiencia/medidores de audiencia	↑	↑
Análisis de desempeño de contenidos (ejemplo: curvas de audiencia)	↑	↑



Nivel de uso alto



Nivel de uso medio



Nivel de uso bajo

Fuente: Elaboración CRC.

Es importante aclarar que el nivel de uso o implementación por parte de los operadores no es un parámetro que corresponda con el nivel de participación que la actividad genera en la ciudadanía. Por lo que es necesario realizar una clasificación que permita contrastar los mecanismos identificados en concordancia con los niveles de participación que se describen en el Espectro de la participación pública. En la Ilustración 10 se presenta esta clasificación.

Ilustración 10. Clasificación de los Mecanismos de Participación Ciudadana Implementados por los Operadores del Servicio de Público de Televisión en Colombia

NIVELES DE PARTICIPACIÓN SEGÚN EL ESPECTRO DE LA PARTICIPACIÓN PÚBLICA			MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN IDENTIFICADOS EN EL ESTUDIO DE RIESGOS AL PLURALISMO 2022
NIVEL	META	PROMESA	
EMPODERAR	El operador entrega el poder de toma de decisiones a los miembros del público	Los operadores implementan lo que los ciudadanos deciden.	Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos. Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.
COLABORAR	El operador se asocia con los ciudadanos en la toma de decisión en una o todas las etapas del proceso de diseño, producción y difusión de contenidos y la identificación de la propuestas preferidas preferida.	Los operadores cuentan con los ciudadanos para el asesoramiento e innovación en la formulación de soluciones y se comprometen a incorporar los consejos y recomendaciones en las decisiones al medida de lo posible. Hay diálogo constante y el público contribuyó a definir la agenda.	Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos. Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal. Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.
INVOLUCRAR	Se trabaja directamente con los ciudadanos para que una o todas las etapas del proceso de diseño, producción y difusión de contenidos, se garantice que las preocupaciones y aspiraciones del público son comprendidas y tenidas en cuenta de forma coherente.	Los operadores se comprometen a trabajar directamente con los ciudadanos para asegurar que sus preocupaciones y aspiraciones se reflejen directamente en las acciones, proyectos y producciones desarrolladas y a proporcionar información sobre cómo los aportes del público influyeron en la toma de decisión.	Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia. Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal. Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal. Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, mensajes de texto, página web).
CONSULTAR	El público tiene la oportunidad de opinar sobre temáticas, proyectos, estrategias y contenidos audiovisuales o digitales que produce o emite el operador	El operador se compromete a informar a los ciudadanos, los escucha y tiene en cuenta sus preocupaciones y aspiraciones. El operador informa de qué manera los aportes de los ciudadanos influenciaron la toma de decisiones.	Procesos de investigación etnográfica para conocer y dar voz a grupos poblacionales específicos. Grupos focales o talleres para identificación de temáticas para futuros contenidos. Estudios de evaluación de contenidos potenciales (entrevistas, grupos focales, encuestas, observaciones en hogares, entre otros) Retroalimentación/ reacciones a los contenidos en redes sociales/ Internet.
INFORMAR	El operador ofrece información equilibrada y objetiva sobre las temáticas, proyectos, estrategias y contenidos audiovisuales o digitales para que el público tome una decisión crítica y responsable sobre lo que genera y produce el operador.	El operador se compromete a informar a los ciudadanos adecuadamente	Publicación en la página web del canal de las características de los contenidos de su programación, identificando las advertencias necesarias para un consumo responsable y crítico.

Fuente: Elaboración Propia CRC.

De forma adicional a continuación se presentan las definiciones consideradas para cada una de las estrategias de participación identificadas a partir del levantamiento de información de los procesos de involucramiento de la ciudadanía por parte de los operadores del servicio público de televisión en Colombia, según el estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022:

- Procesos de investigación etnográfica para conocer y dar voz a grupos poblacionales específicos: Se refiere a estudios etnográficos dirigidos a comprender en profundidad la cultura, comportamientos y necesidades de grupos específicos de la población, asegurando que sus voces sean escuchadas y consideradas en la programación televisiva.
- Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos: Implica la colaboración directa entre los creadores de contenido y la ciudadanía en la concepción y diseño de programas televisivos, asegurando una representación auténtica y diversa de las experiencias de diferentes grupos poblacionales.
- Participación de la ciudadanía en la producción y/o grabación de los contenidos: Involucra a la comunidad en la fase de producción y grabación de programas, permitiendo que los ciudadanos participen activamente en la creación de contenido televisivo, desde la ideación hasta la realización.
- Grupos focales o talleres para identificación de temáticas para futuros contenidos: Utiliza grupos focales o talleres para reunir a miembros de la audiencia y discutir temas que les interesen, proporcionando información valiosa para la planificación de futuros contenidos televisivos.
- Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia: Incorpora estrategias interactivas en redes sociales o proyectos multimedia para involucrar a la audiencia, permitiéndoles expresar opiniones, sugerir ideas y participar activamente en la conversación mediática.
- Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal: incentiva a la audiencia a crear y compartir contenidos digitales relacionados con los programas televisivos, promoviendo una participación activa y generando contenido adicional en plataformas digitales.
- Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal: establece plataformas en línea para que las audiencias opinen, comenten y compartan sus puntos de vista sobre los programas emitidos, facilitando una interacción continua entre el canal y sus audiencias.
- Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía: incorpora la transmisión de contenidos creados por la audiencia, sin la injerencia técnica o conceptual de los operadores, brindando a los ciudadanos la oportunidad de compartir sus perspectivas y contribuir directamente a la programación televisiva.
- Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal: organiza eventos o actividades presenciales que involucren a la comunidad con los contenidos del canal, fomentando una conexión más directa y participativa.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 53 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- Estudios de evaluación de contenidos potenciales (entrevistas, grupos focales, encuestas, observaciones en hogar, entre otros): utiliza diversos métodos de investigación, como entrevistas, grupos focales y encuestas, para evaluar la viabilidad y aceptación de posibles contenidos antes de su producción.
- Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, Whatsapp, página web): Establece canales de comunicación en tiempo real, como líneas telefónicas, plataformas de mensajería como Whatsapp o páginas web, para permitir la interacción instantánea con la audiencia durante la emisión de programas.
- Retroalimentación/reacciones a los contenidos en las redes sociales: Monitorea las redes sociales para recopilar retroalimentación y reacciones de la audiencia en tiempo real, utilizando esta información para ajustar y mejorar la programación.

7. APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 31 DE LA LEY 1978 DE 2019

De acuerdo con la orientación de la política pública sectorial frente a la promoción del despliegue de infraestructura de redes de telecomunicaciones demarcada desde la Ley 1341 de 2009, la Ley 1978 de 2019 hizo énfasis especial en el objetivo del cierre efectivo de la brecha digital, así como en la promoción prioritaria y eficiente del acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para la población más vulnerable, en zonas rurales y apartadas del país.

Bajo este contexto, el legislador introdujo, en el artículo 31 de la Ley 1978 de 2019, modificado por el artículo 141 de la Ley 2294 de 2023⁹⁵ el deber, en cabeza del MinTIC y la CRC, de evaluar, en cualquier proyecto normativo, la pertinencia de establecer medidas o reglas diferenciales respecto de aquellos PRST que tengan menos de treinta mil (30.000) accesos, con el propósito de generar condiciones de prestación de los servicios que permitan la inclusión de actores locales, municipales y regionales; así como de establecer este tipo de medidas respecto de aquellos proveedores que extiendan sus redes o servicios a zonas no cubiertas y los que prestan sus servicios con total cobertura en los proyectos normativos que incentiven el despliegue de infraestructura y la provisión de servicios en zonas rurales o urbanas de difícil acceso, o en municipios focalizados por las políticas públicas⁹⁶.

En línea con el mandato establecido en el artículo en cita, y reiterando que el objetivo del presente proyecto regulatorio se centra en revisar la regulación que garantiza la participación ciudadana y la protección, promoción y difusión de los derechos de NNYA en el servicio público de televisión, las alternativas que se plantearon para solucionar las problemáticas identificadas en el marco de esta iniciativa involucran los aspectos exigidos en la norma. En efecto, como se evidencia en la Sección 8.3

⁹⁵ Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 "Colombia Potencia Mundial de la Vida".

⁹⁶ De conformidad con lo previsto en el artículo 31 de la Ley 1978 de 2019, este ejercicio de evaluación tiene que producirse en todo tipo de proyecto normativo que se desarrolle en ejercicio de las competencias regulatorias de la CRC y que deba ser publicado con sujeción a las reglas de publicidad previstas en el artículo 2.2.13.3.1. y siguientes del Decreto 1078 de 2015, y formalmente debe quedar constancia de dicho análisis en el documento soporte del proyecto regulatorio correspondiente objeto de dicha publicación.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 54 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

del presente documento, los ejercicios de definición de las alternativas de solución a la problemática identificada en materia de participación ciudadana, se plantean alternativas que tienen en consideración la implementación de mecanismos según sus niveles de efectividad y en función tanto del nivel de cubrimiento del servicio como de la naturaleza jurídica del operador de manera diferencial.

Así las cosas, mediante la elaboración y análisis de la presente propuesta regulatoria se realizaron diferentes estudios con el objetivo de encontrar alternativas de solución que, en caso de generar cargas administrativas adicionales, respondan a la capacidad de cada tipo de proveedor del servicio de televisión en la actualidad.

8. ALTERNATIVAS DEL PROYECTO REGULATORIO

Esta sección tiene como objetivo describir las alternativas regulatorias identificadas para abordar las temáticas que se derivan del análisis de causas y consecuencias identificadas en el marco del árbol de problema. Inicialmente, se presenta las fuentes de generación de ajustes y modificaciones a las alternativas presentadas en las mesas de trabajo con los diferentes grupos de interés, así como aquellas derivadas del análisis de la información recolectada a partir de los ejercicios experimentales de validación del aviso previo y uso de símbolos de advertencia como herramientas de protección a las audiencias.

Posteriormente, se realiza la descripción de las alternativas regulatorias del presente proyecto regulatorio, en particular se abordan tres temáticas identificadas como fundamentales en el marco de la actualización propuesta. La primera temática se centra en la protección de los derechos de los televidentes, con un enfoque especial en niños, niñas y adolescentes (NNyA). Aquí, se exploran medidas regulatorias destinadas a garantizar el bienestar de este segmento de la audiencia a la luz de los requerimientos de las mismas alternativas y del contexto actual.

La segunda temática aborda la participación ciudadana de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos a través del servicio de televisión. La tercera temática se enfoca en la protección específica de los derechos de NNyA con respecto a la transmisión de contenido publicitario, destacando la importancia de velar por su bienestar frente a prácticas publicitarias potencialmente perjudiciales. Estas tres áreas temáticas forman la base de las propuestas regulatorias para la implementación del proceso de evaluación en el marco de los conceptos de participación, protección y experiencia televisiva de los televidentes más jóvenes.

8.1. Socialización de las alternativas

En el marco del proceso de definición de las alternativas regulatorias, esta Comisión desarrolló entre el 21 de septiembre y el 2 de octubre de 2023 unas mesas de trabajo para la divulgación y recolección de observaciones sobre las alternativas regulatorias preliminares que se reseñan en el Anexo 1 de este documento (ver sección 13.1 ALTERNATIVAS INICIALMENTE PROPUESTAS Y SOCIALIZADAS POR LA CRC). Estas mesas se dividieron en tres grupos de interés: i) Asomédios y canales nacionales, ii) operadores del servicio público de televisión en los niveles de cubrimiento regional y local, iii) y organizaciones sociales y universidades, en distintos espacios de trabajo para cada grupo, con el propósito de fomentar un diálogo participativo y recoger aportes valiosos de cada sector involucrado. En este contexto, se promovió la participación sectorial, permitiendo la identificación de puntos de mejoras específicos en cada grupo de interés para la definición de las alternativas. Este enfoque inclusivo y colaborativo fue esencial para enriquecer el proceso regulatorio, asegurando que las

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 55 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

perspectivas y necesidades de los diversos actores fueran consideradas de manera integral. En el contexto de las mesas de trabajo, el siguiente análisis resume las contribuciones que permitieron consolidar las alternativas regulatorias que se presentan en la siguiente sección.

8.1.1. Comentarios sobre las alternativas de la temática de "Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes"

En el marco de la Mesa Técnica con Canales Regionales realizada el lunes 25 de septiembre de 2023, se manifestó que algunos canales podrían enfrentar restricciones presupuestales y limitaciones a nivel de equipos técnicos frente a la implementación de algunas de las alternativas regulatorias; en particular se indicó que para fomentar la participación se requiere "brindar presupuesto a los canales para generar incentivar estos mecanismos"⁹⁷ (sic). A partir de este comentario se puede entender que, para algunos canales, en específico para los Canales Regionales, existen inquietudes sobre los potenciales impactos que en términos de costos administrativos puede generar la implementación de algunas de las alternativas. En consistencia con este comentario se realiza la generación de las alternativas 4 y 5 para la temática asociada a "Medidas de Participación de Televidentes, especialmente de niños, niñas y adolescentes" por medio de la cual se busca tener en cuenta las consideraciones presentadas por medio del comentario observado.

8.1.2. Comentarios sobre las alternativas de la temática de "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario"

Partiendo del comentario recibido en la alternativa No. 2 de la situación identificada No. 3 que trata sobre "En promedio, el 63% de niños, niñas y adolescentes en Colombia consumen contenidos audiovisuales por medio del servicio público de televisión, incluyendo anuncios publicitarios, sin compañía de un adulto responsable" en la Mesa Técnica con las Organizaciones Sociales y Universidades, realizada el lunes 2 de octubre de 2023, en la que se comentó si la CRC estaba contemplando prohibiciones relativas a la comida ultra procesada, y, sobre cuál era la definición de "contenido apto para NNYA" esta Comisión consideró necesario -en aras de ofrecer mayor claridad- señalar cuales son las prohibiciones específicas que se enlistaban".

Igualmente, considerando un comentario común de varios operadores en diferentes espacios sectoriales, tanto de este proyecto como del proyecto regulatorio Revisión de las medidas de Programación, publicidad y espacios institucionales —de la Sesión de Comunicaciones—, referido a que los agentes regulados ya cuentan con un esquema de revisión y cuidado de los anuncios publicitarios que incluyen en su emisión, no desde el punto de vista de control previo sino para garantizar que estos no infrinjan disposiciones de ley, fue necesario ampliar el espectro de alternativas, en el sentido de permitirle a los operadores adoptar medidas propias que no fueran regulatorias.

Hay que mencionar, además que varios operadores mencionaron reiteradamente en las mesas señaladas que consideran que la ley es suficiente para garantizar la protección de NNYA en lo referente a la publicidad. Como ejemplo, un operador de TV abierta privada mencionó en la herramienta *Padlet*,

⁹⁷ Comentario recibido en la Mesa Técnica con Canales Regionales realizada el 25 de septiembre de 2023 a través de la herramienta de tablero digital *Padlet*.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 56 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

que "La normativa es clara frente a las posibilidades y limitaciones en la emisión de publicidad en televisión abierta..."

De igual manera, en las mesas sectoriales se manifestó por parte de organizaciones de protección de derechos ciudadanos, que las medidas de ley de protección a NNYA en la publicidad son demasiado generales y sujetas a interpretación, así como que no son transparentes al televidente y las familias.

8.2. Con respecto a los resultados sobre el ejercicio experimental sobre aviso previo y uso de símbolos

A partir del análisis de los resultados y hallazgos obtenidos de los datos del ejercicio experimental que ofreciera información pertinente sobre la incidencia en Colombia, sobre la implementación de símbolos de advertencia adicionales al aviso previo que actualmente se emite justo antes del inicio de todos los contenidos televisivos, se decidió segmentar la segunda alternativa en dos posibilidades, relacionadas con la incorporación de símbolos de advertencia.

Lo anterior está sustentado en dos de los resultados de la indagación experimental que establecieron lo siguiente:

- El símbolo de advertencia que tuvo mayor recordación fue el que estaba incorporado en el aviso previo, el cual tuvo el 65,29% de recordación, mientras que el porcentaje de recordación del símbolo que solamente aparecía de manera intermitente durante la emisión del contenido fue del 41.64%.
- Cuando se les pidió la opinión a los participantes acerca de su preferencia del aviso previo, entre el que actualmente aparece antes de la emisión de los contenidos de televisión abierta y otro que incorporaba el símbolo de advertencia del público al que ese contenido iba dirigido; en un alto porcentaje, el 74.78%, opinaron que el aviso previo reforzado con el símbolo de advertencia era el que mejor informaba sobre el contenido.

Por lo anterior se consideró necesario dividir la segunda alternativa de la siguiente manera. Una alternativa que proponga la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación en el aviso previo y otra alternativa que proponga la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación durante la emisión del contenido.

8.3. Alternativas definitivas

8.3.1. Temática 1: Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo NNYA

Situación identificada:	Los niños, niñas y adolescentes colombianos consumen contenidos audiovisuales en múltiples pantallas y en esquemas de consumo no lineales que dificultan la protección de sus derechos
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de protección al televidente, lo que implica continuar con la vigencia de la medida establecida en el artículo 15.2.1.1. Aviso Previo a la Radiodifusión de los Programas de la Resolución CRC 5050 de 2016.
Alternativa 2: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la	Establecer la obligación para que los operadores del servicio público de televisión incorporen símbolos informativos sobre la clasificación del

programación en el aviso previo.	contenido de la programación en el aviso previo a la radiodifusión de los programas.
Alternativa 3: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación durante la emisión del contenido.	Establecer la obligación para que los operadores del servicio público de televisión emitan símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación durante la transmisión del contenido de la programación.
Alternativa 4: Estrategia pedagógica para sensibilizar sobre la protección de NNyA	Elaborar e implementar una estrategia pedagógica en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual, en un periodo mínimo de 2 años, dirigida a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, OTT's, padres de familia, instituciones educativas), incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de niños, niñas y adolescentes.
Alternativa 5: Establecer medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación	Establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión que adopten símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación; y para los medios de comunicación de contenido audiovisual no regulados elaborar una estrategia pedagógica incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de niños, niñas y adolescentes.

Alternativa 1: Statu Quo.

La primera alternativa propuesta tiene que ver con mantener la normativa vigente en materia de protección de los televidentes, con especial énfasis en la protección de las niñas, niños y adolescentes en relación con el consumo de contenidos televisivos. Al revisar las normas vigentes en materia de protección de los televidentes. En este sentido, la principal disposición establecida es la implementación del aviso previo a la emisión de cada uno de los contenidos televisivos, contenida en el parágrafo del Artículo 29 de la Ley 182 de 1995 que indica lo siguiente:

"PARAGRAFO. *Todos los canales nacionales, regionales, zonales y locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de escenas sexuales para público adulto, esto con el objetivo de brindar un mejor servicio a los televidentes en la orientación de la programación".⁹⁸*

Aunado a lo anterior, en la Resolución 5050 de 2016 que establece lo siguiente en el artículo 15.2.1.1. Aviso Previo a la Radiodifusión de los Programas⁹⁹. El cual dispone lo siguiente:

⁹⁸ Ley 182 de 1995, Disponible en: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1793938>

⁹⁹ Resolución 5050 de 2016. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/es/node/3134>

"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 forma 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."

Alternativa 2: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación en el aviso previo.

Esta alternativa se basa en la adopción de una obligación en la Resolución CRC 5050 de 2016 en la que los operadores del servicio público de televisión incorporarían símbolos informativos sobre la clasificación del contenido en el aviso previo a la radiodifusión de los programas, como medida de protección de los derechos de los televidentes, especialmente niños, niñas y adolescentes.

Esta medida proporcionaría a los televidentes información clara y accesible sobre la naturaleza del contenido que están a punto de ver, es decir antes de iniciar el programa, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre su visualización. Para tal efecto, se propondría la definición de símbolos visuales estandarizados que representen distintas clasificaciones de contenido, como, por ejemplo, indicadores para programas aptos para todas las edades, contenido dirigido a adolescentes o contenido que requiera la supervisión de adultos. Además, se podría acompañar este símbolo con un mensaje breve que describa la naturaleza del contenido, ofreciendo una guía más detallada. Esta alternativa buscaría empoderar a los televidentes para seleccionar programación de acuerdo con sus preferencias y valores, así como fomentar la conciencia parental y garantizar un entorno televisivo más seguro y adecuado para diferentes audiencias.

Alternativa 3: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación durante la emisión del contenido.

Esta medida propone establecer una obligación en la Resolución CRC 5050 de 2016 bajo la cual los operadores del servicio público de televisión emitirían símbolos informativos que reflejen la clasificación del contenido en tiempo real durante la transmisión de programas. Dichos símbolos proporcionarían a los televidentes una indicación instantánea sobre la naturaleza del contenido que están viendo, permitiéndoles tomar decisiones informadas sobre su visualización sin depender únicamente de la información previa al programa.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 59 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Estos símbolos podrían diseñarse de manera clara y fácil de entender, con códigos visuales que representen distintas clasificaciones, como contenido para todas las edades, contenido apto para adolescentes o contenido que requiera la supervisión de adultos. Además, se podría establecer la obligación de emitir mensajes breves que describan la naturaleza del contenido, proporcionando información adicional sobre posibles temas sensibles. Esta alternativa no solo fortalece la capacidad de elección de los televidentes en tiempo real, sino que también promueve la conciencia instantánea sobre la idoneidad del contenido, contribuyendo así a un entorno televisivo más seguro y adaptado a las diversas audiencias, en especial, los niños, niñas y adolescentes.

Alternativa 4: Estrategia pedagógica para sensibilizar sobre la protección de NNyA.

Esta alternativa propone que, en el marco de los proyectos *Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana* y *Mediación audiovisual*, consignados en la Agenda Regulatoria CRC 2024-2025, se implemente una estrategia pedagógica con una duración mínima de dos (2) años, dirigida a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, servicios OTT, padres de familia e instituciones educativas). Estas iniciativas contemplarán el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para generar una sensibilización sobre la importancia de la protección de NNyA respecto a su consumo de contenidos audiovisuales en diferentes pantallas.

En la práctica, esta alternativa podría estar conformada por las siguientes actividades y productos pedagógicos:

- Desarrollo e implementación de cursos presenciales y virtuales sobre temas relativos al pluralismo informativo, a la protección y derechos del televidente, que se nutran de los resultados del presente proyecto regulatorio y de los estudios sobre pluralismo, representaciones sociales en la televisión y apropiación de los contenidos audiovisuales que la CRC desarrolla como parte de su quehacer como organismo regulador.
- Campañas de difusión del marco regulatorio en materia de protección de los televidentes y de las herramientas de las que pueden disponer para identificar adecuadamente las características de los contenidos que consumen y coadyuvan a una toma de decisiones crítica y responsable. Las campañas consistirán en spots de video, difundidos por diferentes medios, y piezas gráficas que buscarán llegar a la ciudadanía a través de redes sociales.
- Talleres Audiovisuales de Pluralismo —TAP— (presenciales y virtuales) con énfasis regional. Estos TAP, parte de una estrategia desarrollada de
- promoverán la participación de representantes de cada agente de interés (medios, sector, defensores del televidente, sociedad civil, academia, Estado y cooperación internacional) en torno al fomento y fortalecimiento de la protección de la ciudadanía en relación con los contenidos audiovisuales que consume.

Alternativa 5: Establecer medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación.

Esta alternativa estaría compuesta por dos acciones complementarias que se enmarcan en los procesos de innovación regulatoria.

La primera acción propondría la inclusión de una medida en la regulación que permitiera la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión para que adopten de manera facultativa, símbolos

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 60 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

informativos sobre la clasificación del contenido de la programación. Estos símbolos serían propuestos por la CRC teniendo en cuenta las experiencias internacionales y las recomendaciones de expertos sobre el diseño e implementación de esta clase de símbolos y se pondrían a disposición de los operadores del servicio público de televisión para que de manera autónoma y voluntaria los incorporen en los contenidos audiovisuales emitidos teniendo en cuenta las recomendaciones generadas por la CRC en relación con la duración y la forma de emisión de estos símbolos.

Lo anterior permitiría que luego de un tiempo no mayor a dos años, la CRC pueda realizar un diagnóstico del impacto que esta acción pueda generar en la mejora de la toma de decisiones por parte de los televidentes, sobre todo de las niñas, niños y adolescentes, en relación con la conveniencia o no del consumo de los diferentes contenidos televisivos que se emiten actualmente en la televisión colombiana.

La segunda acción consistiría en la elaboración de una estrategia pedagógica, dirigida a los medios de comunicación de contenido audiovisual no regulados, que incluya las diferentes actividades descritas en la alternativa 4 de este apartado, involucrando el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de NNyA.

Lo anterior entendiendo que la CRC actualmente no tiene competencias sobre los medios de comunicación no regulados, pero considera necesario que se planteen acciones que busquen que estos medios incorporen prácticas y herramientas que propendan por el fomento y fortalecimiento de la protección de los consumidores de sus contenidos audiovisuales y les brinden de manera autónoma información adecuada y oportuna sobre las características de los contenidos que emiten.

8.3.2. Temática 2: Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes

Situación identificada:	Los televidentes colombianos, incluyendo los NNyA, presentan una baja participación en la generación y emisión de contenidos audiovisuales transmitidos mediante el servicio público de televisión.
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de participación de los televidentes, lo que implica continuar con la vigencia de la sección 1 del Capítulo 3 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 que contiene las reglas de participación a través de asociaciones de ciudadanos de televidentes, la atención de PQR's, establecido en los diferentes apartes de la Resolución CRC 5050 de 2016, así como las medidas regulatorias para la implementación del Defensor del televidente según lo dispuesto en la sección II del Capítulo 2 del Título XV de la Resolución antes citada.
Alternativa 2: Adopción de mecanismos de participación adicionales a los establecidos en la regulación a partir de las estrategias identificadas en el Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022.	Establecer en la regulación una obligación dirigida a los operadores del servicio público de televisión con el propósito de aumentar y fortalecer los mecanismos de participación de los televidentes a través de la adopción de al menos 3 estrategias identificadas en el Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022.

<p>Alternativa 3: Medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.</p>	<p>Establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión que adopten al menos tres de los mecanismos de participación identificados a partir del Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 en función de la eficiencia de la acción en consistencia con el Espectro de participación pública; y elaborar e implementar, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, una estrategia de sensibilización dirigida a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados, respecto del reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente adicionales, en un periodo mínimo de 2 años.</p>
<p>Alternativa 4: Medidas regulatorias de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial.</p>	<p>Establecer en la regulación una obligación dirigida a los operadores del servicio público de televisión para que adopten, de manera diferenciada de acuerdo con el nivel de cubrimiento de los canales de televisión, mecanismos de participación identificados a partir del Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 en función de la eficiencia de la acción en consistencia con el Espectro de participación pública.</p>
<p>Alternativa 5: Medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.</p>	<p>Establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión que adopten, de manera diferenciada de acuerdo con el nivel de cubrimiento de los canales de televisión, mecanismos de participación identificados a partir del estudio de Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 en función de la eficiencia de la acción en consistencia con el Espectro de participación pública y; elaborar e implementar, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, una estrategia de sensibilización dirigida a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados, respecto del reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente adicionales, en un periodo mínimo de 2 años.</p>

Alternativa 1: Statu Quo.

La vinculación de la opinión pública al servicio público de televisión se encuentra enmarcado en normas de orden superior como la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, en donde se establece como función de esta Comisión contribuir a la participación ciudadana a través de la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público como medio para el reconocimiento de derechos de la diversidad poblacional y cultural. Así mismo se determina que la reglamentación de la participación ciudadana debe estar orientada al control de contenidos audiovisuales con el propósito de mitigar los temas que puedan afectar al televidente.

Bajo este contexto, la sección 1 del Capítulo 3 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 contiene las reglas de participación a través de asociaciones de ciudadanos de televidentes, ligas de televidentes o usuarios. En específico se establece el objeto de este tipo de organización ciudadana, su registro, el proceso de constitución y reconocimiento, los requisitos para este proceso, las funciones y deberes de las organizaciones, así como las obligaciones de la CRC en este aspecto y la administración de este registro.

Adicional a lo anterior, también se cuentan con disposiciones que reglamentan las peticiones, Quejas y Recursos – PQR – ante sus operadores de televisión por suscripción y televisión comunitaria, así como peticiones, quejas, reclamos, comentarios y observaciones en el caso de televisión abierta, de acuerdo con lo descrito en la sección “2.1.2.1 Participación del televidente”.

<p>Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes</p>	<p>Cód. Proyecto: 10000-40-7-1</p>	<p>Página 62 de 172</p>	
	<p>Actualizado: 26/12/2023</p>	<p>Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales</p>	<p>Revisión No. 3</p>
<p>Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022</p>			

Así mismo, la regulación vigente contempla el mecanismo del Defensor del televidente, a través de la Sección II del Capítulo 2 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016, como un instrumento que vele por los derechos de los televidentes y los asista en la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos, sobre la programación o su funcionamiento interno de los operadores del servicio público de televisión.

Alternativa 2: Adopción de mecanismos de participación adicionales a los establecidos en la regulación a partir de las estrategias identificadas en el Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022.

A través de esta alternativa regulatoria se propondría que los operadores del servicio público de televisión adopten al menos 3 mecanismos de participación adicionales; a los establecidos en el marco regulatorio actual; de acuerdo con el análisis de niveles de uso y dinámicas de participación presentados en la sección 6.2.3 "Espectro de la participación pública en televisión."

A continuación, se presentan las estrategias identificadas en el Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 que bajo esta alternativa se propondrían para su adopción:

1. Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos
2. Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.
3. Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.

Alternativa 3: Medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.

Bajo esta alternativa se propone la adopción de manera facultativa de al menos 3 estrategias identificadas en el Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 que sean correspondientes a los niveles del espectro de participación 3, 4 y 5 presentados en la sección 6.2.3, es decir involucrar, colaborar y empoderar. Entre los mecanismos de participación susceptibles de ser implementados por los operadores del servicio público de televisión estarían:

Núm	Nivel de Escala	Escala del espectro	Mecanismo de Participación
1	5	Empoderar	Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos
2	5	Empoderar	Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.
3	4	Colaborar	Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.
4	4	Colaborar	Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.
5	4	Colaborar	Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos.
6	3	Involucrar	Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia.

7	3	Involucrar	Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal.
8	3	Involucrar	Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal.
9	3	Involucrar	Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, WhatsApp, página web)

Adicionalmente, se propone el diseño e implementación de una estrategia pedagógica para sensibilizar a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados en el reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente, en un proceso que abarca un período mínimo de 2 años y la adopción de diferentes enfoques pedagógicos:

Año 1: Objetivo: crear conciencia y educación básica en mecanismos de participación que involucren la opinión general, y en particular, la de niños, niñas y adolescentes.

Primer Semestre (Meses 1-6):

1. Etapa inicial: Mesas de trabajo con los medios de comunicación audiovisuales, tanto regulados como no regulados, para iniciar a idear mecanismos que se adapten a su estructura, operación y alcance con el fin de facilitar la participación del televidente.
2. Diseño de materiales pedagógicos: Preparar material educativo como folletos, guías, videos educativos y presentaciones que expliquen la importancia de la participación del televidente y los derechos y funciones de cada mecanismo de participación.
3. Campaña de concienciación: Iniciar una campaña de concienciación en los medios de comunicación, redes sociales y plataformas en línea para destacar la importancia de la participación del televidente y la labor del Defensor del Televidente.

Segundo Semestre (Meses 7-12):

4. Seminarios y talleres: Organización de seminarios y talleres en los que se cuente con la participación de representantes de los medios de comunicación audiovisuales. Estos eventos deben incluir presentaciones educativas y discusiones interactivas.
5. Alianzas estratégicas: Generación de alianzas con el sector académico, organizaciones de medios y organismos reguladores para fortalecer la credibilidad de la estrategia.

Año 2: Implementación y Seguimiento

Primer Semestre (Meses 13-18):

6. Desarrollo de recursos para los medios: Trabajar en conjunto con los medios para desarrollar recursos específicos para la implementación de mecanismos de participación del televidente, recepción de peticiones, quejas y recursos.
7. Monitoreo y seguimiento: Establecer un sistema de seguimiento para evaluar la aplicación de los mecanismos de participación y la atención de peticiones, quejas y recursos por parte de los medios de comunicación. Ofrecer retroalimentación constructiva.

Segundo Semestre (Meses 19-24):

8. Evaluación final y ajustes: Realizar una evaluación final de la estrategia para identificar logros y áreas de mejora. Ajustar la estrategia según sea necesario.

Después de 2 años: Mantenimiento y Sostenibilidad

9. Continuar con las campañas de concienciación y la colaboración con los medios de comunicación para mantener y mejorar los mecanismos de participación y la función del Defensor del Televidente.
10. Mantener una línea de comunicación abierta con los reguladores y entidades gubernamentales para abordar cuestiones regulatorias relacionadas con la participación del televidente.
11. Fomentar la retroalimentación constante de la audiencia y utilizarla para ajustar y mejorar la estrategia.

Esta estrategia sería flexible y se adaptaría a las necesidades y respuestas de los medios de comunicación a medida que se implementa. Además, buscaría ser consistente y sostenible a largo plazo para garantizar un cambio sostenible en la cultura de los medios de comunicación en relación con la participación del televidente.

Alternativa 4: Medidas regulatorias de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial.

A través de esta alternativa se propondría la adopción de al menos 3 mecanismos de participación por parte de los operadores del servicio público de televisión adicionales a los establecidos en el marco regulatorio actual; de acuerdo con el análisis de niveles de uso y dinámicas de participación según el nivel de cubrimiento de servicio presentados en la sección 6.2.3 "Espectro de la participación pública en televisión". Adicionalmente, esta alternativa propone la adopción diferencial de los mecanismos de participación teniendo en cuenta el nivel de cubrimiento del operador del servicio público de televisión.

En este sentido, esta alternativa contemplaría la aplicación de la medida de manera diferencial de acuerdo con la siguiente tabla:

Grupo	Grupos de Canales	Cantidad	Mecanismo de Participación
Grupo 1	TV Privada – Nacional Concesión Espacios de TV Abierta Nacional TV Pública – Nacional TV por suscripción	3 mecanismos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos 2. Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal. 3. Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía

			relacionados con contenidos emitidos en el canal.
Grupo 2	TV Pública – Regional Locales con ánimo de lucro.	2 mecanismos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos 2. Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.
Grupo 3	Locales sin ánimos de lucro	1 mecanismo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.

Fuente: Elaboración propia CRC

Alternativa 5: Medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.

En el marco de esta alternativa se propondría adoptar en la regulación la posibilidad para que los operadores del servicio público de televisión implementen, de manera diferenciada según el nivel de cubrimiento de los canales de televisión, mecanismos de participación del Espectro de la participación pública en televisión identificados a partir del Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022. Esta medida busca adaptar los mecanismos de participación de acuerdo con la naturaleza y alcance de cada canal, reconociendo que las necesidades y preferencias de la audiencia pueden variar.

En este sentido, esta alternativa contemplaría la aplicación de la medida de manera diferencial de acuerdo con la siguiente tabla:

Grupo	Grupos de Canales	Cantidad
Grupo 1	TV Privada – Nacional Concesión Espacios de TV Abierta Nacional TV Pública – Nacional TV por suscripción	3 mecanismos
Grupo 2	TV Pública – Regional Locales con ánimo de lucro.	2 mecanismos
Grupo 3	Locales sin ánimos de lucro	1 mecanismo

A diferencia de la alternativa anterior, bajo esta medida los operadores del servicio público de televisión podrían implementar mecanismos de participación que se encuentren sean correspondientes a los niveles del espectro de participación 3, 4 y 5 presentados en la sección 6.2.3, es decir involucrar, colaborar y empoderar.

Adicionalmente esta medida se encuentra acompañada de la elaboración e implementación de una estrategia, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC,

para de sensibilización y orientación a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados, respecto del reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente adicionales, en un periodo mínimo de 2 años, siguiendo los parámetros descritos en la alternativa 3 respecto a dicha estrategia.

8.3.3. Temática 3: Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario

Situación identificada:	En promedio, el 63% de niños, niñas y adolescentes en Colombia consumen contenidos audiovisuales por medio del servicio público de televisión, incluyendo anuncios publicitarios, sin compañía de un adulto responsable
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de publicidad, lo que implica continuar con la vigencia de las responsabilidades especiales de los medios de comunicación del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006, el cuidado de la publicidad cuando es dirigida a NNyA, establecido en el artículo 2.2.2.33.5 del Decreto 1074 de 2015, así como las medidas regulatorias dispuestas en los Títulos 15 y 16 de la Resolución 5050 de 2016, y en el numeral 4 del Artículo 15.5.1.1 de la Resolución 6261 de 2021.
Alternativa 2: Establecer prohibiciones para el contenido publicitario que se transmite a través del servicio público de televisión.	Establecer un listado de cuatro (4) prohibiciones específicas dirigidas a los operadores del servicio público de televisión con el propósito de garantizar que el contenido publicitario sea apto para los niños, niñas y adolescentes.
Alternativa 3: Implementar una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia frente al contenido publicitario.	Elaborar e implementar una estrategia pedagógica, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, en la que se promueva la protección de la infancia en el contenido publicitario dirigido a televidentes y operadores del servicio público de televisión, y recursos pedagógicos adicionales que se difundan entre operadores de servicios regulados y no regulados.
Alternativa 4: Permitir la adopción de un código de autorregulación sobre el contenido publicitario.	Permitir a los operadores del servicio público de televisión que adopten un código de autorregulación sobre contenido publicitario en el que se indique las medidas voluntarias que se comprometen a cumplir para proteger de manera efectiva a los niños, niñas y adolescentes. Adicionalmente, los operadores deberán velar por el cumplimiento de este código a través de un seguimiento interno y difundir sus buenas prácticas a los televidentes.

Alternativa 1: Statu Quo.

Esta primera alternativa prescinde de la posibilidad de realizar intervenciones regulatorias, de manera que se mantenga el régimen vigente aplicable en materia de publicidad para todas las formas de la naturaleza jurídica del servicio público de televisión que, como se referenció anteriormente, se encuentran en los preceptos normativos establecidos en el artículo 47 de la Ley 1098 de 2006, en el artículo 2.2.2.33.5 del Decreto 1074 de 2015, así como en lo dispuesto en los Títulos 15 y 16 de la Resolución 5050 de 2016.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 67 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Alternativa 2: Establecer prohibiciones para el contenido publicitario que se transmite a través del servicio público de televisión

Mediante esta alternativa de solución la CRC pretende establecer un listado de cuatro (4) prohibiciones específicas las cuales estarían dirigidas a los operadores del servicio público de televisión, con el propósito de garantizar que el contenido publicitario sea apto para los niños, niñas y adolescentes, es decir, aquel anuncio publicitario o mensaje comercial que se circunscribe en los principios constitucionales y legales vigentes, partiendo desde el reconocimiento de los derechos fundamentales de los niños, hasta la promoción y protección de los mismos. En todo caso, se aclara, la lista que aquí se propone, pretende que el contenido publicitario que se emita no requiera la compañía de un adulto responsable.

Las cinco (4) prohibiciones que se implementarían en la regulación para emitir contenido publicitario en el servicio público de televisión, son:

- Prohibir la emisión de cualquier tipo de publicidad que presente o haga referencia a productos comestibles o bebibles no alcohólicos dirigidos a niños, niñas, y adolescentes, sin el etiquetado frontal de advertencia, en los términos establecidos en la Ley 2120 de 2021¹⁰⁰ y demás normas que la reglamenten, modifican o sustituyan.
- Prohibir la opacidad¹⁰¹, y el encubrimiento de los sellos de etiquetado frontal de advertencia de los productos comestibles o bebibles de los que trata la Ley 2120 de 2021.
- Prohibir cualquier tipo de publicidad que incentive a los niños a salir solos o con extraños¹⁰².
- Prohibir que la publicidad induzca explícitamente a los niños a considerar que son probablemente más ridículos, inferiores a otros, menos populares, desleales, o sentir que decepcionaron a alguien si ellos o sus familiares no usan un cierto producto o servicio¹⁰³.

Alternativa 3: Implementación una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia en el contenido publicitario.

La tercera opción que se plantea como solución tiene que ver con la tendencia de interactuar con los grupos de valor a través de métodos menos complejos, en el que se logre socializar el alcance que debe tener la protección de los Niños, Niñas y Adolescentes.

Para lograrlo, se diseñará e implementará una estrategia pedagógica en el marco de los proyectos *Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana y Mediación audiovisual*, consignados en la Agenda Regulatoria CRC 2024-2025. Se pronóstica que esta estrategia pedagógica podrá desarrollarse en una duración mínima de dos (2) años, dirigida a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, servicios OTT, padres de familia e instituciones educativas). Como se indicó también en la sección 7.3.1., estas iniciativas contemplarán el desarrollo de recursos didácticos que sensibilicen a los actores de interés sobre la importancia de garantizar la protección de NNyA en su consumo de contenidos y anuncios publicitarios en las diferentes pantallas.

¹⁰⁰ "Por medio de la cual se adoptan medidas para fomentar entornos alimentarios saludables y prevenir enfermedades no transmisibles y se adoptan otras disposiciones"

¹⁰¹ Se entiende por opacidad a las imágenes opacas o poco visibles que sean transmitidas en la televisión.

¹⁰² ASA / CAP. "Código 05 niños" [En línea]. [Fecha de consulta 13 de octubre de 2023], Disponible en: https://www.asa.org.uk/type/broadcast/code_section/05.html

¹⁰³ ibidem

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 68 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Estas estrategias podrán estar conformadas por las siguientes actividades y productos pedagógicos:

- a. Campañas de difusión del marco normativo y regulatorio en materia de contenidos publicitarios, así como de estrategias de protección, códigos de autorregulación publicitaria e influencia de la publicidad sobre NNyA. Las campañas podrán incorporar spots de video difundidos por diferentes medios, y piezas gráficas, que buscarán llegar a la ciudadanía a través de medios tradicionales y redes sociales.
- b. Talleres Audiovisuales de Pluralismo —TAP— (presenciales y virtuales) con énfasis regional. Estos TAP, parte de una estrategia desarrollada por la CRC desde 2021, son espacios de diálogo y sensibilización para generadores de contenidos publicitarios, programadores de TV, entidades del Estado relacionadas con el tema (MinTIC, ICBF, Minsalud e Invima), anunciantes y demás vinculados al mundo de la publicidad en televisión.

Alternativa 4: Permitir la adopción de un código de autorregulación sobre el contenido publicitario.

A través de la presente alternativa de solución, la CRC plantea la posibilidad de establecer medidas basadas en la autorregulación. De esta manera, a partir de la participación de la CRC en el International Training Programme Autorregulación de Medios en entornos democráticos, de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional (ASDI), una posible definición de autorregulación de medios de comunicación que se puede tener en consideración es la siguiente¹⁰⁴:

"(...) 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 (...)"

El mismo documento establece un punto medio entre la autorregulación y la regulación estatal: la corregulación:

"(...) La co-regulación de los medios de comunicación se refiere a un modelo de gobernanza en el cual tanto entidades públicas como privadas colaboran para establecer y supervisar normas y prácticas en el ámbito mediático. Combina la autorregulación, donde los medios se responsabilizan de definir y seguir sus propios códigos éticos, con la intervención estatal, que establece parámetros legales y garantiza que se respeten derechos fundamentales.

La co-regulación busca encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y la protección del interés público, promoviendo la calidad informativa, la ética periodística y la responsabilidad en la difusión de contenidos (...)"¹⁰⁵

¹⁰⁴ ASDI. 2021. Principios de la Autorregulación. E <https://www.auto-regulacion.org/copia-de-principios-%C3%A9ticos>

¹⁰⁵ ibidem

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 69 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Con este marco conceptual, la alternativa que se propone evaluar consta de dos componentes, a saber: (i) establecer un código de autorregulación y (ii) diseñar una estrategia de difusión de este código entre los televidentes y la ciudadanía en general, durante los próximos tres (3) años.

Para el primer componente, dentro de los seis (6) meses siguientes, contados a partir de la entrada en vigor de la medida, los operadores del servicio público de televisión deberán elaborar un código de autorregulación, de manera individual o en conjunto con otros operadores, en el que se establezcan las condiciones con las que se emitirá publicidad, ya sea en formato de anuncio o inmersa en los contenidos de la programación.

El contenido mínimo de este código de autorregulación será:

- Las estrategias o actividades que se compromete desarrollar el operador de cara a sus audiencias con el objetivo de cumplir los preceptos normativos establecidos sobre la emisión de publicidad a través del servicio público de televisión, especialmente lo establecido en el artículo 47 de la Ley 1098 de 2006 y los Títulos 15 y 16 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
- Los anuncios publicitarios que se compromete a no emitir en horario apto para todo público y las razones de su compromiso.
- Las estrategias o actividades que se compromete realizar el operador para sensibilizar el contenido del código de autorregulación a sus colaboradores y la forma en la que se realizará seguimiento a estas estrategias.

Este código deberá ser reportado a la CRC dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigor de la medida. Así mismo, cualquier modificación o adición que se haga al código de autorregulación, deberá ser informado a la CRC dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a su adopción. Una vez sea aprobado su creación o posterior a la modificación del contenido, el operador publicará el código en su página web, si cuenta con ella; en caso contrario, utilizará cualquier medio efectivo de comunicación para realizar su divulgación.

Para el segundo componente de la alternativa, el operador presentará ante la CRC, junto con el código de autorregulación, un plan de difusión del código el cual deberá incluir, como mínimo, lo siguiente:

- Una estrategia de difusión en la emisión televisiva del canal principal o, en caso de contarse con una, en la subseñal infantil. Solo será necesario la difusión en una de las señales.
- Una estrategia de difusión en las redes sociales del operador y sus canales.
- Un reporte anual del seguimiento, cumplimiento y difusión que cada operador haga de las medidas autorregulatorias en todas las etapas de la emisión televisiva. Este reporte podrá ser requerida con el debido tiempo por la CRC para efectos de evaluación ex post de la medida no regulatoria.

9. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

El análisis multicriterio es una de las metodologías más usadas en la evaluación de políticas públicas y en los procesos de toma de decisiones¹⁰⁶. La posibilidad de incluir dentro de los criterios,

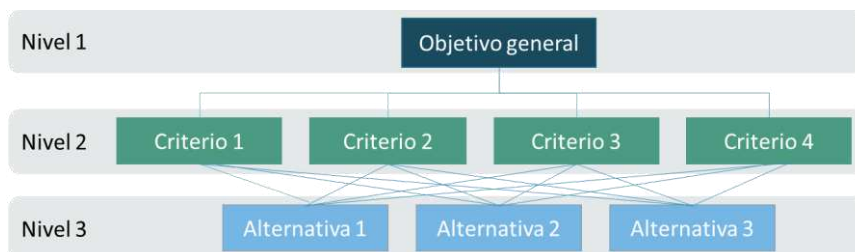
¹⁰⁶ DEAN, Marco. Multi-criteria analysis. En: Advances in Transport Policy and Planning [En Línea]. Vol 6. 2020. Niek Mouter. p. 165-224. ISBN 9780128208212. Disponible en: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2543000920300147>>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 70 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

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 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 literatura¹⁰⁷. Esta metodología, desarrollada por Saaty (1977-1980), parte de la descomposición de la temática o problemática a analizar, en un esquema jerárquico como el que se describe en la Ilustración 11. 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.

Ilustración 11. Estructura del proceso jerárquico de análisis



Fuente: Elaboración CRC con base en ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. Multi-Criteria Decision Analysis. Methods and Software. 2013¹⁰⁸.

La técnica del AHP busca construir, mediante un proceso analítico, una representación de la "curva de utilidad de los criterios y alternativas"¹⁰⁹. Esta técnica se basa en las leyes de la psicofísica para establecer escalas de evaluación relativas¹¹⁰, a partir de comparaciones directas, segmentando el análisis por pares, para determinar los grados de preferencia mediante un proceso matemático¹¹¹. Esta técnica, 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 prejuzgamiento.

De acuerdo con el Departamento para Comunidades y Gobierno Local del Reino Unido¹¹², la implementación de un análisis multicriterio debe cumplir las siguientes fases:

¹⁰⁷ 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>

¹⁰⁸ El nivel 2 puede descomponerse en varios subniveles dependiendo de la cantidad de subcriterios que compongan el criterio.

¹⁰⁹ ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. Multi-Criteria Decision Analysis. Methods and Software: Wiley, 2013. ISBN: 978-1-119-97707-9

¹¹⁰ DOLDÁN, Félix. Métodos de decisión basados en criterios cualitativos: una comparación entre los métodos AHP y REMBRANT. 1999. Universidad de La Coruña.

¹¹¹ 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>

¹¹² DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT: LONDON. Op. Cit., p. 50.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 71 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- 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.

9.1. Criterios de evaluación

En el marco del proceso de análisis de impacto normativo, a partir del diseño del árbol del problema, así como sus causas y consecuencias, se establecen las temáticas que contienen las situaciones asociadas a la participación y protección de los televidentes, con énfasis en los niños, niñas y adolescentes, en conjunto con las alternativas de solución. Tanto las temáticas como las alternativas fueron compartidas y validadas en diferentes espacios con los grupos de valor de contenidos audiovisuales, entre los cuales se encuentran operadores del servicio público de televisión, agremiaciones sectoriales, asociaciones y organizaciones sociales, además de instituciones de educación superior. En este sentido, la presente sección se enfoca en la descripción de los criterios y subcriterios que se generan en este contexto de decisión.

De acuerdo con el manual de análisis multicriterio, los criterios se definen como *"las medidas de desempeño mediante las cuales se juzgarán las opciones"*¹¹³, por su parte, *Regier* y *Peacock* los describen como los objetivos que deben ser satisfechos en diferente medida por las opciones o alternativas que deben ser evaluadas¹¹⁴. En el marco de la presente propuesta, los criterios y subcriterios serán comprendidos como un estándar o parámetro que permite establecer un grado de comparación, realizar un juicio o valorar una alternativa en función a un referente. Con base en lo anterior, a continuación, se presentan los criterios empleados para el desarrollo de la evaluación de las alternativas de las Temáticas 1, 2 y 3.

Listado de criterios empleados en la evaluación de alternativas de las temáticas 1, 2 y 3.

Temática 1: Criterios de las alternativas de "Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes":

- Mediación parental frente a contenidos: Disponibilidad y eficacia de la alternativa para que los padres y cuidadores cuenten con suficiente información sobre lo que ven los niños, niñas y adolescentes.

¹¹³ DEPARTMENT FOR COMMUNITIES AND LOCAL GOVERNMENT: LONDON. Op. Cit., p. 32.

¹¹⁴ Regier, Dean; Peacock, Stuart. Capítulo 2 Theoretical Foundations of MCDA. En: Multi-Criteria Decision Analysis to Support Healthcare Decisions. Editores: Marsh, K; Goetghebeur, M; Thokala, P; Baltussen, R. Springer, 2017. Página 12. ISBN: 978-3319-47538-7

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 72 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- Formación de audiencia con énfasis en menores de edad: Insumos para la generación de competencias para el consumo crítico de contenidos de niños, niñas y adolescentes.
- Convergencia de medios: Grado en que la alternativa puede dar alcance a contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y plataformas, así como lineales y no lineales.
- Sensibilización a los colaboradores¹¹⁵ de los medios: Fortalecimiento de las capacidades y habilidades de las personas que desempeñan labores asociadas con el diseño, producción y difusión de contenidos audiovisuales para la protección de los niños, niñas y adolescentes.
- Efectividad en la adopción de la alternativa: Grado en que la alternativa permite garantizar el fortalecimiento de los esquemas¹¹⁶ de protección de los niños, niñas y adolescentes frente a los contenidos audiovisuales.
- Costo de la implementación: Costo que percibe el operador del servicio de televisión frente a la adopción de la alternativa regulatoria.
- Costo administrativo: Costo que percibe el regulador frente a la implementación de la alternativa regulatoria.

Temática 2: Criterios de las alternativas de "Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes"

- Flexibilidad de la alternativa: Grado en que la alternativa permite adaptar los criterios y estrategias de participación a las necesidades y características de los televidentes en contextos específicos.
- Convergencia de medios: Grado en que la alternativa puede dar alcance a contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y plataformas, así como lineales y no lineales.
- Nivel en el espectro de participación pública: Grado en la alternativa promueve la generación de espacios para profundizar en el espectro de participación pública, incluyendo el uso de la infraestructura y herramientas al alcance de los medios audiovisuales.
- Efectividad en la adopción de la alternativa: Grado en que la alternativa permite garantizar el fortalecimiento de los esquemas¹¹⁷ de protección de los niños, niñas y adolescentes frente a los contenidos audiovisuales.

¹¹⁵ Por colaboradores se hace referencia a todas las personas que hacen parte de los procesos de diseño, producción y difusión, independientemente de la relación laboral que se tenga con el medio audiovisual.

¹¹⁶ Por esquemas de protección de los niños, niñas y adolescentes se hace referencia al conjunto de acciones que puede desarrollar o promover la CRC a través de la regulación. Algunos ejemplos serían: herramientas de información, estrategias de formación, entre otros.

¹¹⁷ Por esquemas de protección de los niños, niñas y adolescentes se hace referencia al conjunto de acciones que puede desarrollar o promover la CRC a través de la regulación. Algunos ejemplos serían: herramientas de información, estrategias de formación, entre otros.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 73 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- Costo de la implementación: Costo que percibe el operador del servicio de televisión frente a la adopción de la alternativa.

Temática 3: Criterios de las alternativas de "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario"

- Sensibilización de los colaboradores¹¹⁸ de los medios: Fortalecimiento de las capacidades y habilidades de las personas que desempeñan labores asociadas con el diseño, producción y difusión de contenidos audiovisuales para la protección de los niños, niñas y adolescentes.
- Flexibilidad de la alternativa: Grado en que la alternativa permite adaptar los criterios y estrategias de protección de NNyA a las necesidades y características de dicha población en contextos específicos.
- Efectividad en la adopción de la alternativa: Grado en que la alternativa permite garantizar el fortalecimiento de los esquemas¹¹⁹ de protección de los niños, niñas y adolescentes frente a los contenidos audiovisuales.
- Costo de la implementación: Costo que percibe el operador del servicio de televisión frente a la adopción de la alternativa.
- Convergencia de medios: Grado en que la alternativa puede impactar los contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y plataformas, así como lineales y no lineales.
- Herramientas para la vigilancia y control: Grado en que la alternativa facilita las actividades de supervisión y control sobre el cumplimiento de las condiciones para la protección de NNyA frente al contenido de la publicidad.
- Costo administrativo: Costo que percibe el regulador frente a la implementación de la alternativa regulatoria.

9.2. Ponderadores y prueba de consistencia

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, se procede a definir la importancia relativa de los criterios de evaluación. Para ello, se utiliza la escala propuesta por Saaty¹²⁰, 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.

¹¹⁸ Por colaboradores se hace referencia a todas las personas que hace parte de los procesos de diseño, producción y difusión, independientemente de la relación laboral que se tenga con el medio audiovisual.

¹¹⁹ Por esquemas de protección de los niños, niñas y adolescentes se hace referencia al conjunto de acciones que puede desarrollar o promover la CRC a través de la regulación. Algunos ejemplos serían: herramientas de información, estrategias de formación, entre otros.

¹²⁰ 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>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 74 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Tabla 6. Escala de Saaty para la evaluación relativa de criterios.
(¿Cuál es la importancia relativa del criterio X respecto del criterio Y?)

Donde	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 λ , 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. Para las temáticas 1, 2 y 3 se obtuvo un valor de 7,9%; 8,1% y 9,3% respectivamente, demostrando la consistencia de los ponderadores construidos a través de esta metodología.

Así las cosas, el detalle de todos los análisis realizados de la evaluación de las alternativas definitivas de las situaciones problemáticas identificadas en las temáticas 1, 2 y 3 del presente proyecto regulatorio, se puede consultar la sección 13.2 Anexo 2. Finalmente, en la Sección 9.1 del presente documento se presentan los resultados obtenidos en la aplicación de esta metodología de análisis aplicada a la temática mencionada.

10. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS

Es importante mencionar que para la evaluación de las alternativas orientadas a fortalecer la protección de las niñas, niños y adolescentes frente a la prevención o sugerencia de acompañamiento para el consumo de contenidos que se emiten por el servicio público de televisión, se tuvo como insumo principal una base de datos con información recolectada a partir de ejercicios experimentales realizados por la CRC para medir la percepción y establecer la opinión que tienen los televidentes, adultos y menores de edad, acerca de diferentes mecanismos para brindar información sobre el contenido de los programas, entre ellos el aviso previo que hacen parte de la normativa vigente y otros símbolos visuales de advertencia sobre dichos contenidos emitidos, buscando evaluar la medida en que los televidentes toman decisiones sobre la visualización de estos contenidos y cómo previenen la exposición de escenas o imágenes que puedan no ser aptas para determinadas edades o públicos.

Estos ejercicios experimentales tuvieron como marco de referencia lo establecido en la normativa vigente en relación con las herramientas para la protección de las audiencias en televisión nacional y las experiencias internacionales descritas en la sección 5, en las que se incluyen herramientas adicionales a las establecidas en Colombia, que tienen el objetivo de aportar mayor información sobre las características de los contenidos que se emiten. Teniendo como premisa metodológica ofrecer a los padres, madres y cuidadores mecanismos para desarrollar una mediación parental adecuada, como también brindar herramientas a los niños, niñas y adolescentes para puedan de manera autónoma, crítica y responsable decidir sobre los contenidos televisivos que consumen. Para acceder a la metodología y resultados más relevantes de esta indagación consultar la sección 13.3 denominada ANEXO 3: METODOLOGÍA Y RESULTADOS SOBRE LA PERCEPCIÓN DE SÍMBOLOS DE ADVERTENCIA SOBRE EL CONTENIDO AUDIOVISUAL.

9.1. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS EN APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA DE ANÁLISIS MULTICRITERIO

9.1.1. Temática 1 – Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo NNyA

En relación con la primera temática de “Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes” la importancia relativa de los criterios presentados en la sección anterior obtenida luego de la aplicación de la metodología de T. Saaty —descrita en la sección previa— se presentan a continuación.

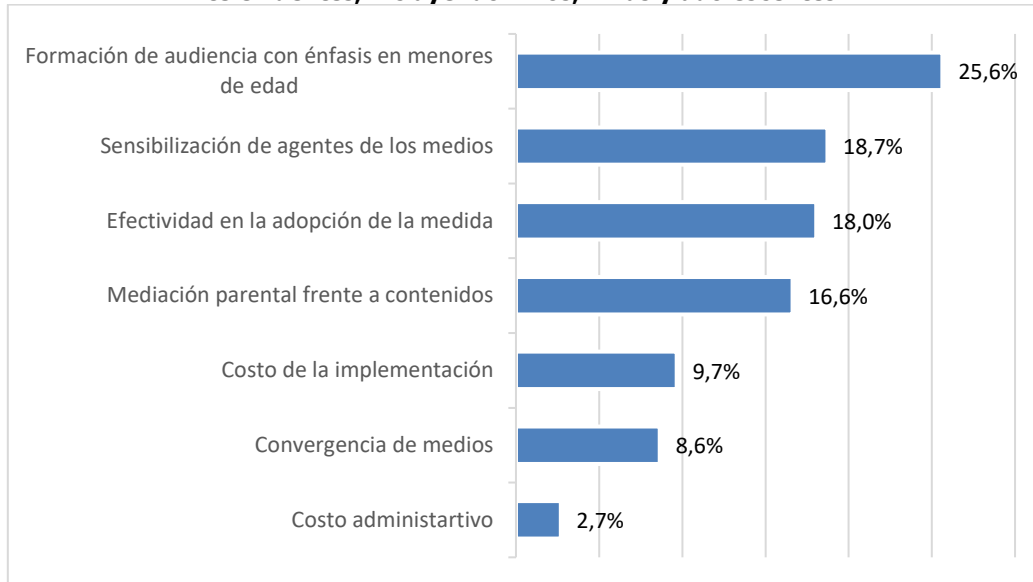
La Figura 2 muestra que el criterio más relevante es la formación de audiencia con énfasis en menores de edad que tiene un peso relativo de 25,6%, seguido por la sensibilización de agentes de los medios (18,7%), efectividad en la adopción de la medida (18%) y mediación parental frente a contenidos (16,6%). Los criterios con una menor importancia relativa para esta temática son el costo de la implementación (9,7%), la convergencia de medios (8,6%) y el costo administrativo (2,7%). Las matrices para la construcción de estos ponderadores, así como la prueba de consistencia de la misma se presentan en el Anexo de la sección 0 del presente documento.

Con los pesos de los criterios definidos se procede a realizar la evaluación de las alternativas asignando un puntaje de 1 a 5 para cada alternativa en relación con cada uno de los criterios anteriormente presentados. Para encontrar la alternativa ganadora se ponderó el puntaje asignado a las alternativas por el peso de cada uno de los criterios y se sumaron los resultados de los siete criterios para obtener

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 77 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

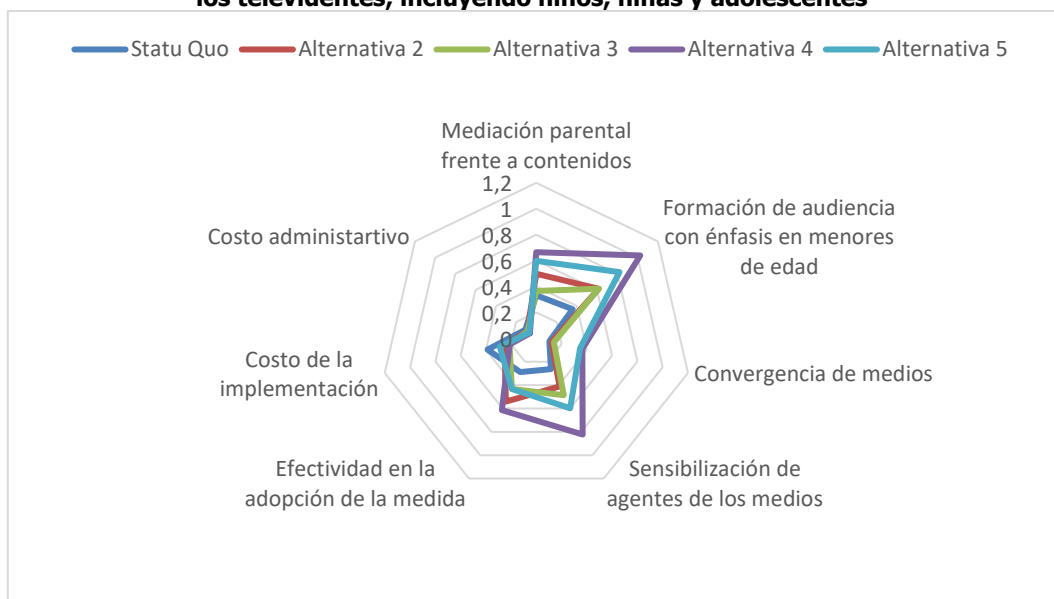
la calificación de cada alternativa, esta tabla puede consultarse en el Anexo de la sección 0. El desempeño de las alternativas por criterio se presenta en la Figura 3.

Figura 2: Ponderación de criterios para la temática 1 “Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes”



Fuente: Elaboración CRC.

Figura 3: Desempeño por criterio de las alternativas para temática 1 “Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes”

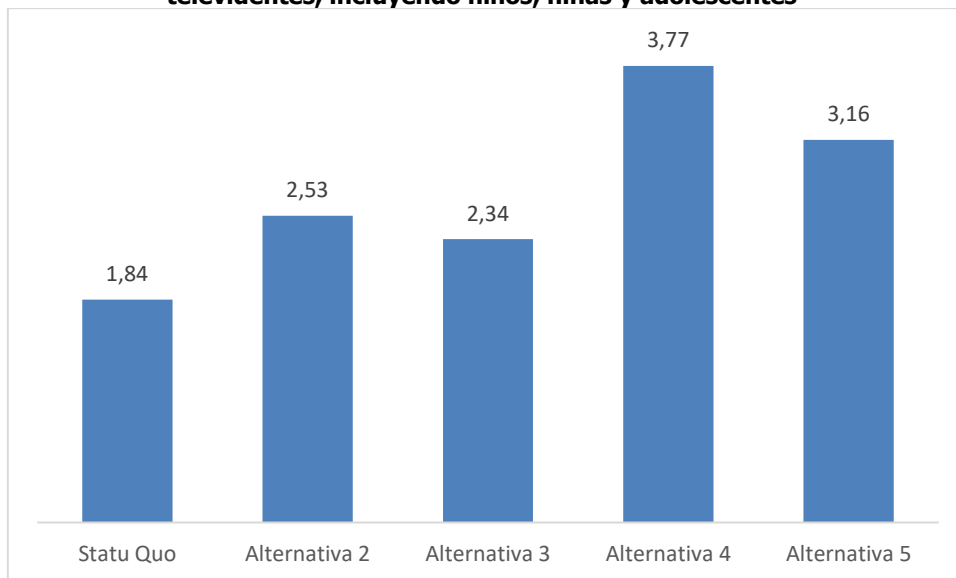


Fuente: Elaboración CRC.

En el criterio de formación de audiencia con énfasis en menores de edad la alternativa con mejor desempeño fue la correspondiente a establecer la posibilidad a los operadores de adoptar símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación, esto considerando que esta es la alternativa que se considera brinda mayores insumos para la generación de competencias para el consumo crítico de contenidos por parte de la audiencia objetivo del proyecto regulatorio. Esta alternativa también presentó el mejor desempeño en los criterios de sensibilización de agentes de los medios, efectividad en la adopción de la medida, mediación parental frente a contenidos y convergencia de medios. En los criterios relacionados con los costos, tanto de adopción de la medida, como en el costo administrativo, la alternativa del Statu Quo resulto ser la que presentaba un mejor desempeño.

A partir de estos desempeños por criterio se obtuvo el desempeño global de las alternativas, el cual se presenta en la Figura 4. En esta figura se observa como la alternativa 4, correspondiente a medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación, resulta ser la que tiene un mejor desempeño al superar a la siguiente alternativa por más de un punto, considerando que la escala es de 1 a 5.

Figura 4: Desempeño global de las alternativas para temática 1 "Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes"



Fuente: Elaboración CRC.

9.1.1.1. Conclusión

De acuerdo con los resultados obtenidos a través del ejercicio de Análisis multicriterio de las alternativas regulatorias, realizado en el marco del análisis de impacto normativo, la alternativa 4 presenta el mayor desempeño global al considerar los diferentes elementos evaluados. En este sentido, esta Comisión determinó que la medida con mayor relevancia, para el fortalecimiento de los esquemas de protección de los derechos de los televidentes, incluyendo a los niños, niñas y adolescentes como audiencia activa que consume contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y modalidades de consumo no lineal, elaborar e implementar una estrategia pedagógica en el marco de los proyectos *Pedagogía del Ecosistema Audiovisual* y *la Participación Ciudadana 2024* y *Mediación Audiovisual 2024*, consignados en la Agenda Regulatoria CRC 2024-2025. Estas estrategias se desarrollarán por un periodo mínimo de

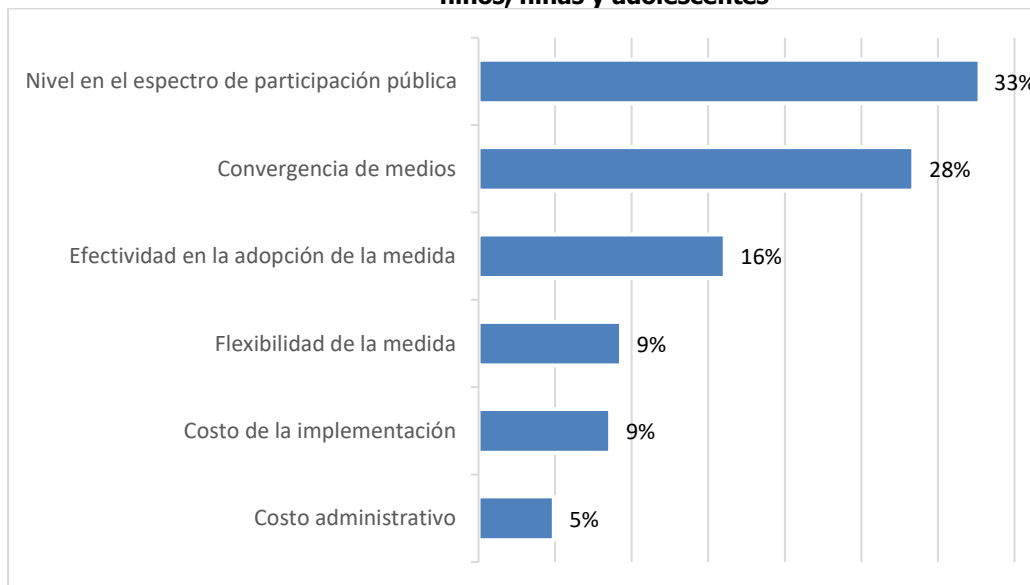
Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 79 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

2 años, y estarán dirigidas a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, servicios sobre OTT, padres y cuidadores e instituciones educativas), presenta un mayor grado de pertinencia frente a la problemática identificada. Las estrategias incluirán el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas, así como talleres para la sensibilización sobre la protección de niños, niñas y adolescentes. De tal manera, esta decisión no amerita la expedición de una medida regulatoria.

9.1.2. **Temática 2 – Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes.**

Con respecto a la segunda temática, la cual se encuentra asociada a la “Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes”, el ejercicio de construcción de ponderadores basado de la Metodología de T. Saaty muestra que los criterios que presentan una mayor relevancia son los asociados al nivel en el espectro de participación pública (33%) y a la convergencia de medios (28%), los cuales aportan un 51% en el total de las importancias relativas de los criterios. En este sentido se resalta una alta contribución al desempeño de la evaluación de los atributos asociados a la promoción de la generación de espacios para profundizar en el espectro de participación pública, incluyendo el uso de la infraestructura y herramientas al alcance de los medios audiovisuales y al alcance a contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y plataformas, así como lineales y no lineales.

Figura 5: Ponderación de criterios para la temática 2 “Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes”



Fuente: Elaboración CRC.

Adicional a estos criterios, se resalta la percepción sobre la efectividad en la adopción de la medida, el cual tiene un 16% de ponderación señalando que el grado de aporte a la valoración de alternativas en función de la percepción sobre la mejora de la información con el propósito de fortalecer los esquemas de participación de televidentes frente a los contenidos audiovisuales. Por último, los criterios

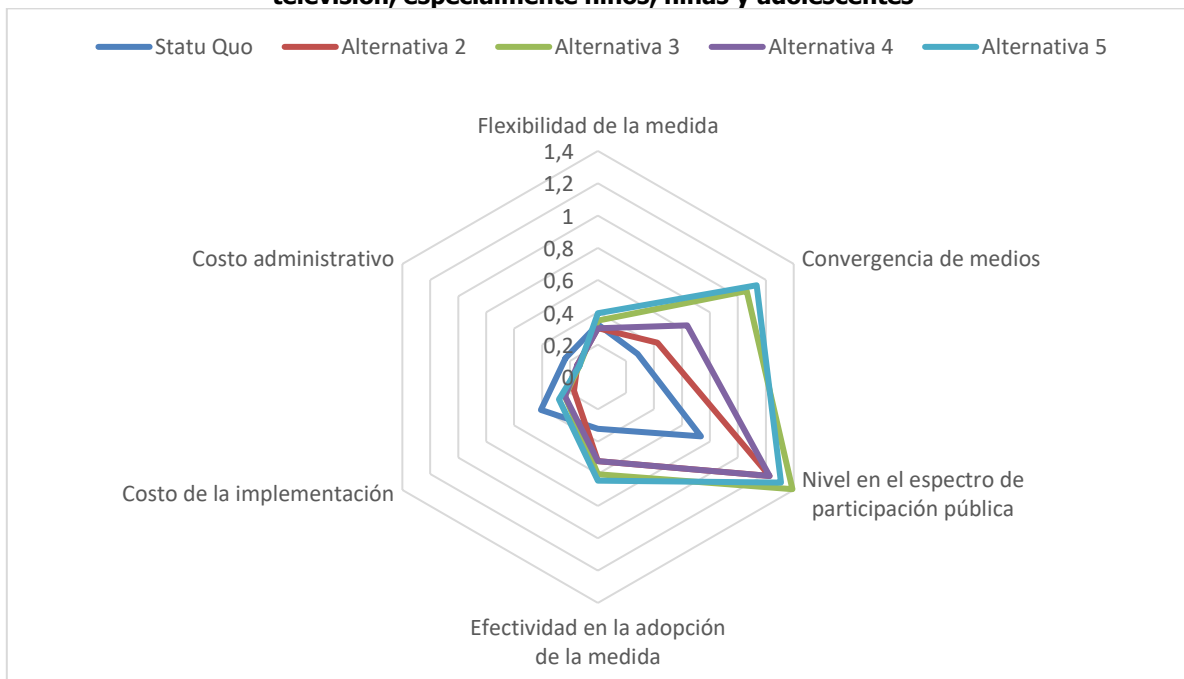
Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 80 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

flexibilidad de la medida y costo de la implementación aportan el 9% cada uno en la valoración global mientras que el costo administrativo aporta el 5%. Es importante recordar que en el marco de la construcción de estos ponderadores se obtuvo un índice de consistencia 8,1%, lo cual se considera un resultado óptimo al no superar el umbral del 10% de acuerdo con la metodología de matriz de importancias relativas.

Una vez definido los ponderadores de los criterios de evaluación, se procede a establecer la valoración de desempeño de cada una de las alternativas a la luz de los criterios correspondientes. Con respecto al criterio de nivel en el espectro de participación pública se observa que la alternativa con mejor desempeño fue la correspondiente con la medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de una estrategia pedagógica para el fomento de la participación, pues se observa que esta alternativa presenta herramientas que garantizan la implementación de los mecanismos de participación que busquen empoderar y colaborar con la ciudadanía.

Por su parte la alternativa asociada a medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación, es decir la alternativa 5, presentó el mejor desempeño en los criterios de convergencia de medios, efectividad en la adopción de la medida, flexibilidad de la medida al considerar los atributos facultativos y la implementación de la estrategia pedagógica que incluye a agentes no regulados. En los criterios relacionados con los costos, tanto de adopción de la medida, así como en el costo administrativo, la misma alternativa 5 resultó ser la que presentaba un mejor desempeño.

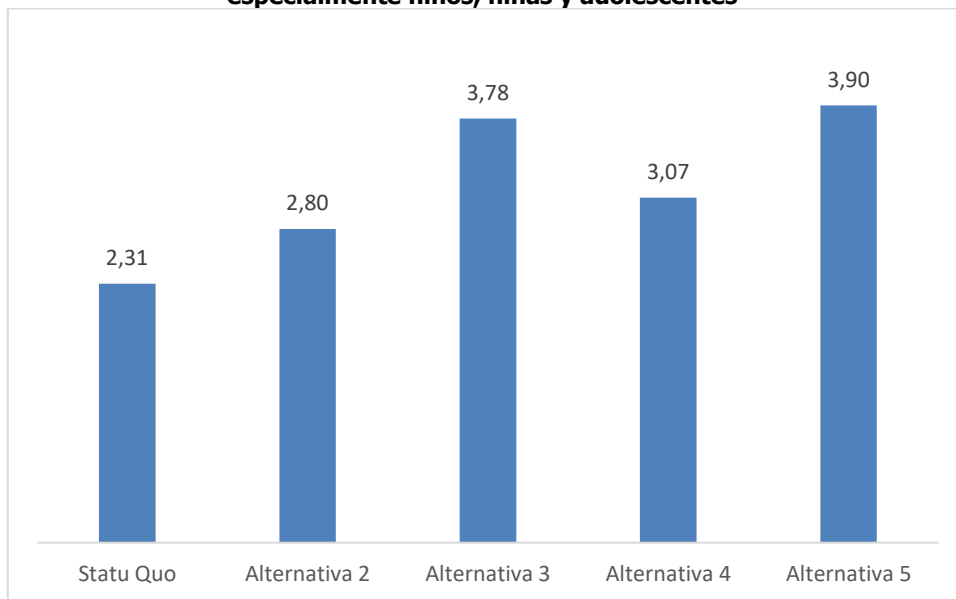
Figura 6: Desempeño por criterio de las alternativas para temática 2 "Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes"



Fuente: Elaboración CRC.

Tomando la valoración de desempeño individual de cada alternativa y considerando la ponderación de cada criterio se establece el puntaje global de desempeño que se puede observar en la Ilustración 6. Mediante esta gráfica se observa que la alternativa 5, correspondiente a las medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación, presenta el mayor puntaje global entre las alternativas evaluadas, obteniendo un puntaje de 3,9 considerando que la escala es de 1 a 5.

Figura 7: Desempeño global de las alternativas para temática 2 “Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes”



Fuente: Elaboración CRC.

9.1.2.1. **Conclusión**

Alternativa 5: Medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial.	Establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión de que adopten, de manera diferenciada (de acuerdo con el nivel de cubrimiento de los canales de televisión), mecanismos de participación identificados a partir del estudio de Barómetro del Pluralismo en función de la eficiencia de la acción en consistencia con el Espectro de participación pública y; elaborar e implementar, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, una estrategia de sensibilización dirigida a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados, respecto del reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente adicionales, en un periodo mínimo de 2 años.
---	---

En este sentido, la alternativa de solución No. 5 resulta con la mayor valoración frente al problema planteado teniendo en cuenta que su propósito busca promover la implementación de mecanismos de participación en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio público de televisión, con un énfasis especial en la inclusión de enfoques diferenciales en función del cubrimiento del servicio. Adicionalmente, esta alternativa busca garantizar la adopción de mecanismos con mayor

nivel de participación de acuerdo con la identificación realizada a partir del Estudio de Riesgos al Pluralismo de 2022 en concordancia con la eficiencia de la acción en consistencia con el Espectro de participación pública (ver 6.2.3 Espectro de la participación pública en televisión.).

Así las cosas, para la aplicación del enfoque diferencial de la regulación se tendrá en cuenta como características de agrupación el nivel de cubrimiento y la naturaleza jurídica de los canales, buscando establecer una gradualidad en la implementación de la medida. En la Tabla 10 se presenta la agrupación de los canales de acuerdo con las características antes mencionadas y los niveles de participación pública que deben ser adoptados.

Tabla 10. Enfoque Diferencial para la adopción de mecanismos de participación.

Grupo	Grupos de Canales	Mecanismos de participación
Grupo 1	TV Privada – Nacional Concesionario Espacios de TV Abierta Nacional TV Pública – Nacional TV por suscripción	3 mecanismos
Grupo 2	TV Pública – Regional Locales con ánimo de lucro.	2 mecanismos
Grupo 3	Locales sin ánimos de lucro	1 mecanismo

Fuente: Elaboración propia CRC

Como referencia metodológica para la identificación de los niveles de la participación ciudadana se propone la adopción de la métrica de *escaleras de la participación*, siguiendo a Sherry Arnstein en 1969 en su artículo *A ladder of citizen participation*¹²¹, Robert Hart¹²² y de Davidson Scott¹²³.

Es importante aclarar que el nivel de uso o implementación por parte de los operadores no es un parámetro que corresponda con el nivel de participación que la actividad genera en la ciudadanía. Por lo que es necesario que se haga una clasificación de estos mecanismos de acuerdo con los niveles de participación que se describen en el Espectro de la participación pública. A continuación, se presenta esta clasificación.

Tabla 11. Escala del espectro de participación de los televidentes en la creación y emisión de contenidos, de adopción facultativa para los canales de televisión

Nivel de Escala	Escala del espectro	Mecanismo de Participación
5	Empoderar	Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos
5	Empoderar	Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.
4	Colaborar	Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.

¹²¹ Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16699/2/ESCALERA_ARNSTEIN_1969.pdf

¹²² Disponible en:

https://www.upla.cl/noticias/wp-content/uploads/2014/08/2014_0805_faceduc_orientacion_escalera_participacion.pdf

¹²³ Disponible en: <http://www.exhi.cl/PAC-Participacion-Ciudadana-en-Chile-Consejos-Sociedad-Civil-COSOC-Cuenta-Publica-Participativa.htm>

4	Colaborar	Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.
4	Colaborar	Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos.
3	Involucrar	Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia.
3	Involucrar	Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal.
3	Involucrar	Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal.
3	Involucrar	Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, WhatsApp, página web)

9.1.2.2. Propuesta regulatoria

Teniendo en cuenta los resultados expuestos en la sección anterior, la propuesta regulatoria es la siguiente:

Subrogar los artículos 15.3.1.1., 15.3.1.2., 15.3.1.3. y 15.3.1.4. de la sección I Capítulo III Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016, los cuales quedarán de la siguiente manera:

"

SECCIÓN I.

~~PARTICIPACIÓN A TRAVÉS DE ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS,~~

PARTICIPACIÓN DE LOS TELEVIDENTES EN LA GENERACIÓN Y EMISIÓN DE CONTENIDOS TRANSMITIDOS MEDIANTE EL SERVICIO DE TELEVISIÓN

ARTÍCULO 15.3.1.1. OBJETO: *La presente sección tiene por objeto promover y facilitar la participación ciudadana, a través de las asociaciones de ciudadanos televidentes, ligas de televidentes o de usuarios, en el proceso de inspección, vigilancia y control mediante la adopción e implementación de mecanismos efectivos, como mecanismos de promoción del pluralismo, en el proceso de generación y emisión de contenidos transmitidos a través del servicio público de televisión. ~~que de conformidad con la ley le compete a la CRC en desarrollo de su misión institucional, como mecanismo de control social y defensa del ciudadano televidente.~~ Estos mecanismos no solo buscan fomentar la participación ciudadana, sino también fortalecer el control social y salvaguardar los derechos del televidente.*

ARTÍCULO 15.3.1.2. ~~ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN; MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN:~~ *Para efectos de lo dispuesto en el artículo anterior, se entiende como Asociación de Ciudadanos Televidentes, Liga de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión toda organización social sin ánimo de lucro, constituida formalmente por un número plural de personas, cuyo objeto social principal sea la realización de actividades relacionadas con la participación de la ciudadanía en la vigilancia y control del servicio público de televisión, y, en general, el ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos frente a dicho servicio. Los mecanismos de participación son herramientas, procesos o estructuras diseñadas para involucrar activamente a la audiencia y a la ciudadanía en general en el desarrollo y la difusión de contenidos televisivos. Estos mecanismos buscan asegurar que el público tenga la oportunidad de influir, opinar y participar de manera significativa en las decisiones relacionadas con la programación y los contenidos transmitidos por los canales de servicio público de televisión.*

ARTÍCULO 15.3.1.3. ~~REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN: IMPLEMENTACIÓN DE LOS MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN:~~ *Créase el Registro Único Nacional de Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión, como un sistema único de información que contiene los datos que deben suministrar las Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión, sin importar el nombre que las mismas asuman o el grado de complejidad en su organización, que se inscriban como tales ante la CRC, conforme a los requisitos y para los fines determinados en la presente sección. Para efectos de la materialización de la participación de los televidentes en la generación y emisión de los contenidos transmitidos a través del servicio público de televisión, los operadores deberán implementar mecanismos de participación efectiva en función de la cobertura y la modalidad del servicio de manera diferencial y de acuerdo con la escala del espectro de participación de los televidentes en la creación y emisión de contenidos que se establece en la siguiente tabla:*

Grupo	Grupos de Canales	Mecanismos de partición
Grupo 1	TV Privada – Nacional Concesión Espacios de TV Abierta Nacional TV Pública – Nacional TV por suscripción	3 mecanismos
Grupo 2	TV Pública – Regional Locales con ánimo de lucro.	2 mecanismos
Grupo 3	Locales sin ánimos de lucro	1 mecanismos

~~PARÁGRAFO.~~ *Las organizaciones inscritas en el registro anterior sólo serán reconocidas como tales para efectos de la presente sección. La inscripción en este registro no habilita a las mismas para actuar ante la CRC como organizaciones con otros fines, aun si su objeto social incluye otros campos de ejercicio, y menos aún si tiene título habilitante para la operación de cualquiera de las modalidades del servicio de televisión objeto de inspección, vigilancia y control por parte de las entidades competentes.*

ARTÍCULO 15.3.1.4. ~~CONSTITUCIÓN Y RECONOCIMIENTO+ REPORTE DE INFORMACIÓN:~~ *Las asociaciones de ciudadanos televidentes, ligas de televidentes o de usuarios del servicio público de televisión se constituirán en la forma establecida en el artículo 4o del Decreto 1441 de 1982 o la normatividad vigente sobre la materia. La persona que en el correspondiente acto de constitución haya sido designada como su representante legal, solicitará la inscripción de esta como tal a la CRC y adjuntará constancia del reconocimiento expedida por la autoridad competente. Los operadores del servicio público de televisión de acuerdo con su nivel de cubrimiento y naturaleza jurídica, en los términos establecidos en el artículo 15.3.1.4. de la presente resolución, deberán remitir a la CRC un reporte que contenga los mecanismos de la escala del espectro de participación de los televidentes en la creación y emisión de contenidos para el fomento del pluralismo implementados, de forma eventual, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su implementación, de conformidad con lo dispuesto en el Formato T.4.6. del Título de Reportes de Información de la Resolución CRC 5050 de 2016."*

Adicionalmente, con el propósito de realizar el seguimiento a la implementación de los mecanismos de participación adoptados por los operadores del servicio público de televisión se propone la adición del siguiente formato:

"FORMATO T.4.6. MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN DE LOS TELEVIDENTES

Periodicidad: Eventual

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 85 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Contenido: No aplica

Plazo: Hasta 15 días hábiles después de la adopción de la escala del espectro de participación de los televidentes en la creación y emisión de contenidos. El presente formato deberá ser diligenciado por los operadores del servicio público de televisión de acuerdo con su nivel de cubrimiento y naturaleza jurídica, en los términos establecidos en el artículo 15.3.1.4. de la presente resolución. Toda modificación en los mecanismos de participación adoptados deberá registrarse en el plazo anteriormente descrito.

1	2	3	4	5
Mecanismo de participación	Fase del proceso	Tipo de Contenido	Cantidad de televidentes involucrados	Frecuencia de implementación del mecanismo

1. **Mecanismo de participación:** *corresponde a la actividad implementada por el operador para fomentar la participación de los televidentes de acuerdo con la clasificación establecida en el espectro de participación y que se describen a continuación:*

<i>Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos</i>
<i>Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.</i>
<i>Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.</i>
<i>Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.</i>
<i>Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos.</i>
<i>Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia.</i>
<i>Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal.</i>
<i>Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal.</i>
<i>Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, WhatsApp, página web)</i>

2. **Fase del proceso:** *se refiere a la etapa del proceso de producción de un contenido televisivo en la que se implementa el mecanismo de participación y que se corresponde con una de las etapas que se describen en el siguiente cuadro:*

<i>Ideación y diseño</i>
<i>Investigación</i>
<i>Preproducción</i>
<i>Producción</i>
<i>Posproducción</i>
<i>Circulación o emisión</i>

3. **Tipo de contenido:** corresponde con el género narrativo o formato televisivo al que pertenece el contenido o estrategia transmedia en la que se implementa la actividad de participación ciudadana y se determinan según el siguiente cuadro:

NO FICCIÓN	FICCIÓN
Noticiero	Película
Informativo	Telenovela
Documental	Serie
Magazín/Entrevistas	Infantil (live action)
Concurso	Infantil (animación)
Reality	
Deportivo	
Musical	
Evento en directo	
Humorístico	
Infantil documental	
Educativo	
Religioso	

4. **Cantidad de televidentes involucrados:** número de personas que hacen parte activa de las actividades de participación que no hacen parte o están vinculados laboralmente con el canal de televisión.
5. **Frecuencia de implementación del mecanismo:** periodicidad con la que se implementan las actividades de participación ciudadana, de acuerdo con las siguientes frecuencias:

Continua
semanal
mensual
trimestral
semestral
Ocasional

ARTÍCULO 15.3.1.5. REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN: Para los efectos de esta sección, la CRC inscribirá en el Registro Único Nacional de Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión a las organizaciones civiles que reúnan los siguientes requisitos:

1. Ser una persona jurídica sin ánimo de lucro, debidamente constituida.
2. Estar acorde su objeto social con lo establecido en el artículo 13.3.1.2. del presente capítulo.
3. Diligenciar bajo la gravedad del juramento el formulario de inscripción que para tales efectos defina la CRC, el cual podrá ser consultado por los interesados en la página web.
4. Presentar certificado de existencia y representación legal expedido por autoridad competente, con una antelación no superior a tres (3) meses a la fecha de su presentación.
5. Una vez hecho el respectivo registro, la CRC, comunicará inmediatamente y por escrito al interesado sobre su inclusión.

DEFINICIÓN DE ESCALA DEL ESPECTRO DE PARTICIPACIÓN DE LOS TELEVIDENTES EN LA CREACIÓN Y EMISIÓN DE CONTENIDOS, DE ADOPCIÓN FACULTATIVA PARA LOS CANALES DE TELEVISIÓN. Para efectos del cumplimiento por los operadores de la

obligación prevista en el artículo 15.3.1.3 los mecanismos de participación se clasifican conforme al siguiente espectro de adopción facultativa:

Nivel de Escala	Escala del espectro	Mecanismo de Participación
5	Empoderar	Procesos de co-creación de contenidos con la ciudadanía/Diseño de contenidos con la intervención de grupos poblacionales específicos
5	Empoderar	Creación de equipos editoriales conformados por las audiencias objetivo para la definición de temas, estrategias, proyectos y tipos de contenidos del canal.
4	Colaborar	Emisión de contenidos producidos por la ciudadanía.
4	Colaborar	Fomento a la producción de contenidos digitales por parte de la ciudadanía relacionados con contenidos emitidos en el canal.
4	Colaborar	Participación de la ciudadanía (no actores o periodistas) en la producción y/o grabación de los contenidos.
3	Involucrar	Estrategias de participación ciudadana a través de redes sociales o proyectos multimedia.
3	Involucrar	Creación de espacios virtuales para que la ciudadanía se exprese sobre los contenidos que emite el canal.
3	Involucrar	Actividades presenciales o vivenciales con la ciudadanía relacionadas con los contenidos que produce el canal.
3	Involucrar	Interacción con las audiencias en vivo/tiempo real (línea telefónica, WhatsApp, página web)

La presente disposición regiría a partir de la publicación del acto administrativo respectivo en el Diario Oficial.

Adicionalmente, se derogan expresamente los artículos 1, 2, 3 y 4 del Acuerdo CNTV 01 de 2010.

En adición a lo anterior, y en el marco de la aplicación del enfoque de simplificación normativa que, de conformidad con los resultados de la encuesta de percepción sobre los mecanismos de participación y derechos de los televidentes en Colombia, en particular lo relacionado con bajo porcentaje del reconocimiento del mecanismo de las asociaciones de ciudadanos, ligas de televidentes o de usuarios¹²⁴, se proponen las siguientes disposiciones:

Derogar los artículos 6, 7 y del Acuerdo CNTV 01 de 2010 y su compilación en establecida en los artículos 15.3.1.5., 15.3.1.6., 15.3.1.7. y 15.3.1.8. de la sección I Capítulo III Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016.

~~ARTÍCULO 15.3.1.6. FUNCIONES Y DEBERES DE LAS ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN INSCRITAS:~~ *Para efectos del control social al servicio público de televisión, son actividades propias de estos colectivos:*

- 1. Velar por los derechos de los ciudadanos frente al servicio de televisión, en particular por los derechos de los niños, la familia y los derechos de los consumidores como usuarios de este servicio.*
- 2. Presentar ante la CRC sus inquietudes, estudios, análisis, quejas y reclamos que se puedan producir en ejercicio del control social de la televisión.*

¹²⁴ CRC. (Junio 13 de 2023). Proyecto Regulatorio "Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente". Página 32. Consultado el 4 de diciembre de 2023. [En línea] Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/documento-conclusiones-actualizacion-normativa-en-materia-contenidos>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 88 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- ~~3. Denunciar ante las autoridades competentes los hechos o actuaciones irregulares de los operadores de televisión.~~
- ~~4. Participar en los eventos de información, divulgación, consulta, evaluación, rendición de cuentas de las entidades responsables del servicio público de televisión.~~
- ~~5. Propiciar la organización y la participación de los ciudadanos televidentes.~~
- ~~6. Promover y estimular el análisis, debate, crítica y propuestas, sobre la programación de televisión y la adecuada prestación del servicio.~~
- ~~7. Crear, aplicar, proponer y enriquecer, mecanismos y metodologías para el seguimiento de los contenidos de la televisión, y mejoramiento de la calidad del servicio.~~
- ~~8. Recibir, promover o realizar programas de capacitación, educación o formación, en televidencia consciente y temas afines.~~
- ~~9. Proponer políticas, programas y proyectos en materia de televisión, de contenidos o de regulación del servicio.~~
- ~~10. Analizar y debatir con la teleaudiencia y grupos interesados, los contenidos de la televisión, y compartir e informar sus apreciaciones de los mismos con la CRC.~~
- ~~11. Promover la autorregulación de los operadores privados y públicos de la televisión, para que esta responda cabalmente a los fines y principios consagrados en la ley, y sea factor de crecimiento personal y de mejoramiento social.~~
- ~~12. Divulgar las opiniones, estudios, investigaciones, críticas, debates y todo tipo de mensajes que consideren apropiados, y contribuyan a fomentar la televidencia crítica y el control social de la Televisión.~~
- ~~13. Recibir las opiniones, quejas, reclamos, iniciativas de sus asociados, colaboradores y ciudadanos que acudan a ellos para manifestar sus inquietudes sobre el tema de la televisión y darles el trámite que corresponda, informando sobre ellas a las autoridades competentes.~~
- ~~14. Pronunciarse a través de los medios de comunicación respecto a los hallazgos y apreciaciones sobre los programas objeto de análisis.~~
- ~~15. Darse su propio reglamento, en concordancia con las normas que rigen la organización y funcionamiento, de las asociaciones cívicas y de ciudadanos, así como con lo dispuesto en la presente sección.~~
- ~~16. Ejercer las funciones de control social de la televisión, veeduría, sobre los prestatarios del servicio y análisis de los contenidos de programas de publicidad que se difunden por los distintos canales, para la cual podrá solicitar información, asesoría y capacitación a la a las autoridades competentes.~~
- ~~17. Renovar cada dos (2) años el registro de inscripción ante la CRC, diligenciando el formulario respectivo, y mantener actualizados los correspondientes datos.~~

~~ARTÍCULO 15.3.1.7. OBLIGACIONES DE LA CRC CON LAS ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN:~~ Son obligaciones de la CRC las siguientes:

- ~~1. Resolver las peticiones y quejas, de las asociaciones de ciudadanos televidentes o de usuarios del servicio público de televisión legalmente establecidas, sobre el contenido y calidad de la programación, la publicidad y los servicios de televisión y, en general sobre la cumplida prestación del servicio por parte de los operadores, concesionarios de espacios de televisión, los contratistas de televisión regional, o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto.~~
- ~~2. Convocar a audiencias públicas cuando las necesidades del servicio lo ameriten, en los términos del artículo 33 de la Ley 489 de 1998, o las normas vigentes sobre la materia.~~
- ~~3. Convocar su participación en la formulación del Plan de Desarrollo de la Televisión y de manera especial, en lo relacionado con los proyectos que tengan por objeto el análisis de contenidos, la defensa del ciudadano televidente, así como la realización del proceso de inspección, vigilancia y control a cargo de la CRC.~~
- ~~4. Incorporar a sus planes de desarrollo y de gestión, las políticas y programas encaminados a fortalecer la participación ciudadana.~~
- ~~5. Difundir y promover los mecanismos de participación ciudadana y los derechos de los ciudadanos respecto al servicio de televisión, a través de la página web, portales, espacios de televisión y demás instrumentos que para efecto de la defensa del ciudadano televidente establezca la CRC.~~

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 89 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

- 6. Incentivar la formación de Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión, que representen a los usuarios y ciudadanos respecto al servicio de televisión, a través del diseño y promoción, de programas y proyectos, de promoción y capacitación especializada para el desempeño de sus actividades. Para estos efectos, en cada vigencia, la CRC podrá apropiar los recursos que resulten necesarios.*
- 7. Apoyar la creación y utilización de los mecanismos de control social que constituyan las entidades de que trata esta sección.*
- 8. Brindar apoyo a las Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión, para el ejercicio de su labor de veeduría y control social de la televisión.*
- 9. Llevar un registro sistemático de las observaciones que las Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión presenten en relación con el servicio de televisión, y evaluar en forma oportuna y diligente los correctivos que surjan de sus recomendaciones, con el fin de hacer eficaz la acción de las mismas.*
- 10. Facilitar y permitir a las Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios del Servicio Público de Televisión el acceso a la información que requieran para la vigilancia de todos los asuntos que se les encomienda en la presente sección, y que no constituya materia de reserva Judicial o legal.*
- 11. Velar por la legitimidad y representatividad de las asociaciones de la sociedad civil que participan en la construcción de las políticas públicas en materia de televisión, así como en el control sobre la calidad de este servicio, en su condición de veedores ciudadanos.*

ARTÍCULO 15.3.1.8. ADMINISTRACIÓN DEL REGISTRO ÚNICO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE CIUDADANOS TELEVIDENTES, LIGAS DE TELEVIDENTES O DE USUARIOS DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN: *La administración del registro al que se refiere el artículo 13.3.1.3. del presente capítulo, estará a cargo de la CRC."*

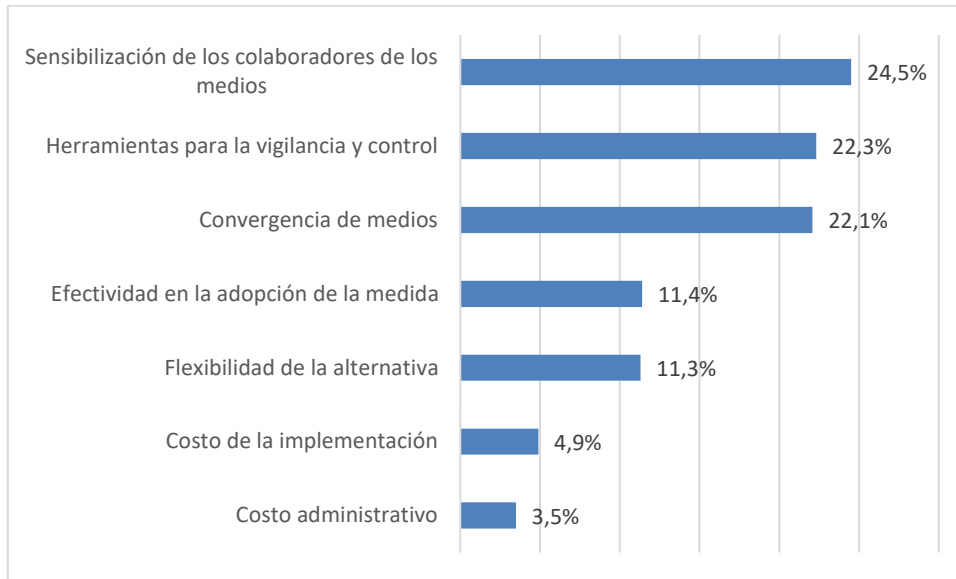
La presente disposición regirá a partir de la publicación del acto administrativo respectivo en el Diario Oficial.

9.1.3. **Temática 3 – Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario**

En relación con la temática de "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario" la importancia relativa de los criterios se presenta a continuación.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 90 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Figura 8: Ponderación de criterios para la temática 3 “Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario”

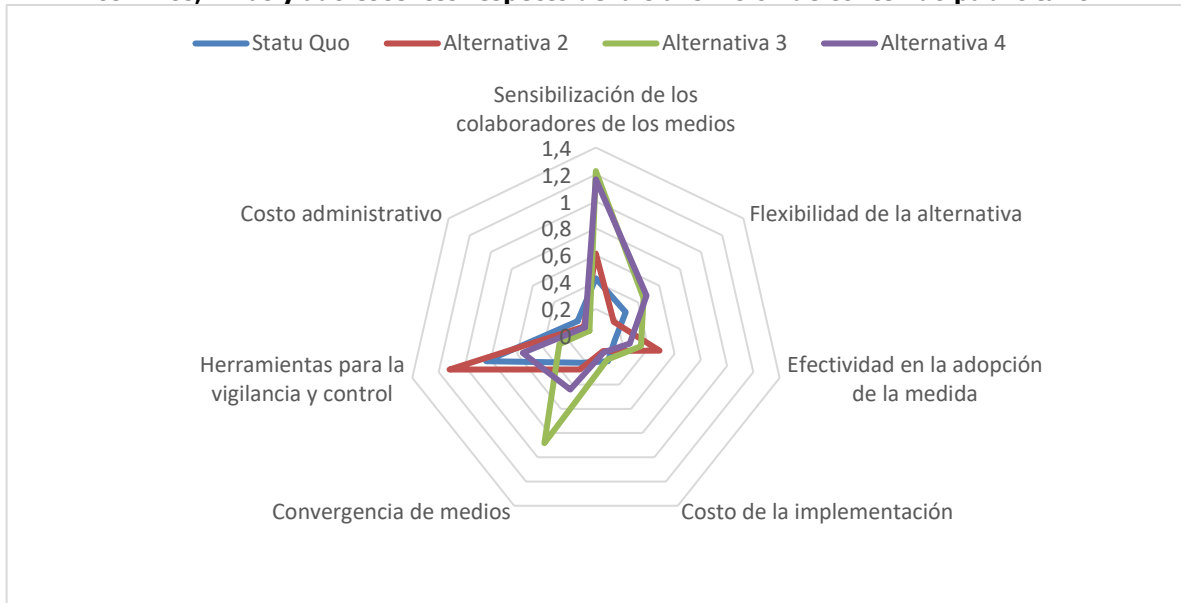


Fuente: Elaboración CRC.

La Figura 8 muestra que el criterio más relevante es la sensibilización de los colaboradores de los medios que tiene un peso relativo de 24,5%, seguido por las herramientas para la vigilancia y control (22,3%) y la convergencia de medios (22,1%). La efectividad en la adopción de la medida (11,4%) y la flexibilidad de la alternativa (11,3%) tienen una importancia relativa similar para la temática tratada. Por último, los criterios con una menor importancia relativa para esta temática son el costo de la implementación (4,9%) y el costo administrativo (3,5%). Las matrices para la construcción de estos ponderadores, así como la prueba de consistencia de esta se presentan en el Anexo de la sección 0 del presente documento.

Cada una de las alternativas se calificó en una escala de 1 a 5 en cada criterio y se ponderaron estas calificaciones acordes con los pesos de cada criterio para encontrar la alternativa con un mejor desempeño, esta calificación se puede consultar en el Anexo de la sección 0. El desempeño de las alternativas por criterio se presenta en la Figura 9.

Figura 9: Desempeño por criterio de las alternativas para temática 3 “Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario”



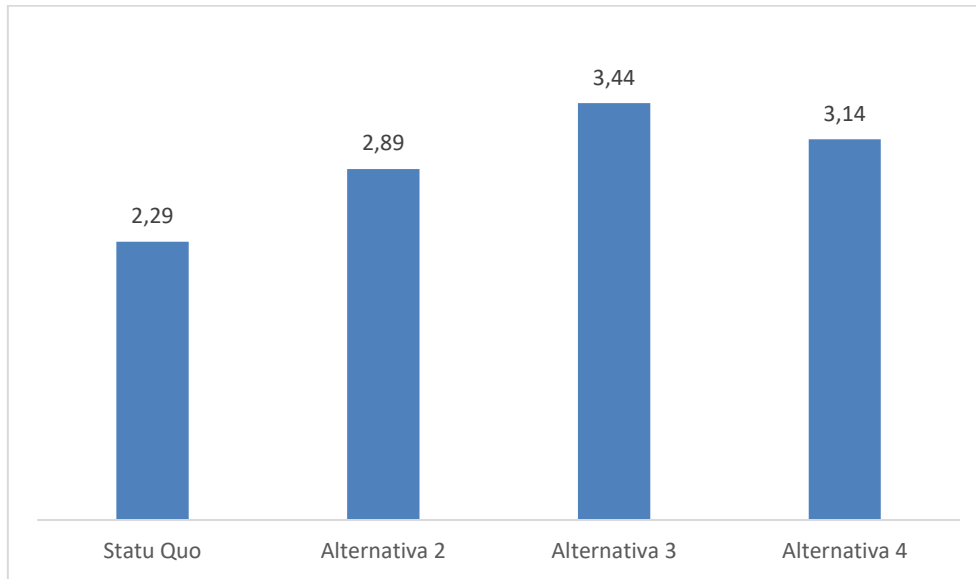
Fuente: Elaboración CRC.

En el criterio de sensibilización de los colaboradores de los medios la alternativa con mejor desempeño fue la correspondiente a implementar una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia frente al contenido publicitario, al brindar las herramientas necesarias para que el cumplimiento del criterio en comparación con las demás alternativas que imponen restricciones o dejan esta tarea a los mismos colaboradores. Esta alternativa es también la que presenta mejor desempeño en los criterios de convergencia de medios, al ofrecer una herramienta que puede ser transitiva en el medio que se aplique, y en el criterio de costo de la implementación.

En cuanto al criterio de herramientas para la vigilancia y control la alternativa con mejor desempeño corresponde a la asociada a establecer prohibiciones para el contenido publicitario que se trasmite a través del servicio público de televisión, al permitir diseñar herramientas específicas para la vigilancia y control. Esta alternativa también es la que presenta mejor desempeño en la efectividad en la adopción de la medida. Por otra parte, en relación con el criterio de flexibilidad de la alternativa, la que presentó un mejor desempeño corresponde a la adopción de un código de autorregulación sobre el contenido publicitario, mientras que el Statu quo presento un mejor desempeño en el costo administrativo.

A partir del desempeño individual por cada uno de los criterios se obtuvo el desempeño global de las alternativas para la temática de “Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario” y el cual se presenta en la Figura 10. En esta figura se observa como la alternativa 3, correspondiente a implementar una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia frente al contenido publicitario, resulta ser la que tiene un mejor desempeño al obtener un puntaje de 3,44 de 5 posibles.

Figura 10: Desempeño global de las alternativas para temática 3 "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario"



Fuente: Elaboración CRC.

9.1.3.1. Conclusión

Respecto a la alternativa ganadora, se determina que, para sensibilizar a operadores y agentes no regulados respecto a la protección de niños, niñas y adolescentes como audiencia activa que consume contenidos audiovisuales en diferentes pantallas y modalidades de consumo no lineal y sin la protección de franjas horarias, se propone elaborar e implementar, por parte de la CRC, una estrategia en el marco de los proyectos *Pedagogía del Ecosistema Audiovisual* y *la Participación Ciudadana 2024* y *Mediación Audiovisual 2024*, consignados en la Agenda Regulatoria CRC 2024-2025.

Estas iniciativas se desarrollarán por un periodo mínimo de 2 años, e irán dirigida a grupos de valor del sector audiovisual relacionados con el tema publicitario: operadores del servicio público de televisión, servicios sobre OTT, anunciantes, agencias y agremiaciones de publicidad, padres y cuidadores e instituciones educativas. La estrategia incluirá el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas, así como talleres y encuentros sectoriales. De tal manera, esta decisión no amerita la expedición de una medida regulatoria.

9.2. TEMÁTICAS POR EVALUAR CON ENFOQUE DE SIMPLIFICACIÓN NORMATIVA

El enfoque de simplificación regulatoria se ha constituido como uno de los pilares de la política de mejora normativa de la CRC¹²⁵. Con la adopción de esta metodología por parte de esta Comisión en

¹²⁵ CRC. (Agosto de 2022). Política de Mejora Regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Consultado en diciembre 3 de 2023. Página 20 [en línea]. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 93 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

2018, que permite determinar las medidas susceptibles de simplificación¹²⁶, se ha logrado establecer un proceso sistemático de revisión del marco regulatorio que permite incorporar las dinámicas del mercado y del ámbito regulatorio a la definición del alcance de los proyectos regulatorios. En este sentido, cada proyecto regulatorio identifica temáticas a solucionar en el marco de las causas y consecuencias que se deriven del árbol de problema respectivo con observancia del enfoque de simplificación regulatoria, de tal manera que las alternativas regulatorias se diseñen de forma eficiente y efectiva, eliminando redundancias, simplificando procedimientos y promoviendo la flexibilidad necesaria para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno, de tal manera que se garantice la aplicación de la política de mejora normativa.

Así las cosas, de conformidad con la Política de Mejora Regulatoria de la CRC, el enfoque de simplificación regulatoria hace referencia a la revisión constante del marco normativo con el objetivo de reducir su complejidad haciendo que las medidas sean más claras, eficientes y accesibles. Para lograr este objetivo, la Comisión cuenta con 4 criterios orientadores los cuales son: evolución de mercado, evolución tecnológica, duplicidad normativa y medidas transitorias¹²⁷. Estos criterios sirven como herramientas clave para evaluar la pertinencia y eficacia de las regulaciones existentes. La evolución de mercado permite ajustar las normativas a las dinámicas cambiantes de la economía, asegurando que sean adecuadas y relevantes en el contexto actual. La evolución tecnológica asegura que las medidas regulatorias se mantengan al día con los avances tecnológicos, promoviendo la innovación y la adopción de nuevas tecnologías. La identificación y eliminación de duplicidades normativas contribuye a la coherencia y simplicidad del marco legal, evitando conflictos y redundancias. Por último, la derogatoria de las medidas transitorias materializa la seguridad jurídica, al establecerse únicamente en la resolución compilatoria 5050 de 2016, aquellas medidas que tienen vocación de permanencia, o lo que es lo mismo, permite derogar las que tienen una condición de tiempo o aquellas en donde su propósito ya fue cumplido.

Es importante tener presente que el proyecto regulatorio "*Actualización normativa en materia de contenidos: participación ciudadana y protección y defensa del televidente*"¹²⁸, que antecedió el presente proyecto normativo, manifestó la relevancia de mantener actualizada y vigente las normas que contribuyan al fomento del pluralismo garantizando el equilibrio frente a los criterios de la simplificación y eficiencia regulatoria. También se debe resaltar que se ha implementado este enfoque regulatorio a través del proyecto de "*Compilación del marco regulatorio vigente en materia de contenidos audiovisuales*" y del proyecto de "*Compilación y simplificación normativa en materia de televisión*". Estos proyectos tenían como finalidad, entre otros objetivos, reunir la normativa que fue emitida por la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y por la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) en lo que respecta a televisión y contenidos audiovisuales, ajustándose a sus particularidades, dentro del marco regulatorio establecido por la CRC. Asimismo, buscaban simplificar las normas obsoletas relacionadas

¹²⁶ CRC. (Octubre de 2018). Documento soporte del proyecto regulatorio "Diseño y aplicación de metodología para simplificación del marco regulatorio de la CRC". Consultado en diciembre 3 de 2023. [en línea]. Disponible en: https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-71-8/Propuestas/dto_amarillo_simplificacion_.pdf

¹²⁷ CRC. (Agosto de 2022). Política de Mejora Regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Consultado en diciembre 3 de 2023. Página 21 [en línea]. Disponible en: <https://www.cocom.gov.co/sites/default/files/webcocom/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf>

¹²⁸ CRC. (diciembre 21 de 2021). Documento Soporte del Proyecto Regulatorio "Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente". Consultado en diciembre 3 de 2023. [en línea]. Página 4. Disponible en: https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/10000-38-3-3/Propuestas/documento_soporte.pdf

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 94 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

con las materias sujetas a compilación, de acuerdo con la metodología de simplificación normativa adoptada por la CRC¹²⁹.

Teniendo en cuenta estos antecedentes normativos, y que el enfoque de simplificación normativa es un objetivo de aplicación constante, bajo el contexto del presente proyecto regulatorio se propone la simplificación de algunas disposiciones vigentes en materia de contenidos audiovisuales valoradas a partir de los criterios orientadores antes mencionados.

Ubicación en la Resolución CRC 5050 de 2016	Artículo	Criterio de Simplificación	Justificación de la simplificación
Sección I Capítulo I Título XV "Canal Universitario"	Artículo 15.1.1.1. al artículo 15.1.1.14. (Con excepción del artículo 15.1.1.6)	Norma Transitoria	<p>El Acuerdo CNTV 005 de 2006 crea el Canal Universitario y brinda los lineamientos para su constitución y programación del Canal Universitario. De esta manera, las medidas regulatorias aquí establecidas tenían como finalidad la creación del canal universitario y la definición de lineamientos específicos sobre su funcionamiento y administración, razón por la cual, las medidas ya surtieron todos sus efectos.</p> <p>Por su parte, los fines y principios determinados para este canal, además de considerarse propios de su naturaleza, se enmarcan en los fines y principios de la televisión establecidos en el artículo 2 de la Ley 182 de 1995.</p> <p>Finalmente, la representación del Estado en las instancias de administración del canal y la definición de los criterios de administración, además de encontrarse definida en los estatutos de constitución del Canal, exceden el ámbito regulatorio de esta Comisión. Ahora bien, en lo relacionado con la programación, los mensajes institucionales, mensajes cívicos, programación para la población con discapacidad auditiva y el idioma, el canal se rige por la normatividad de carácter general que se encuentra vigente y que fue compilada por la CRC.</p> <p>Es importante resaltar que se mantiene la obligatoriedad para los operadores del servicio de televisión cerrada de emitir el canal universitario como</p>

¹²⁹ Al respecto, cabe anotar que la Comisión aclaró que dentro del alcance de esos proyectos regulatorios no se encontraba la actualización de la regulación vigente en materia de televisión y contenidos audiovisuales. Ver. CRC. (julio 21 de 2021) Documento Azul "Compilación y Simplificación Normativa en Materia de Televisión". Consultado: Diciembre 3 de 2023. página 5. [En línea] Disponible en: https://cocom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/rbol_del_problema_y_objetivos.pdf

			medida de promoción al pluralismo. (Artículo 15.1.1.6)
Sección II Capítulo II Título XV "Defensor del Televidente"	Parágrafo del artículo 15.2.2.6 "Defensor del televidente en televisión digital terrestre"	Duplicidad de la Norma	Teniendo en cuenta que el parágrafo 3º del artículo 15.2.2.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016 establece las condiciones para la contabilización de la intensidad y duración del espacio del defensor del televidente se identifica que el Parágrafo del artículo 15.2.2.6 se encuentra duplicado.
Sección I Capítulo III Título XV "Participación a Través de Asociaciones de Ciudadanos Televidentes, Ligas de Televidentes o de Usuarios"	Artículo 15.3.1.6. al artículo 15.3.1.8.	Medidas en desuso	En la práctica, las medidas de participación a través de asociaciones han disminuido su relevancia debido a cambios en la industria, tecnología o en la sociedad, su mantenimiento puede ser innecesario y podría generar una carga administrativa no justificada. Por medio de la encuesta de percepción sobre los mecanismos de participación y derechos del televidente en Colombia, realizada en el marco del proyecto regulatorio de "Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente" ¹³⁰ , se encontró evidencia que solo el 1% de los televidentes conoce las ligas, asociaciones y otros mecanismos de participación respecto del servicio de televisión y contenidos emitidos; así mismo, entre los encuestados que manifestaron conocer los mecanismos de participación el 1% dice haber utilizado este mecanismo para realizar observaciones o comentarios sobre este servicio.
Sección II Capítulo III Título XV "Televisión Digital Terrestre"	Artículo 15.3.2.1. "Plan de divulgación y Socialización de la TDT"	Duplicidad de la Norma	En la medida en que con la expedición de la Ley 1978 de 2019, modificatoria de la Ley 1341 de 2009, a través de la cual se extinguió la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), lo relativo a la actualización tecnológica de la televisión fue trasladado como función al Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la promoción y del uso y apropiación de la

130

CRC. (Junio de 2023) Documento de conclusiones del proyecto regulatorio de "Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente". [en línea]. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Documento%20de%20conclusiones%20%26quot%3BActualizaci%C3%B3n%20Normativa%20en%20Materia%20de%20Contenidos%3A%20Participaci%C3%B3n%20Ciudadana%20y%20Protecci%C3%B3n%20y%20Defensa%20del%20Televidente%26quot%3B/Documento-Conclusiones-Actualizacion-Normativa-Contenidos.pdf>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 96 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

			TIC es un objetivo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), mediante la Resolución MinTIC 4672 de 2022 se estableció el Plan de Cese de las Emisiones de Televisión Terrestre con Tecnología Analógica.																																						
Sección I Capítulo V Título XV "Prohibiciones - Televisión Local Sin Ánimo de Lucro"	Artículo 15.5.1.1. "Prohibiciones" Con excepción de los numerales 12 a 16	Duplicidad de la Norma	<p>Además de lo definido en la Sección III Capítulo I Título XV, "Mensajes Cívicos en Televisión Abierta, en Todas las Modalidades y Niveles de Cubrimiento", la operación y explotación del servicio de televisión para las fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro se encuentran definidas en la Ley 182 de 1995.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Numeral</th> <th>Fuente de Duplicidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Numeral 1</td> <td>Art. 15.1.3.1 Res CRC 5050/16</td> </tr> <tr> <td>Numeral 2</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 3</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 4</td> <td>Art. 47 de la Ley 1098 de 2006</td> </tr> <tr> <td>Numeral 5</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 6</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 7</td> <td>Art. 2 de la Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 8</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 9</td> <td>Art. 30 de la Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 10</td> <td>Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006</td> </tr> <tr> <td>Numeral 11</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 16</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 17</td> <td>Ley 182 de 1995</td> </tr> <tr> <td>Numeral 18</td> <td>Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006, y Sección 4 y 5 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16</td> </tr> <tr> <td>Numeral 19</td> <td>Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16</td> </tr> <tr> <td>Numeral 20</td> <td>Res CRC 5050/16</td> </tr> <tr> <td>Numeral 21</td> <td>Res CRC 5050/16</td> </tr> <tr> <td>Numeral 22</td> <td>Res CRC 5050/16</td> </tr> </tbody> </table>	Numeral	Fuente de Duplicidad	Numeral 1	Art. 15.1.3.1 Res CRC 5050/16	Numeral 2	Ley 182 de 1995	Numeral 3	Ley 182 de 1995	Numeral 4	Art. 47 de la Ley 1098 de 2006	Numeral 5	Ley 182 de 1995	Numeral 6	Ley 182 de 1995	Numeral 7	Art. 2 de la Ley 182 de 1995	Numeral 8	Ley 182 de 1995	Numeral 9	Art. 30 de la Ley 182 de 1995	Numeral 10	Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006	Numeral 11	Ley 182 de 1995	Numeral 16	Ley 182 de 1995	Numeral 17	Ley 182 de 1995	Numeral 18	Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006, y Sección 4 y 5 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16	Numeral 19	Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16	Numeral 20	Res CRC 5050/16	Numeral 21	Res CRC 5050/16	Numeral 22	Res CRC 5050/16
Numeral	Fuente de Duplicidad																																								
Numeral 1	Art. 15.1.3.1 Res CRC 5050/16																																								
Numeral 2	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 3	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 4	Art. 47 de la Ley 1098 de 2006																																								
Numeral 5	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 6	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 7	Art. 2 de la Ley 182 de 1995																																								
Numeral 8	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 9	Art. 30 de la Ley 182 de 1995																																								
Numeral 10	Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006																																								
Numeral 11	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 16	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 17	Ley 182 de 1995																																								
Numeral 18	Art. 2 de la Ley 182 de 1995 y Art. 47 de la Ley 1098 de 2006, y Sección 4 y 5 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16																																								
Numeral 19	Sección 4 del Capítulo 5 del Título XVI de la Res CRC 5050/16																																								
Numeral 20	Res CRC 5050/16																																								
Numeral 21	Res CRC 5050/16																																								
Numeral 22	Res CRC 5050/16																																								

Sección II Capítulo V Título XV "Prohibiciones-Televisión Comunitaria"	Artículo 15.5.2.1. "Prohibiciones para los licenciarios" Con excepción de los numerales 1, 2 y 12.	Duplicidad de la Norma	Además del Artículo 16.1.6.6. de la Resolución CRC 5050 de 2016, las obligaciones de los operadores de televisión comunitaria se encuentran contenidas en la Ley 182 de 1995.	
			Numeral	Fuente de Duplicidad
			Numeral 1	Art. 25 de Ley 182 de 1995
			Numeral 3	Ley 182 de 1995
			Numeral 4	Ley 182 de 1995 Art. 16.1.7.2. Res CRC 5050/2016
			Numeral 5	Ley 182 de 1995
			Numeral 6	Ley 182 de 1995
			Numeral 7	Res CRC 5050/16
			Numeral 8	Res CRC 5050/16
			Numeral 9	Art. 16.1.6.6. Res CRC 5050/16
			Numeral 10	Ley 182 de 1995
Numeral 11	Ley 182 de 1995			

Fuente: Elaboración CRC

11. PARTICIPACIÓN DEL SECTOR

Atendiendo al procedimiento establecido en el artículo 2.2.13.3.2 del Decreto 1078 de 2015, se publica el proyecto de resolución *"Por la cual se modifican artículos 15.3.1.1., 15.3.1.2., 15.3.1.3. y 15.3.1.4. de la sección I Capítulo III Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se aplica en enfoque de simplificación normativa a medidas regulatorias asociadas a las reglas en materia de participación ciudadana, pluralismo informativo, prohibiciones y protección del televidente"*, junto con el presente documento soporte, los cuales son sometidos a consideración de los agentes interesados entre el 22 de diciembre de 2023 y el 18 de enero de 2024. Los comentarios a la propuesta regulatoria serán recibidos a través del correo electrónico: medidasinfancia@crcom.gov.co.

12. BIBLIOGRAFÍA

Normatividad colombiana

Autoridad Nacional de Televisión. Resolución 650 de 2018. Publicada en el Diario Oficial No. 50616 del 6 de junio de 2018. Pág. 33. [En línea] Disponible en: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/30037971>

Comisión Nacional de Televisión. Acuerdo 2 de 2012 del 4 de abril. Publicado en el Diario Oficial No. 48.396 del 9 de abril de 2012. [En línea] Disponible en: https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/acuerdo_cntv_0002_2012.htm

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 98 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Constitución política de Colombia. (1991). [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>

Corte Constitucional. Sentencia C-711 de 1996. [En línea] Disponible en:
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/1996/C-711-96.htm>

Corte Constitucional. Sentencia C- 359 de 2016. [En línea] Disponible en:
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/C-359-16.htm>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 182 de 1995. Derogada por el art. 32 de la Ley 1150 de 2007. Publicada el 20 de enero de 1995. [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6738>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1341 de 2009. Publicada el 30 de julio de 2009. [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36913>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1507 de 2012. Publicada el 10 de enero de 2012. [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45327>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 1978 de 2019. Publicada el 25 de julio de 2019. [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210>

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 2120 DE 2021. Publicada el 30 de julio de 2021. [En línea] Disponible en:
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=168029>

Consejo de estado, Sección Primera. Sentencia de 16 de marzo de 2023. Expediente No. 11001-03-26-000-2011-00054-00. [En línea] Disponible en:
https://www.consejodeestado.gov.co/documentos/boletines/265/88_110010326000201100054001SENTENCIA20230317135139.pdf

Documentación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2023). Actualización Normativa en Materia de Contenidos: Participación Ciudadana y Protección y Defensa del Televidente. [Documento en línea] Disponible en: <https://crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/documento-conclusiones-actualizacion-normativa-en-materia-contenidos>

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2021) Documento Azul "Compilación y Simplificación Normativa en Materia de Televisión". Página 5. [En línea] Disponible en:
https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-59-6/Propuestas/rbol_del_problema_y_objetivos.pdf

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2018). Documento soporte del proyecto regulatorio "Diseño y aplicación de metodología para simplificación del marco regulatorio de la CRC". [En línea].

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 99 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Disponible en: https://crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-71-8/Propuestas/dto_amarillo_simplificacion_.pdf

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2023). El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2022. [En línea] Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2022>

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2021). Estudio Infancia y medios audiovisuales; apropiación, usos y actitudes. Pág. 55. [en línea] Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Estudio%20Infancia%20y%20Medios%20Audiovisuales.%20Apropiaci%C3%B3n%20usos%20y%20Actitudes%20-%20Informe%20ejecutivo/15-informe_ejecutivo_estudio_de_infancia_vf.pdf

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2020). Estudio de la industria de contenidos audiovisuales: producción, agregación y difusión de contenidos en televisión abierta, cerrada y en plataformas de video por suscripción bajo demanda (SVOD). 2020. [En Línea] Disponible en: https://www.crcom.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20consultor-Industria_Contentidos-Dic2020.pdf.

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2020). Modelo de vigilancia y control en materia de contenidos. [En línea] Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/10000-38-4-2/Propuestas/documento-criterios.pdf>

Comisión de Regulación de Comunicaciones. (2022). Política de Mejora Regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Página 20 [en línea]. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf>

Comisión de Regulación de Comunicaciones. Resolución No. 3066 DE 2011. Por la cual se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00003066.pdf>

Comisión de Regulación de Comunicaciones. Resolución 5050 de 2016. Publicada en el Diario Oficial No. 50.064 de 21 de noviembre de 2016. [En línea] Disponible en: https://normograma.mintic.gov.co/docs/resolucion_crc_5050_2016.htm

Comisión de Regulación de Comunicaciones. Resolución 5111 de 2017. Publicada en el Diario Oficial No. 50.157 de 24 de febrero de 2017. [En línea] Disponible en: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-62266_doc_norma.pdf

Documentación organismos internacionales

Agencia para la Cooperación Internacional para el Desarrollo ASDI (Suecia). Autorregulación de Medios de Comunicación en un Entorno Democrático. [En línea] Disponible en: <https://www.auto-regulacion.org/copia-de-principios-%C3%A9ticos>

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 100 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Australian Broadcasting Corporation (ABC). Associated Standard on TV Program Classification. [En Línea] Disponible en: <https://www.abc.net.au/edpols/associated-standard-on-tv-program-classification/13637634>

Canadian Broadcast Standards Council. Canadian Association of Broadcasters Violence Code. [En línea] Disponible en: <https://www.cbcs.ca/codes/cab-violence-code/>

Consejo Nacional de Televisión de Chile. Balance de denuncias ciudadanas 2022. [En línea] Disponible en: <https://cntv.cl/wp-content/uploads/2023/04/Balance-Denuncias-Ciudadanas-2022.pdf>

Boletín Oficial del Estado (España). (2022). Ley General de Comunicación Audiovisual. Ley 13/2022. BOE, núm. 163, de 08 de julio de 2022 Referencia: BOE-A-2022-11311. [En línea] Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>

Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR). Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de agosto de 2014. [En Línea] Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014#gsc.tab=0

Department for Communities and Local Government: London. Communities and Local Government. Multi-criteria analysis: a manual. Londres: 2009., 168 pp. ISBN: 978-1-4098-1023-0. [En línea] Disponible en: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/191506/Multicrisis_analysis_a_manual.pdf

Honorable Congreso de la Nación Argentina. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley 26522 de 2009. Publicada en el Boletín Nacional del 10-Oct-2009. [En Línea] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-26522-158649>

Office of Communications OFCOM (Reino Unido). Act 2002. Publicado el 19 de marzo de 2002. [En Línea]. Disponible en: <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/11/contents/enacted>

Office of Communications OFCOM (Reino Unido). Broadcasting Code (with the Cross-promotion Code and the On Demand Programme Service Rules). [En Línea]. Disponible en: <https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code>

Presidencia de la República de Brasil, Casa Civil. Ley de los Servicios Públicos de Radiodifusión. Ley Nº 11.652 de 2008. Publicada el 7 de abril de 2008. [En Línea] Disponible en: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/l11652.htm

UNICEF. (2006). Convención de los Derechos del Niño. Pág. 14. URL: <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>

Libros

ARÉVALO, Julián, & HERRERA, Juan Pablo. (2004). Dos modelos para el análisis de la industria de televisión en Colombia. Cuadernos de Economía, 23(41). Págs. 143-170.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 101 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

ARNSTEIN, Sherry. (1969). A ladder of citizen participation. Journal of the American Institute of Planners, vol. 35, no. 4, Julio 1969. Págs. 216-224. [En línea] Disponible en: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16699/2/ESCALERA_ARNSTEIN_1969.pdf

CÁCERES, Moisés. (2021). La comunicación y el modelo de Lasswel, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales. [En línea] [Consultado el 6 de diciembre de 2023]. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19923>

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

DOLDÁN, Félix. (1999). Métodos de decisión basados en criterios cualitativos: una comparación entre los métodos AHP y REMBRANT. Universidad de La Coruña.

GARCÍA-AVILÉS, José Alberto. (2012). Roles of audience participation in multiplatform television: From fans and consumers, to collaborators and activists. Revista "Participations" Volumen 9 número 2, noviembre. Pág. 431. [En línea] Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/291112987_Roles_of_audience_participation_in_multiplatform_television_From_fans_and_consumers_to_collaborators_and_activists

ISHIZAKA, Alessio y NEMERY, Philippe. (2013) Multi-Criteria Decision Analysis. Methods and Software: Wiley. ISBN: 978-1-119-97707-9

PISCITELLI, Alejandro. (2012). Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Madrid: Santillana.

REGIER, Dean; PEACOCK, Stuart. (2017). Capítulo 2 Theoretical Foundations of MCDA. En: Multi-Criteria Decision Analysis to Support Healthcare Decisions. Editores: Marsh, K; Goetghebeur, M; Thokala, P; Baltussen, R. Springer. Página 12. ISBN: 978-3319-47538-7

SAATY, Thomas L. (2008). 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: 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. [En línea] Disponible en: <https://link.springer.com/article/10.1007/BF03191825>

Otros

Dirección Nacional de Planeación. (2021). Guía Metodológica de Análisis de Impacto Normativo. [En línea] Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/ModernizacionEstado/EReI/Guia_Metodologica_AIN.pdf

13. ANEXOS

ANEXO 1:

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 102 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

13.1.ALTERNATIVAS INICIALMENTE PROPUESTAS Y SOCIALIZADAS POR LA CRC

13.1.1. Temática 1: Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo NNyA

Situación identificada:	Los niños, niñas y adolescentes colombianos consumen contenidos audiovisuales en múltiples pantallas y en esquemas de consumo no lineales que dificultan la protección de sus derechos
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de protección al televidente, lo que implica continuar con la vigencia de la medida establecida en el artículo 15.2.1.1. Aviso Previo a la Radiodifusión de los Programas de la Resolución CRC 5050 de 2016.
Alternativa 2: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación	Establecer la obligación para que los operadores del servicio público de televisión emitan símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación, tanto en el aviso previo a la radiodifusión de los programas, como durante la transmisión del contenido de la programación.
Alternativa 3: Estrategia pedagógica para sensibilizar sobre la protección de NNyA	Elaborar e implementar una estrategia pedagógica en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual, en un periodo mínimo de 2 años, dirigida a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, OTT's, padres de familia, instituciones educativas), incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de niños, niñas y adolescentes.
Alternativa 4: Medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación	Establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión que adopten símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación; y para los medios de comunicación de contenido audiovisual no regulados elaborar una estrategia pedagógica incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de niños, niñas y adolescentes.

Alternativa 1: Statu Quo.

La primera alternativa propuesta tiene que ver con mantener la normativa vigente en materia de protección de los televidentes, con especial énfasis en la protección de las niñas, niños y adolescentes en relación con el consumo de contenidos televisivos. Al revisar las normas vigentes en materia de protección de los televidentes. En este sentido, la principal disposición establecida es la implementación del aviso previo a la emisión de cada uno de los contenidos televisivos, contenida en el parágrafo del Artículo 29 de la Ley 182 de 1995 que indica lo siguiente:

"PARAGRAFO. *Todos los canales nacionales, regionales, zonales y locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de*

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 103 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

*escenas sexuales para público adulto, esto con el objetivo de brindar un mejor servicio a los televidentes en la orientación de la programación.*¹³¹

Aunado a lo anterior, en la Resolución 5050 de 2016 que establece lo siguiente en el artículo 15.2.1.1. Aviso Previo a la Radiodifusión de los Programas¹³². El cual dispone lo siguiente:

"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 forma 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."

Alternativa 2: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación.

Esta alternativa está sustentada en la revisión de las acciones implementadas en otros países para fortalecer la protección de los televidentes con especial énfasis en las niñas, niños y adolescentes. Identificando dos líneas de acción desarrolladas por otros organismos reguladores; la primera está dirigida a la adecuación de franjas y horarios de acuerdo con el contenido a emitir y la segunda línea se encuentra relacionada con los avisos previos o símbolos de advertencia sobre las edades aptas para el consumo de los contenidos emitidos.

Para esta alternativa se tuvo en cuenta la segunda línea¹³³ de acción específicamente en lo referido a la implementación de símbolos de advertencia sobre las edades aptas para cada contenido televisivo emitido y que en la mayoría de los casos revisados aparecen durante la emisión del contenido.

¹³¹ Ley 182 de 1995, Disponible en: <https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1793938>

¹³² Resolución 5050 de 2016. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/es/node/3134>

¹³³ En consistencia con las competencias y obligaciones asignadas por la ley 1978 de 2019 a la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC, específicamente lo estipulado en el numeral 25 del artículo 22 que establece que la CRC debe "Garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, siendo el principal interlocutor con los servicios de los usuarios del servicio de televisión y la opinión pública en relación con la difusión, protección y defensa de los intereses de los televidentes".

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 104 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

En la sección 5 de este mismo documento, “*EXPERIENCIAS INTERNACIONALES*”, en la Tabla 4 se presenta un resumen de los países que hacen parte de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica -PRAI- y en los que actualmente se implementa la inclusión de símbolos de advertencia durante la emisión de los contenidos, como también se tiene como referencia el reporte realizado por la plataforma independiente de información sobre regulación y leyes de competencia Cullen International, denominado *Protection of minors in linear audiovisual media services*, presentado en mayo de 2023, que detalla las medidas vigentes actualmente en los países europeos relacionados con la implementación de avisos o símbolos de advertencia sobre los contenidos emitidos.

Alternativa 3: Estrategia pedagógica para sensibilizar sobre la protección de NNyA.

En el marco de los objetivos y actividades de la estrategia de “*Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana*”, esta alternativa propone implementar una estrategia pedagógica en un periodo mínimo de 2 años, dirigida a grupos de valor del sector audiovisual (operadores del servicio público de televisión, OTT’s, padres de familia, instituciones educativas), incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para generar una sensibilización sobre la importancia protección de NNyA.

En la práctica esta alternativa podrá estar compuesta de las siguientes actividades y productos pedagógicos:

- c. Desarrollo e implementación de cursos presenciales y virtuales sobre temas relativos al pluralismo informativo, a la protección y derechos del televidente, teniendo como referencia los estudios sobre pluralismo, apropiación y representación social en los contenidos televisivos que la CRC desarrolla como parte de su quehacer como organismo regulador.
- d. Campañas de difusión del marco regulatorio en materia de protección de los televidentes y de las herramientas de las que pueden disponer para identificar adecuadamente las características de los contenidos que consumen y coadyuvan a una toma de decisiones crítica y responsable. Las campañas consistirán en spots de video, difundidos por diferentes medios, y piezas gráficas que buscarán llegar a la ciudadanía a través de redes sociales.
- e. Talleres Audiovisuales de Pluralismo $\frac{3}{4}$ TAP $\frac{3}{4}$, con énfasis regional (presenciales y virtuales). Estos TAP promoverán la participación de ciudadanos y representantes de cada agente de interés (medios, sector, defensores del televidente, sociedad civil, academia, Estado y cooperación internacional), en torno al fomento y fortalecimiento de la protección de la ciudadanía en relación con los contenidos audiovisuales que consume.

Alternativa 4: Medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación.

Esta alternativa está compuesta por dos acciones complementarias que se enmarcan en el enfoque de simplificación normativa y de los procesos de innovación regulatoria.

La primera acción propuesta para esta alternativa tiene que ver con establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión para que adopten de manera facultativa, símbolos informativos sobre la clasificación del contenido de la programación. Estos símbolos serán propuestos por la CRC teniendo en cuenta las experiencias internacionales y las recomendaciones de expertos sobre el diseño e implementación de esta clase de símbolos y se pondrán a disposición de los operadores del servicio público de televisión para que de manera autónoma y voluntaria los incorporen

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 105 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

a en los contenidos audiovisuales emitidos teniendo en cuenta las recomendaciones generadas por la CRC en relación con la duración y la forma de emisión de estos símbolos.

Lo anterior permitirá que luego de un tiempo no mayor a dos años, la CRC pueda realizar un diagnóstico del impacto que esta acción pueda generar en la mejora de la toma de decisiones por parte de los televidentes, sobre todo de las niñas, niños y adolescentes, en relación con la conveniencia o no del consumo de los diferentes contenidos televisivos que se emiten actualmente en la televisión colombiana.

La segunda acción está dirigida a los medios de comunicación de contenido audiovisual no regulados y consiste en elaborar una estrategia pedagógica que incluya las diferentes actividades descritas en la alternativa 3 de este apartado, incluyendo el desarrollo de recursos didácticos, como símbolos y piezas informativas para una sensibilización sobre la protección de NNyA.

Lo anterior entendiendo que la CRC actualmente no tiene competencias sobre los medios de comunicación no regulados, pero considera necesario que se planteen acciones que busquen que estos medios incorporen prácticas y herramientas que propendan por el fomento y fortalecimiento de la protección de los consumidores de sus contenidos audiovisuales y les brinden de manera autónoma información adecuada y oportuna sobre las características de los contenidos que emiten.

13.1.2. Temática 2: Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes

Situación identificada:	Los televidentes colombianos, incluyendo los niños, niñas y adolescentes, presentan una baja participación en la generación y emisión de contenidos audiovisuales transmitidos mediante el servicio público de televisión.
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de publicidad, lo que implica continuar con la vigencia (incluir las medidas vigentes que protegen los derechos de los niños)
Alternativa 2: Adopción de otros mecanismos de participación en la regulación.	Establecer medidas regulatorias a los operadores del servicio público de televisión para aumentar y fortalecer mecanismos de participación de los televidentes identificados en el estudio de Barómetro del Pluralismo del año 2022.
Alternativa 3: Medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.	Simplificar las medidas de participación en desuso; establecer en la regulación la posibilidad a los operadores del servicio público de televisión que adopten al menos uno de los canales de participación que propondrá la CRC; y elaborar e implementar, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, una estrategia de sensibilización dirigida a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados, respecto del reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente adicionales, en un periodo mínimo de 2 años.

Alternativa 1: Statu Quo.

La vinculación de la opinión pública al servicio público de televisión se encuentra enmarcado en normas de orden superior como la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, en donde se establece como función de esta Comisión contribuir a la participación ciudadana a través de la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público como medio para el reconocimiento de derechos de la diversidad poblacional y cultural. Así mismo se determina que la reglamentación de la participación ciudadana debe estar orientada al control de contenidos audiovisuales con el propósito de mitigar los temas que puedan afectar al televidente.

Bajo este contexto, la sección 1 del Capítulo 3 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 contiene las reglas de participación a través de asociaciones de ciudadanos de televidentes, ligas de televidentes o usuarios. En específico se establece el objeto de este tipo de organización ciudadana, su registro, el proceso de constitución y reconocimiento, los requisitos para este proceso, las funciones y deberes de las organizaciones, así como las obligaciones de la CRC en este aspecto y la administración de este registro.

Adicional a lo anterior, también se cuentan con disposiciones que reglamentan las peticiones, Quejas y Recursos – PQR – ante sus operadores de televisión por suscripción y televisión comunitaria, así como peticiones, quejas, reclamos, comentarios y observaciones en el caso de televisión abierta, de acuerdo con lo descrito en la sección “2.1.2.1 Participación del televidente”.

Así mismo, la regulación vigente contempla el mecanismo del Defensor del televidente, a través de la Sección II del Capítulo 2 del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016, como un instrumento que vele por los derechos de los televidentes y los asista en la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos, sobre la programación o su funcionamiento interno de los operadores del servicio público de televisión.

Alternativa 2: Adopción de mecanismos de participación adicionales a través de la regulación.

A través de esta alternativa regulatoria se propone que los canales adopten mecanismos de participación adicionales; a los establecidos en el marco regulatorio actual; de acuerdo con el análisis de niveles de uso y dinámicas de participación según cobertura de servicio presentados en la sección 6.2.3 “*Espectro de la participación pública en televisión.*”, en donde se identifica el nivel de adopción actual por parte de los operadores de televisión.

Alternativa 3: Medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.

Adicional a lo anterior, esta alternativa propone el diseño e implementación de una estrategia pedagógica para sensibilizar a los medios de comunicación audiovisuales regulados y no regulados en el reconocimiento y aplicación de mecanismos de participación del televidente, en un proceso que abarca un período mínimo de 2 años y la adopción de diferentes enfoques pedagógicos:

Año 1: Objetivo: crear conciencia y educación básica en mecanismos de participación que involucren la opinión general, y en particular, la de niños, niñas y adolescentes.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 107 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Primer Semestre (Meses 1-6):

12. Etapa inicial: Mesas de trabajo con los medios de comunicación audiovisuales, tanto regulados como no regulados, para iniciar a idear mecanismos que se adapten a su estructura, operación y alcance con el fin de facilitar la participación del televidente.
13. Diseño de materiales pedagógicos: Preparar material educativo como folletos, guías, videos educativos y presentaciones que expliquen la importancia de la participación del televidente y los derechos y funciones de cada mecanismo de participación.
14. Campaña de concienciación: Iniciar una campaña de concienciación en los medios de comunicación, redes sociales y plataformas en línea para destacar la importancia de la participación del televidente y la labor del Defensor del Televidente.

Segundo Semestre (Meses 7-12):

15. Seminarios y talleres: Organización de seminarios y talleres en los que se cuente con la participación de representantes de los medios de comunicación audiovisuales. Estos eventos deben incluir presentaciones educativas y discusiones interactivas.
16. Alianzas estratégicas: Generación de alianzas con el sector académico, organizaciones de medios y organismos reguladores para fortalecer la credibilidad de la estrategia.

Año 2: Implementación y Seguimiento

Primer Semestre (Meses 13-18):

17. Desarrollo de recursos para los medios: Trabajar en conjunto con los medios para desarrollar recursos específicos para la implementación de mecanismos de participación del televidente, recepción de peticiones, quejas y recursos.
18. Monitoreo y seguimiento: Establecer un sistema de seguimiento para evaluar la aplicación de los mecanismos de participación y la atención de peticiones, quejas y recursos por parte de los medios de comunicación. Ofrecer retroalimentación constructiva.

Segundo Semestre (Meses 19-24):

19. Evaluación final y ajustes: Realizar una evaluación final de la estrategia para identificar logros y áreas de mejora. Ajustar la estrategia según sea necesario.

Después de 2 años: Mantenimiento y Sostenibilidad

20. Continuar con las campañas de concienciación y la colaboración con los medios de comunicación para mantener y mejorar los mecanismos de participación y la función del Defensor del Televidente.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 108 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

21. Mantener una línea de comunicación abierta con los reguladores y entidades gubernamentales para abordar cuestiones regulatorias relacionadas con la participación del televidente.
22. Fomentar la retroalimentación constante de la audiencia y utilizarla para ajustar y mejorar la estrategia.

Esta estrategia sería flexible y se adaptaría a las necesidades y respuestas de los medios de comunicación a medida que se implementa. Además, buscaría ser consistente y sostenible a largo plazo para garantizar un cambio sostenible en la cultura de los medios de comunicación en relación con la participación del televidente.

13.1.3. Temática 3: Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario

Situación identificada:	En promedio, el 63% de niños, niñas y adolescentes en Colombia consumen contenidos audiovisuales por medio del servicio público de televisión, incluyendo anuncios publicitarios, sin compañía de un adulto responsable
Alternativa 1: Statu quo	Mantener el marco normativo vigente en materia de publicidad, lo que implica continuar con la vigencia de las responsabilidades especiales de los medios de comunicación del artículo 47 de la Ley 1098 de 2006, el cuidado de la publicidad cuando es dirigida a NNyA, establecido en el artículo 2.2.2.33.55 del Decreto 1074 de 2015, así como las medidas regulatorias dispuestas en los Títulos 15 y 16 de la Resolución 5050 de 2016.
Alternativa 2: Establecer prohibiciones para el contenido publicitario que se transmite a través del servicio público de televisión.	Establecer una lista de prohibiciones específicas dirigida a los operadores del servicio público de televisión con el propósito de garantizar que el contenido publicitario sea apto para los niños, niñas y adolescentes.
Alternativa 3: Implementación de una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia en el contenido publicitario.	Elaborar e implementar una estrategia pedagógica, en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla la CRC, que promueva la protección de la infancia en el contenido publicitario dirigido a operadores del servicio público de televisión, y recursos pedagógicos adicionales que se difundan entre operadores de servicios regulados y no regulados.

Alternativa 1: Statu Quo.

Esta primera alternativa prescinde de la posibilidad de realizar intervenciones regulatorias, de manera que se mantenga el régimen vigente aplicable en materia de publicidad para todas las formas de la naturaleza jurídica del servicio público de televisión que, como se referenció anteriormente, se encuentran en los preceptos normativos establecidos en el artículo 47 de la Ley 1098 de 2006, en el artículo 2.2.2.33.55 del Decreto 1074 de 2015, así como en lo dispuesto en los Títulos 15 y 16 de la Resolución 5050 de 2016.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 109 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Alternativa 2: Garantizar la adecuación del contenido en el servicio público de televisión en materia de publicidad.

La segunda alternativa tiene como objetivo intervenir en el mercado del servicio público de televisión, condicionando o restringiendo el contenido publicitario que se presenta a la audiencia, con la finalidad de proteger a los NNyA.

La justificación de esta intervención se sustenta en los resultados del estudio denominado "Infancia, adolescencia y medios audiovisuales en Colombia: apropiación, usos y actitudes"¹³⁴ elaborado por esta Comisión, en el que se estableció como objetivo conocer las formas de consumo que tienen las niñas, niños y adolescentes (NNyA), pero también, saber lo que piensan y hacen los padres o cuidadores respecto al control y acompañamiento que hacen a sus hijos cuando estos consumen contenidos audiovisuales. De hecho, el estudio reveló que, aunque los padres o cuidadores se encuentren en el hogar no es posible garantizar que exista un acompañamiento de estos hacia los niños.

Por tal motivo, mediante esta alternativa de solución se propone adoptar un listado de prohibiciones específicas dirigidas a los operadores del servicio público de televisión, en las cuales se señale explícitamente los anuncios publicitarios de los que se prohibiría su transmisión en las pantallas del servicio de televisión.

Alternativa 3: Implementación de una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia en el contenido publicitario.

La tercera opción que se plantea como solución tiene que ver con la tendencia de interactuar con los grupos de valor a través de métodos menos complejos, en el que se logre socializar el alcance que debe tener la protección de los Niños, Niñas y Adolescentes.

Para lograr esto, se busca elaborar e implementar una estrategia pedagógica en el marco del Proyecto de Pedagogía del Ecosistema Audiovisual que desarrolla esta Comisión, la cual puede ilustrarse en Talleres; Manuales o guías; Conversatorios; Encuentros; Socializaciones; Mesas de trabajo y/o; Cursos virtuales, cuyo objetivo sea la promoción la protección de la infancia en el contenido publicitario dirigido a operadores del servicio público de televisión, y recursos pedagógicos adicionales que se difundan entre operadores de servicios regulados y no regulados.

13.2. ANEXO 2: Tablas de ponderación de criterios y evaluación de alternativa

Matriz de comparación de criterios para la temática 1 "Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes"

MATRIZ DE COMPARACIÓN DE CRITERIOS

¹³⁴ Estudio CRC "Infancia, adolescencia y medios audiovisuales en Colombia: apropiación, usos y actitudes" Disponible en: https://cocom.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

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 110 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Criterio	Mediación parental frente a contenidos	Formación de audiencia con énfasis en menores de edad	Convergencia de medios	Sensibilización de agentes de los medios	Efectividad en la adopción de la alternativa	Costo de la implementación	Costo administrativo
Mediación parental frente a contenidos	1,00	0,50	2,00	1,00	1,00	2,00	5,00
Formación de audiencia con énfasis en menores de edad	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	7,00
Convergencia de medios	0,50	0,50	1,00	0,50	0,50	0,50	3,00
Sensibilización de colaboradores de los medios	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	7,00
Efectividad en la adopción de la alternativa	1,00	0,50	2,00	1,00	1,00	3,00	9,00
Costo de la implementación	0,50	0,33	2,00	0,50	0,33	1,00	5,00
Costo administrativo	0,20	0,14	0,33	0,14	0,11	0,20	1,00
Prueba de consistencia		7,9%			Consistente		

Matriz de evaluación de criterios para la temática 1 "Protección de los derechos de los televidentes, incluyendo niños, niñas y adolescentes"

Criterio	Ponderador	Valoración				
		Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4	Alternativa 5
		Statu Quo	Alternativa 2: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación en el aviso previo.	Alternativa 3: Adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación durante la emisión del contenido.	Alternativa 4: Estrategia pedagógica para sensibilizar sobre la protección de NNyA	Alternativa 5: Adopción de Medidas facultativas para la adopción de símbolos informativos sobre clasificación del contenido de la programación
Mediación parental frente a contenidos	17%	2	3	2,2	4	3,6
Formación de audiencia con énfasis en menores de edad	26%	1,4	2,4	2,4	4	3,2
Convergencia de medios	9%	1,2	1,4	1,6	4,2	4
Sensibilización de agentes de los medios	19%	1,4	2,2	2,6	4,4	3,2
Efectividad en la adopción de la medida	18%	1,6	3	2,4	3,4	2,4
Costo de la implementación	10%	4	2,6	2,2	2,2	3
Costo administrativo	3%	4	3,4	3,2	2,4	2,6

Matriz de comparación de criterios para la temática 2 "Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes"

MATRIZ DE COMPARACIÓN DE CRITERIOS						
Criterio	Flexibilidad de la medida	Convergencia de medios	Nivel en el espectro de participación pública	Efectividad en la adopción de la medida	Costo de la implementación	Costo administrativo
Flexibilidad de la medida	1,00	0,33	0,33	0,50	1,00	2,00
Convergencia de medios	3,00	1,00	1,00	2,00	3,00	5,00
Nivel en el espectro de participación pública	3,00	1,00	1,00	2,00	5,00	7,00

Efectividad en la adopción de la medida	2,00	0,50	0,50	1,00	2,00	3,00
Costo de la implementación	1,00	0,33	0,20	0,50	1,00	2,00
Costo administrativo	0,50	0,20	0,14	0,33	0,50	1,00
Prueba de consistencia	8,1%			Consistente		

Matriz de evaluación de criterios para la temática 2 "Participación de los televidentes en la generación y emisión de contenidos transmitidos mediante el servicio de televisión, especialmente niños, niñas y adolescentes"

Criterio	Ponderador	Valoración				
		Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4	Alternativa 5
		Statu Quo	Alternativa 2: Establecer mecanismos de participación adicionales en la regulación.	Alternativa 3: Medida facultativa para la adopción de mecanismos de participación e implementación de estrategia pedagógica para el fomento de la participación.	Alternativa 4: Medidas regulatorias de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial.	Alternativa 5: Medidas facultativas de mecanismos de participación en la regulación con enfoque diferencial.
Flexibilidad de la medida	9%	3,2	2,8	4	2,8	4,2
Convergencia de medios	28%	1	1,8	3,8	2,4	4
Nivel en el espectro de participación pública	33%	2	4	4	3,8	3,6
Efectividad en la adopción de la medida	16%	2	3,4	3,6	3,4	3,8
Costo de la implementación	9%	4,8	1,8	2,8	2,4	3,2
Costo administrativo	5%	4,8	3,2	2,8	3,2	2,8

Matriz de comparación de criterios para la temática 3 "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario"

MATRIZ DE COMPARACIÓN DE CRITERIOS							
Criterio	Sensibilización de agentes de los medios	Flexibilidad de la alternativa	Efectividad en la adopción de la medida	Costo de la implementación	Convergencia de medios	Herramientas para la vigilancia y control	Costo administrativo
Sensibilización de agentes de los medios	1,00	3,00	2,00	5,00	1,00	1,00	7,00
Flexibilidad de la alternativa	0,33	1,00	1,00	2,00	0,50	0,50	5,00
Efectividad en la adopción de la medida	0,50	1,00	1,00	2,00	0,50	0,50	4,00
Costo de la implementación	0,20	0,50	0,50	1,00	0,20	0,25	1,00

Convergencia de medios	1,00	2,00	2,00	5,00	1,00	1,00	5,00
Herramientas para la vigilancia y control	1,00	2,00	2,00	4,00	1,00	1,00	7,00
Costo administrativo	0,14	0,20	0,25	1,00	0,20	0,14	1,00
Prueba de consistencia	7,9%				Consistente		

Matriz de evaluación de criterios para la temática 3 "Protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes respecto de la transmisión de contenido publicitario"

Criterio	Ponderador	Valoración			
		Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4
		Statu Quo	Establecer prohibiciones para el contenido publicitario que se transmite a través en del servicio público de televisión.	Implementar una estrategia pedagógica y el desarrollo de recursos didácticos que promueva la protección de la infancia frente al contenido publicitario.	Permitir la adopción de un código de autorregulación sobre el contenido publicitario
Sensibilización de los colaboradores de los medios	25%	1,75	2,5	5	4,75
Flexibilidad de la alternativa	11%	2,5	1,5	4	4,25
Efectividad en la adopción de la medida	11%	1,25	4,25	3	2,25
Costo de la implementación	5%	4,25	2,5	4	2,75
Convergencia de medios	22%	1	1,25	4	2
Herramientas para la vigilancia y control	22%	3,75	5	1,25	2,5
Costo administrativo	3%	5	3,25	1,75	3

13.3. ANEXO 3: METODOLOGÍA Y RESULTADOS SOBRE LA PERCEPCIÓN DE SÍMBOLOS DE ADVERTENCIA SOBRE EL CONTENIDO AUDIOVISUAL

INTRODUCCIÓN.

El proyecto de **"Actualización de medidas de protección a la niñez y adolescencia"** a finalizar el presente 2023, ha identificado como problema principal que **"Las medidas regulatorias compiladas en la Resolución CRC 5050 de 2016 dirigidas a garantizar la participación ciudadana y la protección, promoción y difusión de los derechos de NNYA en TV son insuficientes y presentan una baja correspondencia con las tendencias internacionales"**. En tal sentido, una de las categorías de análisis es la referente a la implementación del mensaje de advertencia que es actualmente un requerimiento de norma; y el planteamiento de la posibilidad de usar símbolos de clasificación por pertinencia de contenidos para determinado tipo de edad, los cuales puedan ser dispuestos de manera itinerante en la programación habitual.

MARCO METODOLÓGICO.

Esta investigación utiliza un método experimental y descriptivo, ya que se busca comprender e interpretar la realidad tal y cómo es significada por los participantes a partir de sus experiencias subjetivas (Rodríguez et al., 1999); así mismo, es descriptiva, ya que intenta caracterizar el fenómeno estudiado (Hernández et al., 2006). El tipo de muestreo se propone sea no probabilístico, por conveniencia, pues busca representar adecuadamente los grupos funcionales etarios determinados, es decir, cuidadores y menores de edad.

Cuidadores. Grupos familiares con cuidadores hombres o mujeres que poseen experiencia reciente en el cuidado de niños, niñas y adolescentes. Residentes en las regiones de referencia y pertenecientes a diferentes estratos socioeconómicos.

Niños, niñas y adolescentes. Pertenecientes a los grupos educativos y/o sociales, con el consentimiento de los padres o de la Institución Educativa, y el asentimiento por parte de los menores de edad. En total, se contará con 524 participantes, de los cuales 262 serán niños y niñas con edades entre los 6 y 17 años de edad; y 262 cuidadores mayores de edad, 51.1 % hombres y 48.9 %. Todos ellos viven en sectores con diversos estratos socioeconómicos.

Las NNYA vinculados al estudio tendrán edades entre los 6 y los 17 años, y se dividirán en tres segmentos etarios que permitirán dar cuenta de diferentes niveles emocionales y cognitivos: de 6 a 9 años, de 10 a 13 años y de 14 a 17 años. Adicionalmente, se tuvo cuidado de conformar una muestra equilibrada en términos de sexo biológico.

Un elemento importante es la inclusión en el estudio de los padres y cuidadores pues se comprende que las prácticas de crianza en relación con el control y acompañamiento al consumo de contenidos audiovisuales hacia sus NNYA influyen en gran medida en los usos, actitudes y comportamientos que este grupo poblacional tiene en relación con los contenidos audiovisuales y con los dispositivos y plataformas que hacen parte del nuevo ecosistema de medios de comunicación.

También se tuvo en cuenta un cubrimiento geográfico que reflejara la proporción de población infantil y adolescente que habita en zonas urbanas y rurales, con criterios de representatividad demográfica y sociocultural. Así, las encuestas y las etnografías se realizaron en municipios del país con representación regional, dividiendo la muestra en las zonas Central, Oriental, Bogotá D.C., Caribe y Pacífica, de acuerdo con la composición poblacional que consta en las proyecciones oficiales del DANE a partir del Censo Nacional del año 2018. Respecto a los estratos socioeconómicos, se garantizó que la muestra fuera

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 116 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

proporcional a la distribución de población registrada por el Censo Nacional de Población y Vivienda de 2018, en la que cerca del 80% de la población colombiana se ubica en los estratos 1, 2 y 3.

MUESTRA DEL ESTUDIO

Tabla 12 Distribución por regiones

Área Metropolitana	Población	Participación	Muestra distribuida	Adultos	Mujeres Adultas	Hombres Adultos	Mayor de 7 y 18 años	Entre 7 y 12	Mayor que 12
Barranquilla	2.013.830	11,1%	58	29	15	14	29	16	13
Bogotá D.C.	7.922.748	33,0%	173	86	44	42	86	47	40
Bucaramanga	1.228.364	5,6%	29	15	8	7	15	8	7
Cali	2.344.524	10,9%	57	28	15	14	28	15	13
Cartagena	941.899	4,9%	25	13	7	6	13	7	6
Cúcuta	1.001.196	5,3%	28	14	7	7	14	8	6
Ibagué	506.158	2,2%	12	6	3	3	6	3	3
Manizales	494.314	2,0%	10	5	3	3	5	3	2
Medellín	4.039.802	16,1%	85	42	22	21	42	23	19
Montería	401.693	2,0%	11	5	3	3	5	3	2
Pasto	306.070	1,3%	7	4	2	2	4	2	2
Pereira	660.556	2,7%	14	7	4	3	7	4	3
Villavicencio	512.839	2,4%	13	6	3	3	6	3	3
San Andrés	86.885	0,5%	3	1	1	1	1	1	1
	22.460.878	100,0%	524	262	134	128	262	142	120

Tabla 13 Distribución por sexo y edad- Grupos infantiles

Sexo	%
Femenino	49%
Masculino	51%

NNyA	%	Grupo -Cursos
6 a 9 años	32%	A- 1º, 2º y 3º
10 a 13 años	36%	B- 4º, 5º, 6º, 7º y 8º
14 a 17 años	32%	C- 9º, 10º y 11º
	100%	
Adultos	%	Grupo -Cursos

Mayores de 18 años	100%	Adultos (padres y/o cuidadores)
---------------------------	------	---------------------------------

Grupos	Región	Grupos NNyA	# NNyA
A- 8 GRUPOS (6 a 9 años)	Bogotá	2	30
	Caribe	1	15
	Oriente	1	15
	Centro	1	15
	Pacífico	1	15
B- 9 GRUPOS (10 a 13 años)	Bogotá	2	30
	Caribe	1	15
	Oriente	1	15
	Centro	1	15
	Pacífico	1	15
C-8 GRUPOS (14 a 17 años)	Bogotá	2	30
	Caribe	1	15
	Oriente	1	15
	Centro	1	15
	Pacífico	1	15

Región	# Grupos Niños	# Niños	Lugar
Región Central	3	45	Medellín
Región Pacífica	3	45	Cali
Bogotá	6	90	Bogotá
Región Oriental	3	45	Villavicencio Bucaramanga
Región Caribe	3	45	Barranquilla Cartagena
Total	18	270	

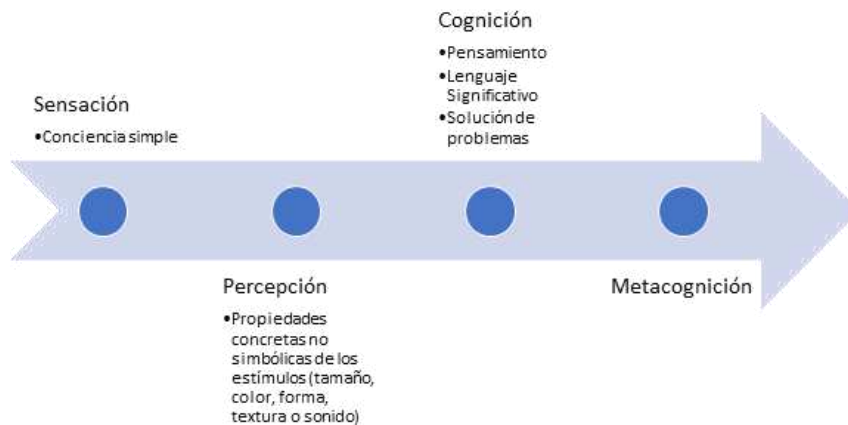
MULTIDISEÑO

El planteamiento del diseño experimental combinó una prueba de percepción para los NNyA y los adultos, con los primeros se propone un visionado y con los segundos una, permitiendo así tener una cercanía con la cotidianidad de la niñez y la adolescencia colombiana y su contexto familiar. El proceso consistirá en la realización de 18 pruebas presenciales con NNyA, distribuidas en 5 regiones del país; y 262 encuestas individuales con padres de familia. Se prevé que el margen de error sea de 2.31% y que el nivel de confianza supere el 95%.

INSTRUMENTO

El instrumento diseñado ha tomado por referencia la teoría del procesamiento de la información. Para ello, desde el punto de vista práctico y operativo se plantea un instrumento integral que permite indagar desde el proceso sensitivo, pasando por el perceptual, cognitivo y metacognitivo de los televidentes frente a una situación hipotética de inclusión de símbolos de advertencia en los contenidos audiovisuales.

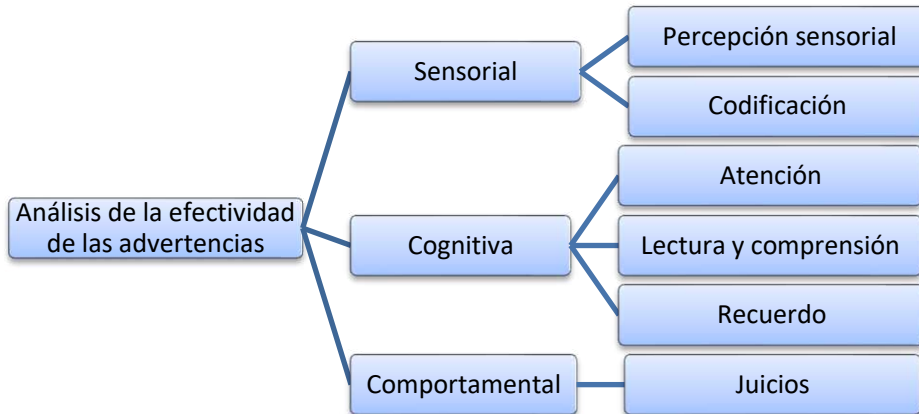
Ilustración 1. Procesamiento de la información



El siguiente gráfico permite poner en evidencia el grado de evolución del instrumento, teniendo en cuenta las cualidades que desde cada componente pretende evaluar y la complejidad a la que se quiere llegar.

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 119 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

Tabla 14 Taxonomía del instrumento propuesto



Efectividad de las advertencias	
<p>De manera sintética se puede resumir que en torno a la efectividad de las advertencias se han creado dos grupos relativamente opuestos. Por un lado, los que argumentan que funcionan bien, son creíbles y convincentes (Andrews, Netemeyer y Durvasula, 1990; Crane y MacLean, 1996). Por el otro, figuran los que argumentan que las advertencias no son suficientemente convincentes (Brubaker y Mitby, 1990) y que pueden generar un efecto retroactivo, o sea, el efecto contrario al esperado (Snyder y Blood, 1992). La escasa efectividad es explicada por varias razones. En primer lugar, por las dificultades para percibir el mensaje, debidas al uso de tipografía muy pequeña o ilegible (Mackinnon y Fenaughty, 1993).</p> <p>El fenómeno de la habituación también incide en la percepción de un mensaje debido a que la familiaridad con el estímulo tiende a convertirlo en parte del paisaje perceptible, lo cual disminuye la atención a la información que suministra (Greenfield, Graves y Kaskutas, 1999). En segundo lugar, por la escasa efectividad, sobre todo en ciertos segmentos de la población, que puede producirse por el marcado énfasis en el tema de los efectos negativos sobre la salud (Slovic, 2000; Slovic, Fischhoff y Lichtenstein, 1980). Conviene resaltar, sin embargo, que dicho argumento, a menudo irrelevante para los jóvenes quienes se consideran invulnerables y están menos prestos que los adultos a valorar su salud (Goldman y Glantz, 1998), no puede dejarse de lado, debido a que es importante para personas de otros rangos de edad (Beaudoin, 2002) y para quienes poseen alto compromiso con el tema. Lo anterior hace pensar que las advertencias también deben segmentarse y que es urgente identificar mensajes apropiados para la gente joven, como las consecuencias del fumar sobre la apariencia física y la estética (Smith y Stutts, 2003) o el aspecto normativo de aprobación-desaprobación (Pechmann, Zhao, Goldberg y Reibling, 2003).</p> <p>¿En qué condiciones influyen las advertencias en el comportamiento?</p>	
Dimensiones	Descripción
Codificación del mensaje	<ul style="list-style-type: none"> Codificar implica el traspaso del mensaje en una representación mental. La combinación de texto e imágenes suele lograr mayor contundencia en la

	<p>codificación de las advertencias (Hammond, Fong, McDonald, Cameron y Brown, 2003), pues es bien conocido el poder persuasivo de las imágenes, ya que tienen la propiedad de enfatizar problemas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La codificación de un mensaje, desde una perspectiva cognitiva, facilita la construcción de recuerdos y de un discurso sobre el tema • En ese caso, puede decirse que el proceso de codificación se asocia con experiencias previas y con la habilidad y la motivación del individuo para tratar la información (Petty y Cacioppo, 1986). La codificación nutre un proceso más amplio llamado comprensión. Según diversos estudios, la efectividad de las advertencias se incrementa con el retoque de aspectos del diseño (Swasy, Mazis y Morris, 1992) y del contenido (Gorn, Lavack, Pollack y Weinberg, 1996), pues la forma de presentar el mensaje tiene un impacto significativo en la manera en que los consumidores responden a él (Beltramini, 1988). • Los hallazgos empíricos indican que las advertencias son más efectivas cuando combinan texto con imágenes impresionantes, que cuando usan sólo texto (Golmier, Chebat y Gélinas-Chebat, 2007). • Conviene resaltar que en el terreno de las advertencias existe, a menudo, una necesidad expresa de probar formas alternativas, tanto verbales como visuales, de la comunicación para mejorar su efectividad (DeCarlo, 1997). Siguiendo esta sugerencia, consideramos que el hecho de variar la amenaza, al igual que proponer emisores alternativos, va en la línea de las modificaciones pertinentes para que las advertencias alcancen su objetivo de prevención.
Atención	<ul style="list-style-type: none"> • Kahneman (1973) define la atención como la cantidad de esfuerzo cognitivo y/o capacidad que una persona dirige a un estímulo particular. La exposición a un estímulo puede activar los sentidos de los consumidores, influyendo en si el estímulo captura su atención. • Los especialistas en marketing deben diseñar etiquetas de advertencia que eviten información visual superflua que inunda y satura a los consumidores (Lehto y Miller 1988) y atraer con éxito la atención para que los consumidores tomen conciencia del potencial de los peligros asociados con un producto. • Sobre la base de una revisión literaria, clasificamos los artículos que miden la capacidad de notar, la conciencia, la atención y el reconocimiento (véase MacKen zie 1986) como medición de la atención.
Comprensión	<ul style="list-style-type: none"> • La comprensión de un mensaje es un proceso afectado por muchos aspectos. Por un lado, inciden las características del mensaje; por el otro, las del receptor, entre las cuales ya se mencionaron la motivación y la capacidad para procesar la información. Esta última característica es clave, pues si el receptor no comprende el contenido • En cuanto a los aspectos del receptor que afectan la eficacia de los mensajes, Rogers et al. (2000) subrayan que la edad y la familiaridad con los estímulos afectan la comprensión de símbolos y de texto. Igualmente, el esfuerzo requerido por el usuario para interpretar mensajes relativamente vagos por su amplitud (por ejemplo, "nocivo para la salud") resulta ineficaz, debido a la carencia de referentes precisos sobre lo que se agruparía en dicha expresión. Al respecto, ha sido escaso el interés

	<p>académico por indagar cómo se ocupa el funcionamiento cognitivo en analizar las advertencias. En la literatura sobre el tema se encontraron solamente dos estudios que incluyen el procesamiento cognitivo, tal como lo conciben Petty y Cacioppo (1986).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otro hallazgo consistió en que los argumentos a favor servían de mediadores entre la actitud y el comportamiento, y favorecían la actitud hacia la advertencia. Los pensamientos generados por las advertencias desempeñan un papel significativo en la explicación de las actitudes postadvertencia.
El recuerdo	<ul style="list-style-type: none"> • Además de atender, leer y comprender Información de advertencia, las personas deben recordar los riesgos potenciales transmitida en la advertencia y recuperar esa información cuando necesario (McGuire 1980). • El contexto en el que se presenta la información de advertencia influye en la probabilidad de que una persona almacene y recupere mensajes de advertencia (Lehto y Miller 1988). • El recuerdo de la información de advertencia influye en sus decisiones de sí y cómo usar un producto correctamente. • El recuerdo se mide por la recolección de la información contenida por parte de los participantes. • Los juicios de los consumidores se miden por las percepciones de los participantes sobre el riesgo o daño relacionado con el producto que presenta la advertencia.
Juicios	<ul style="list-style-type: none"> • Después de que las personas procesan el contenido de un mensaje de advertencia, forman juicios de los riesgos o peligros del producto. Tales juicios representan estimaciones de la probabilidad de que ocurra un resultado y decisiones con respecto a su favorabilidad. (Mowen 1995) • La investigación ha demostrado una influencia débil o negativa de la información de advertencia en los juicios de los consumidores. • Por lo tanto, tal vez la pregunta no debería ser si las advertencias influyen en los comportamientos, pero más bien en qué condiciones influyen en el comportamiento (Stewart y Martin 1994)
Intención y comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Las etiquetas de advertencia tienen dos objetivos principales: evitar que los consumidores se involucren en comportamientos que no son seguros y promover comportamientos apropiados cuando los consumidores usan un producto (Wogalter, Kalsher y Racicot 1993). • Una de las metas deseadas de las advertencias es mover hacia comportamientos nuevos y estables. Entre los hallazgos significativos sobre el rol de las actitudes y su nexa con el comportamiento se encuentra que, sometidos a advertencias sobre el riesgo de conducir embriagado, las intenciones y el acto de beber permanecían intactos entre los llamados bebedores fuertes, contrariamente a los bebedores ocasionales y los no bebedores, quienes se sentían más confiados en su actitud hacia el mensaje y hacia una conducta responsable (MacKinnon y Lapin, 1998). • Estos estudios nos remiten al tema de la efectividad de las advertencias, por ello a continuación examinamos brevemente diversos factores que inciden en ella.

Fuente: Elaboración Propia CRC

Actualización de Medidas de Participación y Protección de los Televidentes, Especialmente de Niños, Niñas Y Adolescentes	Cód. Proyecto: 10000-40-7-1	Página 122 de 172	
	Actualizado: 26/12/2023	Revisado por: Coordinación de Contenidos Audiovisuales	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 08/08/2022			

MATRIZ ANALÍTICA								
OBJETIVOS		<p>General</p> <p>Analizar el efecto de las etiquetas de advertencia e información al ser implementados en los contenidos audiovisuales para televisión abierta.</p> <p>Específicos</p> <p>Identificar los factores que influyen en los procesos de percepción, atención, memoria y comprensión de las etiquetas de advertencia e información (Evaluación cognitiva). Caracterizar la incidencia de las etiquetas de advertencia e información en los juicios y el comportamiento de la audiencia caracterizada (involucramiento)¹³⁵.</p>						
ANÁLISIS								
DIMENSIONES DE ANÁLISIS	PREGUNTAS	TIPO DE ADVERTENCIA		VARIABLES E INDICADORES		HIPÓTESIS		HIPÓTESIS
		AVISO INFORMATIVO (AVISO PREVIO)	ADVERTENCIA (SÍMBOLO)	AVISO INFORMATIVO (AVISO PREVIO)	ADVERTENCIA (SÍMBOLO)	AVISO INFORMATIVO (AVISO PREVIO)	ADVERTENCIA (SÍMBOLO)	
Formal	¿Qué aspectos formales influyen en la efectividad de las advertencias?	-Las características formales del aviso previo son suficientes para proveer la información necesaria al televidente sobre el contenido del programa SI_ NO_ ¿Por qué?	-Las características formales de los símbolos son suficientes para proveer la información necesaria al televidente sobre el contenido del programa SI_ NO_ ¿Por qué?	duración, tamaño del texto, tipo de mensajes : sonoro y visual	duración, tamaño, visibilidad	-La vivacidad de las advertencias hace que sean más efectivas	-Integrar diferentes grados de amenaza (baja, intermedia y alta) en la advertencia, la hace más o menos efectiva.	

¹³⁵ La palabra involvement no tiene una traducción exacta al español; los términos relevancia e involucramiento suelen utilizarse porque son los que mejor reflejan el sentido de aquella palabra. La relevancia se refiere a la cualidad o condición de importancia y de significación acordada a una actividad o a un mensaje, mientras el involucramiento se refiere a la importancia acordada a una actividad y el modo en que la persona se compromete con ella. Para efectos de este trabajo se usará la palabra involucramiento.

Percepción y atención	<p>Percepción</p> <p>¿ Los televidentes logran percibir las advertencias en los contenidos?</p>	<p>-Los televidentes logran apreciar en la transmisión la alerta visual del aviso previo</p> <p>SI_ NO_</p>	<p>-Los televidentes logran apreciar en la transmisión del contenido símbolos de advertencia.</p> <p>SI_ NO_</p>	<p>Identificación de la presencia</p>	<p>Identificación de la presencia</p>			
	<p>Recuerdo e impronta</p> <p>¿Los televidentes recuerdan la información que compone el aviso previo?</p> <p>¿Los televidentes logran recordar el símbolo de advertencia utilizado en el experimento ?</p>	<p>Evaluación del aviso previo (recuerdo/familiaidad)</p>	<p>Evaluación del símbolo de advertencia (impronta)</p>	<p>Recuerdo de la presencia</p> <p>Recuerdo de la información</p>	<p>Recuerdo de la presencia</p>		<p>Es necesaria la variación aleatoria del contenido del mensaje</p>	
Comprensión	<p>¿Con qué asocia el televidente</p>	<p>-El televidente comprende el</p>	<p>El televidente comprende el</p>	<p>Claridad del mensaje</p>	<p>Asociación de los símbolos con la</p>			

	<p>las advertencias ?</p> <p>¿Cuál es la efectividad de los símbolos de manera independiente?</p>	<p>sentido del aviso previo. SI_ NO_</p> <p>¿De qué manera?</p>	<p>sentido del símbolo SI_ NO_</p> <p>¿De qué manera? o</p> <p>¿Con qué asocia el televidente el símbolo del contenido?</p>		<p>intención del mensaje</p>			
	<p>¿Cuál es la efectividad de los símbolos de manera combinada?</p>	<p>El uso de símbolos dentro del aviso previo refuerza de manera significativa la información sobre el contenido del programa SI_ NO_ ¿De qué manera?</p>	<p>El uso de símbolos durante la emisión refuerza significativamente la información sobre el contenido del programa SI_ NO_ ¿De qué manera?</p>	<p>Efectividad del refuerzo con el símbolo en el aviso previo</p>	<p>Efectividad de la intermitencia de los símbolos</p>			
Juicios	<p>¿ cuál es el juicio de los televidentes frente al aviso previo respecto a</p>	<p>Desde su experiencia el aviso es: A Útil Indiferente</p>	<p>Desde su experiencia los símbolos son: A Útil Indiferente</p>	<p>Utilidad Intrusividad</p>	<p>Utilidad Intrusividad</p>			



















	<p>su utilidad y satisfacción?</p> <p>¿ cuál es el juicio de los televidentes frente al símbolo respecto a su utilidad y satisfacción?</p>	<p>Innecesario ¿Por qué?</p> <p>B Agradable Indiferente Molesto</p> <p>¿Por qué?</p>	<p>Innecesario ¿Por qué?</p> <p>B Agradable Indiferente Molesto</p> <p>¿Por qué?</p>					
Involucramiento	<p>¿De qué forma el involucramiento (involvement) con las advertencias moderan el tratamiento de los contenidos y la toma de decisiones como televidentes ?</p>	<p>¿Cree que el aviso previo tiene alguna incidencia en la toma de decisiones como televidente frente al contenido?</p>	<p>¿ Cree que la advertencia de contenido tiene incidencia en la toma de decisiones como televidente frente al contenido?</p>	<p>Afectación en la toma de decisiones</p>	<p>Afectación en la toma de decisiones</p>			

























PROTOCOLO DE IMPLEMENTACIÓN:















MOMENTO A		
Tiempo: 25 a 30 min		
Tiempo	Actividad	Metodología
5 min	Bienvenida	
6 min	Estímulo 1 <i>Estatus Quo</i>	<p>Visionado 1 (3 min): Se dispone el grupo en pleno para visualizar un primer estímulo, este es un contenido tipo <i>estatus quo, es decir, en el que está integrada la marca del aviso previo únicamente.</i></p> <p>Diligenciamiento de instrumento 1 (3 min): Se hace entrega del instrumento para que sea diligenciado por los asistentes. Se indica que su diligenciamiento se hará paso a paso, siguiendo las instrucciones del evaluador principal. Al terminar se recogen los instrumentos y se compilan en un único paquete que se denominará: Instrumento # 1.</p> <p>Descripción del contenido: El contenido pertenece a la serie Geniales, una serie infantil que aborda problemáticas cotidianas en la infancia, su duración es de 3 minutos aproximadamente. no contiene cortes.</p>
6 min	Estímulo 2	<p>Visionado 2 (3 min): Se dispone el grupo en pleno para visualizar un segundo estímulo que <i>no contiene el aviso previo, y sí contiene los símbolos propuestos de manera intermitente (+7).</i></p> <p>Diligenciamiento de instrumento 2 (3 min): Se hace entrega del instrumento para que sea diligenciado por los asistentes. Se indica se su diligenciamiento se hará paso a paso, siguiendo las instrucciones del evaluador principal. Al terminar se recogen los instrumentos y se compilan en un único paquete que se denominará: Instrumento # 2.</p> <p>Descripción del contenido:</p>

		Este contenido tiene una duración de 3 minutos, tiene un énfasis educativo y aborda temas de interés cultural para infancia y adolescencia, no contiene cortes.
9 min	Estímulo 3	<p>Visionado 3 (6 min):</p> <p>Se dispone el grupo en pleno para visualizar un segundo estímulo, este contendría el <i>aviso previo con integraciones de símbolo familiar y las marcas de símbolo hipotéticas se integrarían de manera intermitente durante la emisión del contenido.</i></p> <p>Diligenciamiento de instrumento 3 (3 min):</p> <p>Se hace entrega del instrumento para que sea diligenciado por los asistentes. Se indica se su diligenciamiento se hará paso a paso, siguiendo las instrucciones del evaluador principal. Al terminar se recogen los instrumentos y se compilan en un único paquete que se denominará: Instrumento # 3.</p> <p>Descripción del contenido:</p> <p>Este contenido tiene una duración de 6 minutos, tiene un énfasis educativo y aborda temas de interés para infancia y adolescencia, termina en el corte.</p>

Ficha de encuesta para NNYA:

Ciudad: _____	IED: _____	Curso: _____	Fecha: ___/___/2023
Nombre y apellido : _____		Edad: _____	Código: _____
1. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
2. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	
3. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
4. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	
5. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
6. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? <input type="checkbox"/> _____ _____ _____	



















Momento 2			
7. De los programas que acabamos de ver, ¿hay algo que te diga o indique si el programa es adecuado para ti? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
 Si tu respuesta es sí, dínos qué fue... ----- ----- -----			
8. ¿Recuerdas haber visto el aviso previo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
9. ¿La <u>duración</u> del aviso te permitió comprender el mensaje?			
  			
10. ¿El <u>tamaño</u> de la letra del aviso te permitió comprender el mensaje?			
  			
11. ¿Recuerdas si este aviso tenía alguna <u>voz</u> ? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
Si tu respuesta es Sí, responde:			
12. ¿te gusta?   			
13. ¿lo comprendes?   			
El aviso previo:			
14. ¿te gusta?   			
15. ¿lo comprendes?   			
16. ¿Cuál de las opciones que se muestran en las fichas, te informa mejor sobre el contenido que seguiría?	Ficha 1  <input type="checkbox"/>	Ficha 2  <input type="checkbox"/>	
17. Si en un programa te sale este aviso previo (+18), tú lo ves...	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>

























Momento 3		
18. ¿Recuerdas haber visto el símbolo (+7) ? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
19. ¿La duración del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?		
		
20. ¿El tamaño del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?		
		
El símbolo (+7)....		
21. ¿te gusta?		22. ¿lo comprendes?
		
23. El símbolo (+7) apareció más de una vez ¿cuál crees que fue la razón?		<p>-----</p> <p>-----</p>
24. Si en un programa te sale el símbolo (+7), tú lo verías...	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>
	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>	
Momento 4		
25. ¿Recuerdas haber visto el símbolo (F)? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
26. ¿La duración del símbolo (F) te permitió comprender el mensaje?		
		
27. ¿El tamaño del símbolo (F) te permitió comprender el mensaje?		
		
El símbolo (F):		
28. ¿te gusta?		29. ¿lo comprendes?
		
30. El símbolo (F) apareció más de una vez ¿cuál crees que fue la razón?		<p>-----</p> <p>-----</p>
31. Si en un programa te sale el símbolo (F) (Ficha 7), tú:	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo debería ver <input type="checkbox"/>
	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>	















¡Muchas gracias por tu participación!



Ficha de encuesta para adultos:

Ciudad: _____	IED: _____	Curso: _____	Fecha: __ / __ / 2023
Nombre y apellido : _____		Edad: _____	Código: _____
1. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
2. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ _____	
3. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
4. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ _____	
5. Este programa los verías... (Marca con una X)			
 Sola o solo <input type="checkbox"/>	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	
6. ¿Por qué? (Marca con una o varias X)			
 Algo que vi <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 Algo que escuché <input type="checkbox"/> Dinos qué fue: _____ _____	 ¿Otra razón? <input type="checkbox"/> ¿Cuál? _____ _____	

Momento 2				
7. De los programas que acabamos de ver, ¿hay algo que te diga o indique si el programa es adecuado para ti? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
 Si tu respuesta es sí, dinos qué fue... ----- ----- -----				
8. ¿Recuerdas haber visto el aviso previo? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
9. ¿La <u>duración</u> del aviso te permitió comprender el mensaje?		   -----		
10. ¿El <u>tamaño</u> de la letra del aviso te permitió comprender el mensaje?		   -----		
11. ¿Recuerdas si este aviso tenía alguna <u>voz</u> ? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
Si tu respuesta es Sí, responde:				
12. ¿te gusta?	   -----	13. ¿lo comprendes?	   -----	
El aviso previo:	14. ¿te gusta?	   -----	15. ¿lo comprendes?	   -----
16. ¿Cuál de las opciones que se muestran en las fichas, te informa mejor sobre el contenido que seguiría?	Ficha 1  <input type="checkbox"/>	Ficha 2  <input type="checkbox"/>		
17. Si en un programa te sale este aviso previo (+18), tú lo ves...	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>	

Momento 3		
18. ¿Recuerdas haber visto el símbolo (+7) ? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
19. ¿La duración del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?		
		
20. ¿El tamaño del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?		
		
El símbolo (+7)....		
21. ¿te gusta?		22. ¿lo comprendes?
		
23. El símbolo (+7) apareció más de una vez ¿cuál crees que fue la razón?		
----- -----		
24. Si en un programa te sale el símbolo (+7), tú lo verías...	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo vería <input type="checkbox"/>
	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>	
Momento 4		
25. ¿Recuerdas haber visto el símbolo (F)? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		
26. ¿La duración del símbolo (F) te permitió comprender el mensaje?		
		
27. ¿El tamaño del símbolo (F) te permitió comprender el mensaje?		
		
El símbolo (F):		
28. ¿te gusta?		29. ¿lo comprendes?
		
30. El símbolo (F) apareció más de una vez ¿cuál crees que fue la razón?		
----- -----		
31. Si en un programa te sale el símbolo (F) (Ficha 7), tú:	 En compañía de un adulto <input type="checkbox"/>	 No lo debería ver <input type="checkbox"/>
	 Lo vería solo <input type="checkbox"/>	

32. ¿Qué tipos de programas ve con los NNyA a su cargo? *(marque con una o varias X)*

Noticieros e informativos		Telenovelas	
Magazines o entrevistas		Series	
Musicales		Películas	
Realities o Concursos		Animados	
Documentales			

33. ¿Qué tipos de programas considera que los NNyA a su cargo pueden ver solos? *(marque con una o varias X)*

Noticieros e informativos		Telenovelas	
Magazines o entrevistas		Series	
Musicales		Películas	
Realities o Concursos		Animados	
Documentales			

34. ¿Considera que hay programas hechos para NNyA solamente?
 Sí NO
 Si su respuesta es sí, denos algunos ejemplos: _____

35. ¿Los NNyA a su cargo tienen horarios para ver televisión solos?
 Sí NO
 Si su respuesta es sí, ¿quién los define? _____

36. ¿Considera que el aviso previo ofrece información suficiente para decidir si los programas de televisión son aptos o no para los NNyA a su cargo? Sí NO
 ¿Por qué?

37. ¿Considera que el aviso previo ofrece información suficiente para decidir si los programas de televisión son aptos o no para los NNyA a su cargo? Sí NO
 ¿Por qué?

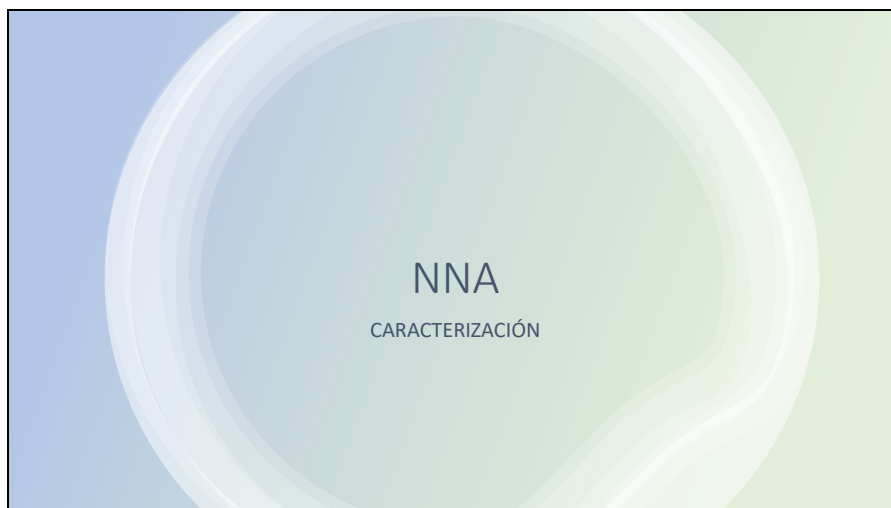
38. ¿Considera que el aviso previo ofrece información suficiente para decidir si los programas de televisión son aptos o no para los NNyA a su cargo? Sí NO
 ¿Por qué?

39. ¿Considera que los símbolos que parecen durante los programas de televisión ofrecen información suficiente para decidir si son aptos o no para los NNyA a su cargo. Sí NO
 ¿Por qué?

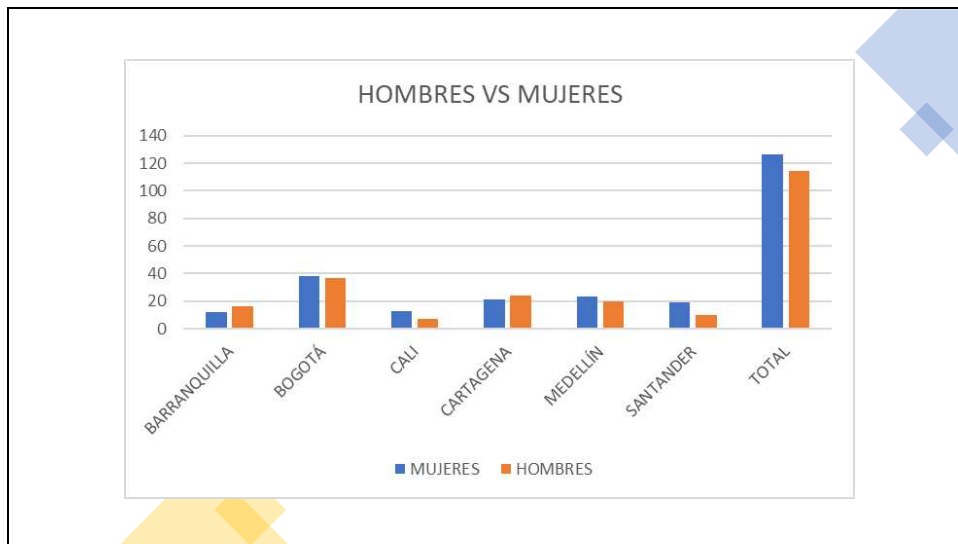
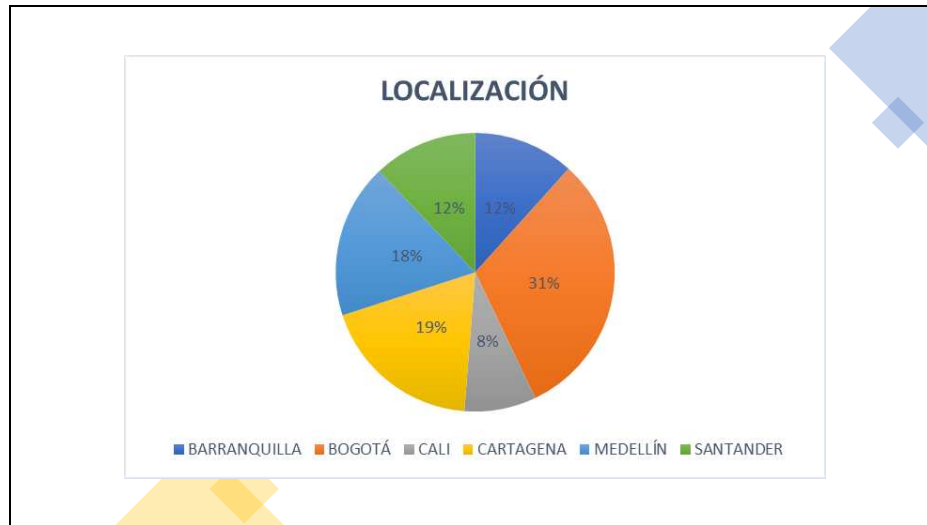
¡Muchas gracias por tu participación!

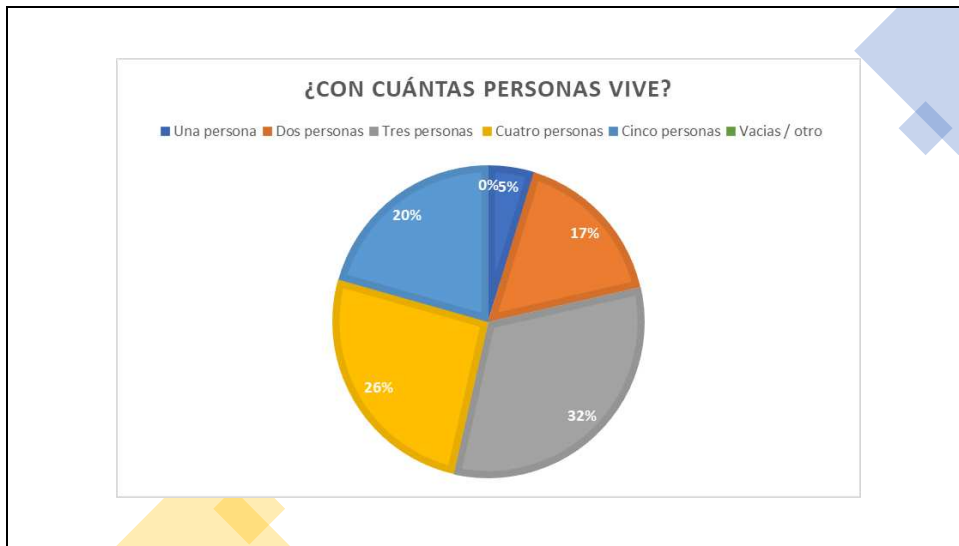
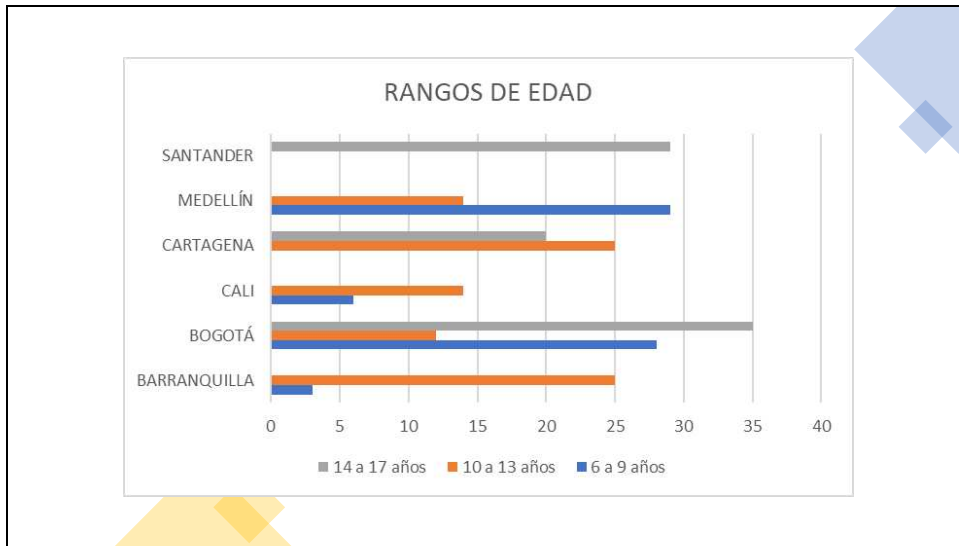


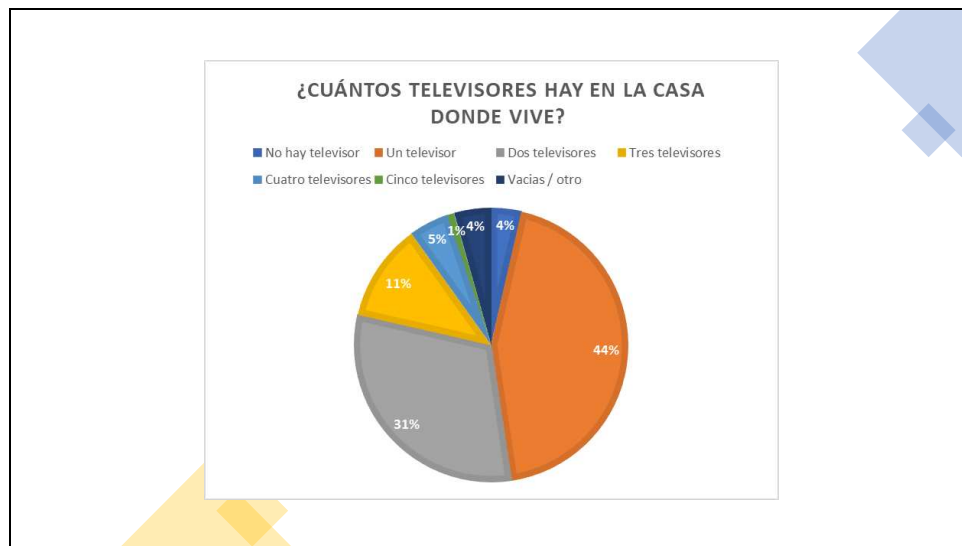
Principales resultados para NNyA:

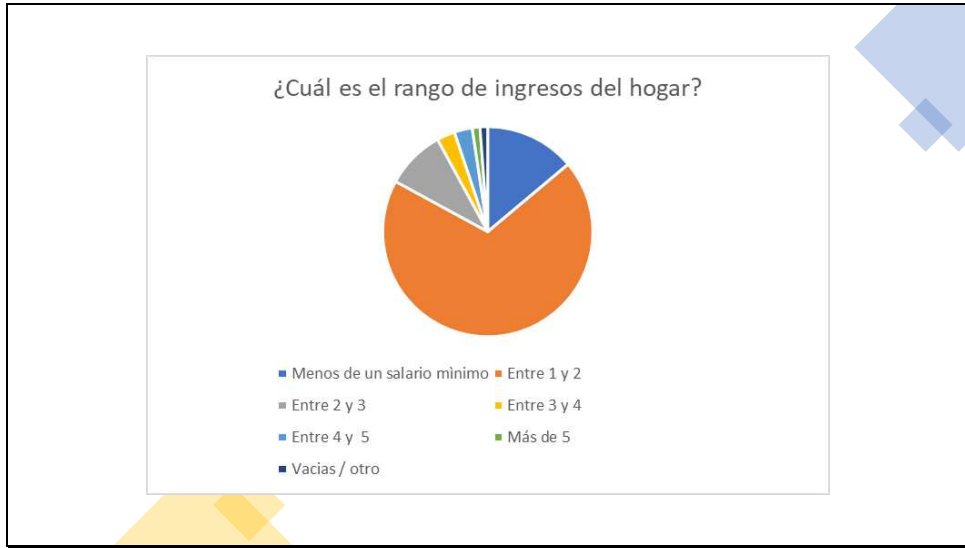


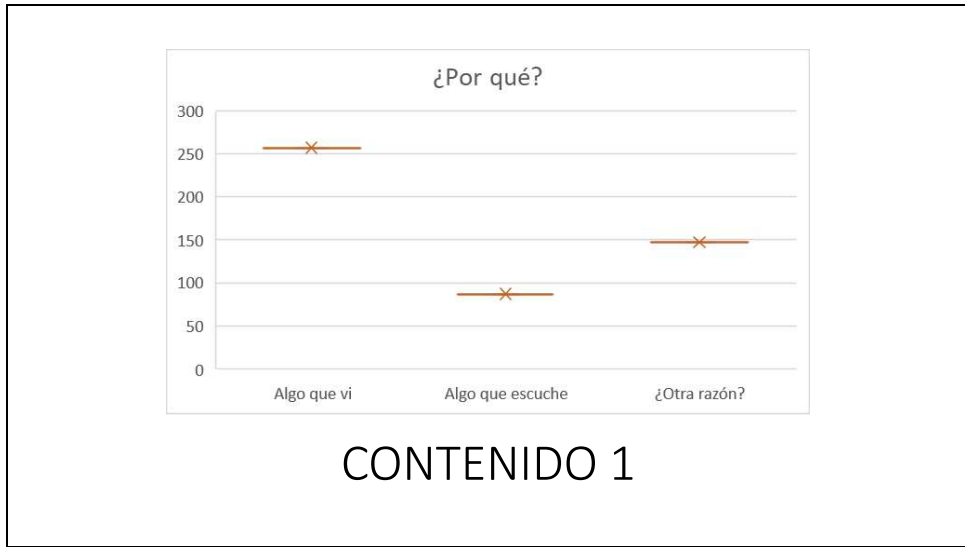
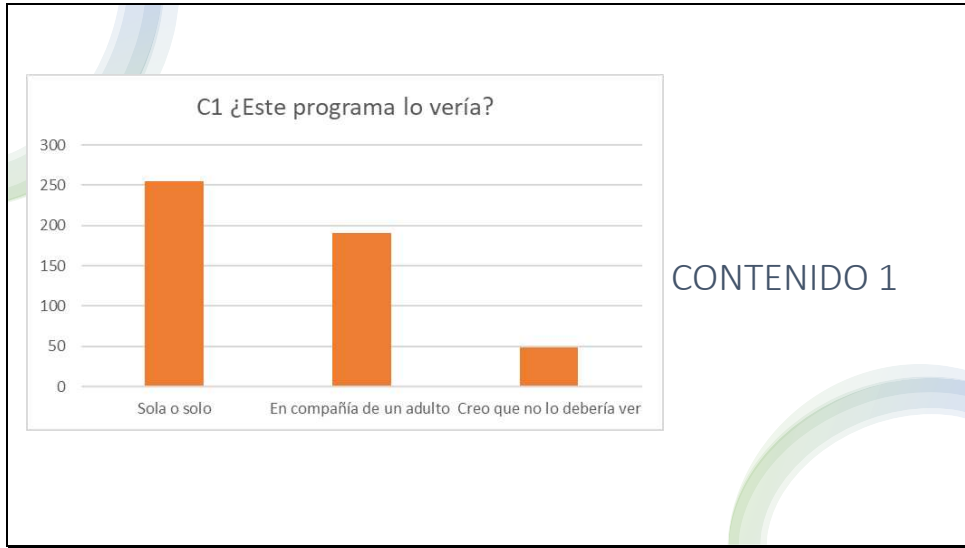
CIUDAD	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	6 a 9 años	10 a 13 años	14 a 17 años
BARRANQUILLA	28	12	16	3	25	0
BOGOTÁ	75	38	37	28	12	35
CALI	20	13	7	6	14	0
CARTAGENA	45	21	24	0	25	20
MEDELLÍN	43	23	20	29	14	0
SANTANDER	29	19	10	0	0	29
TOTAL	240	126	114	66	90	84

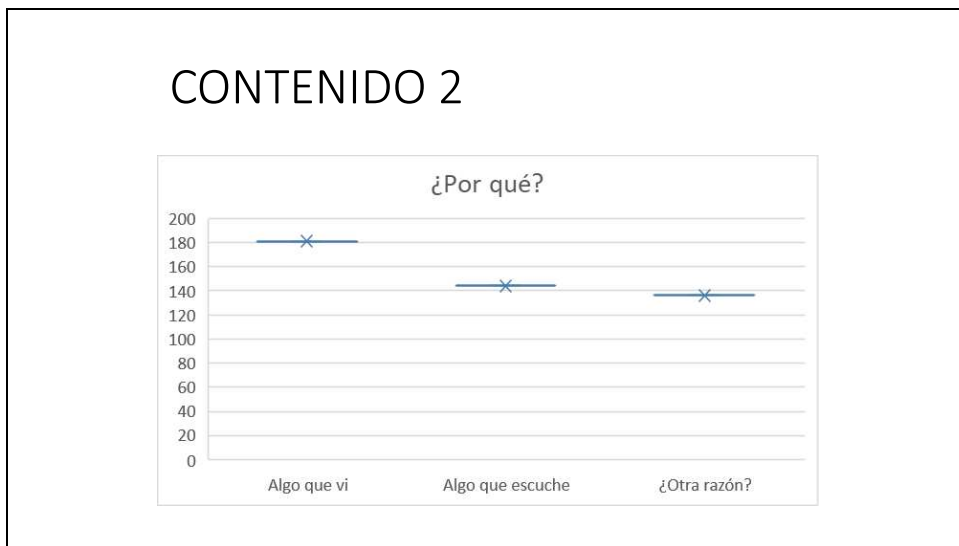
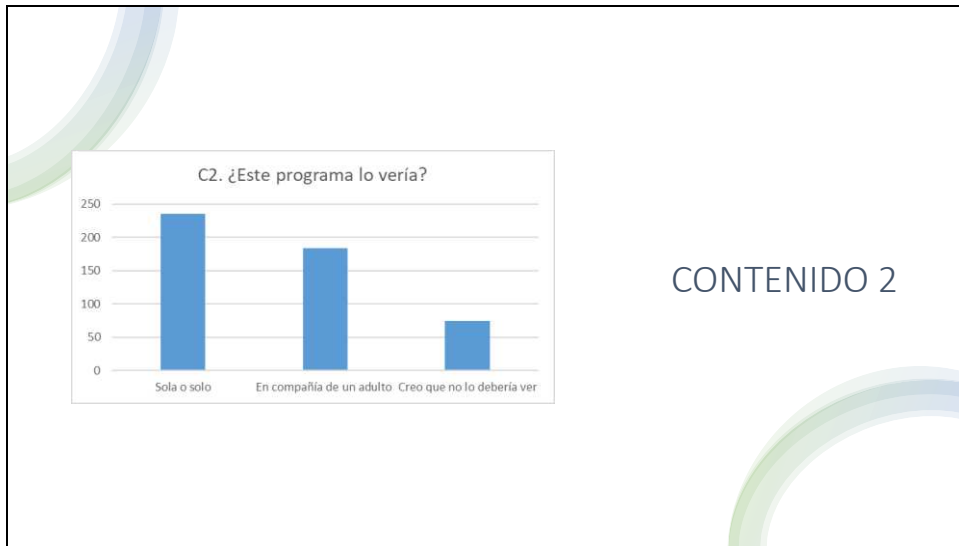




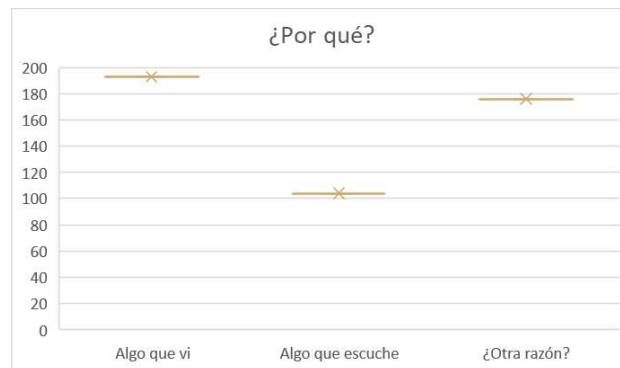
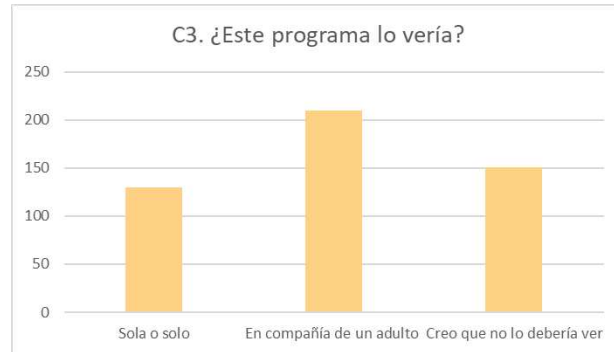




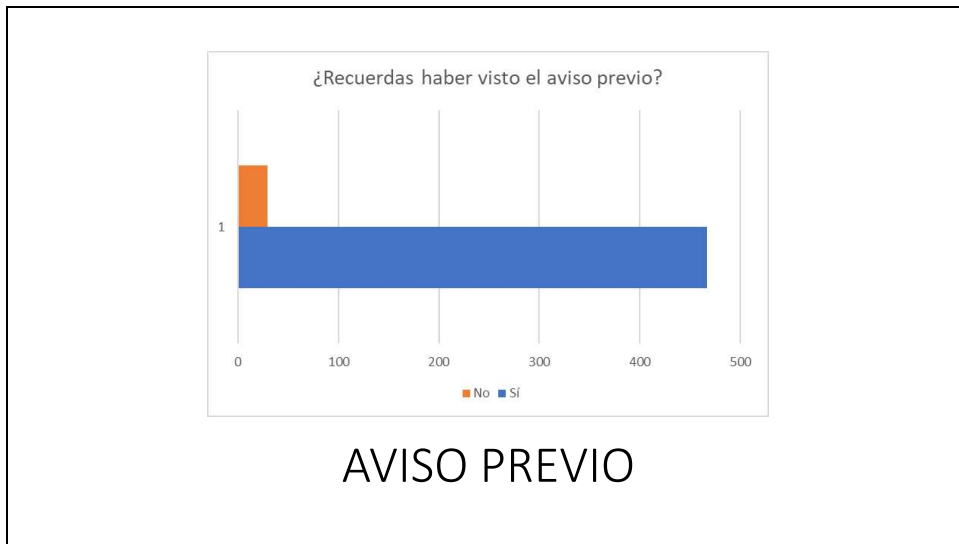
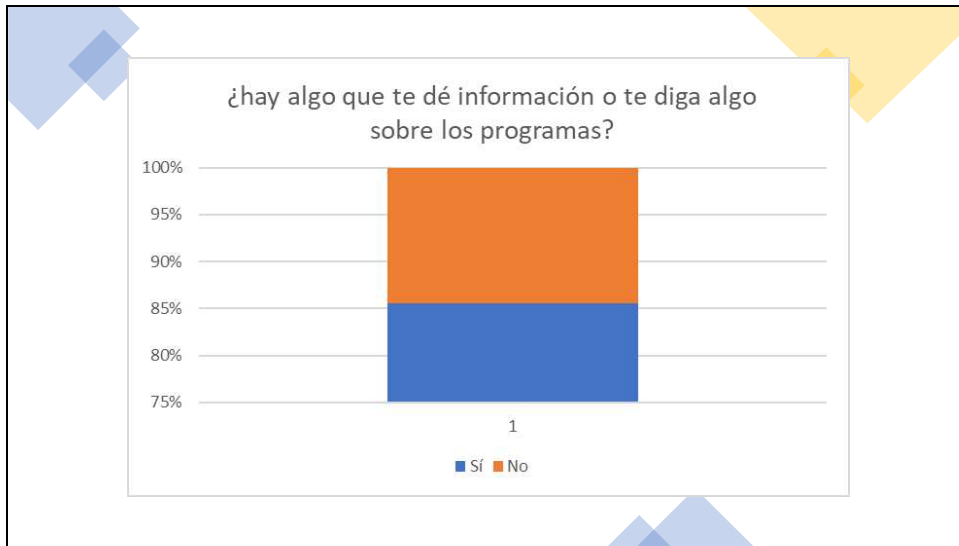


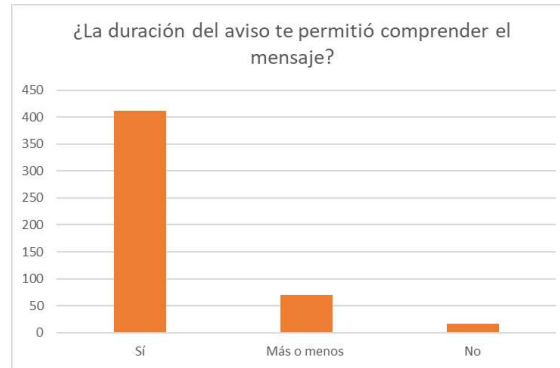


CONTENIDO 3

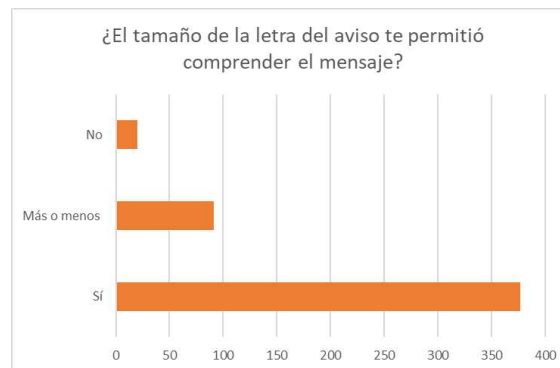


CONTENIDO 3



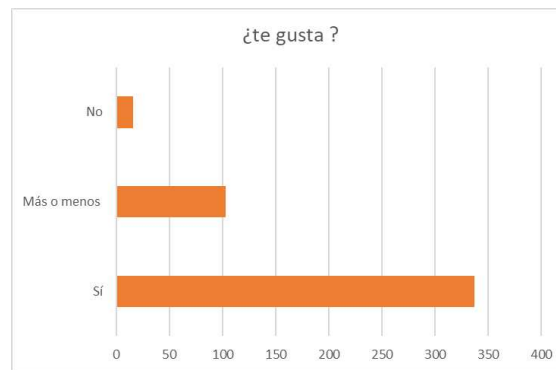


AVISO PREVIO



AVISO PREVIO

AVISO PREVIO-VOZ



AVISO PREVIO - VOZ

AVISO PREVIO-VOZ

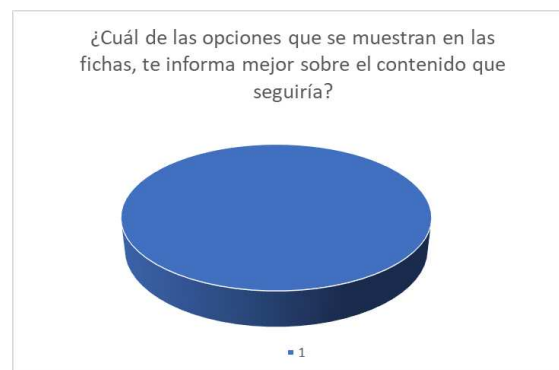


AVISO PREVIO-GENERAL



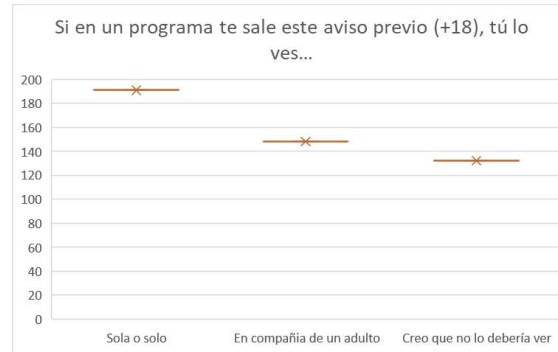


AVISO PREVIO-GENERAL



AVISO PREVIO

AVISO PREVIO + 18

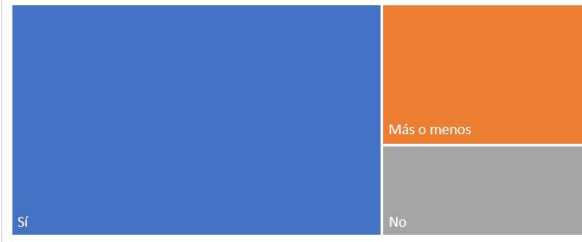


SÍMBOLO +7



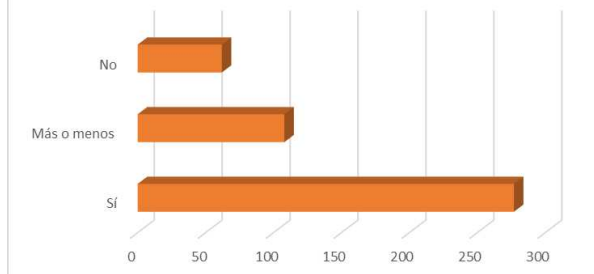
¿La duración del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?

■ Sí ■ Más o menos ■ No

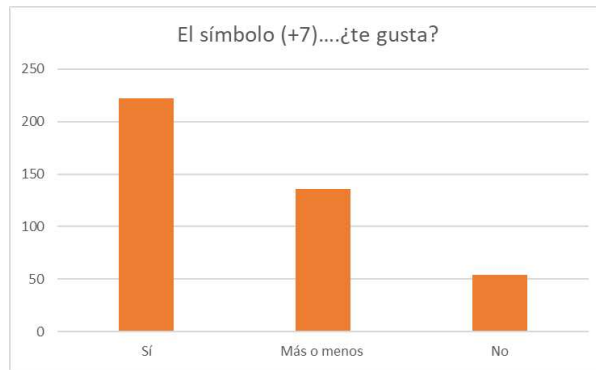


SÍMBOLO +7

¿El tamaño del símbolo (+7) te permitió comprender el mensaje?



SÍMBOLO +7



SÍMBOLO +7

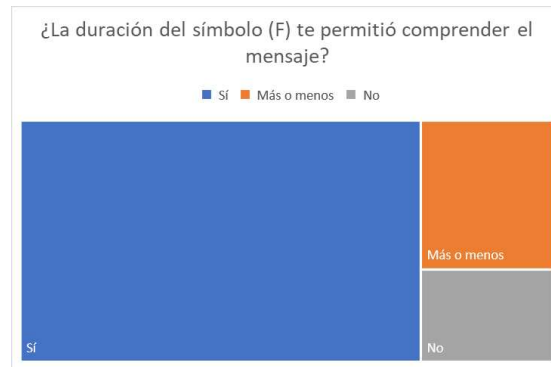


SÍMBOLO +7

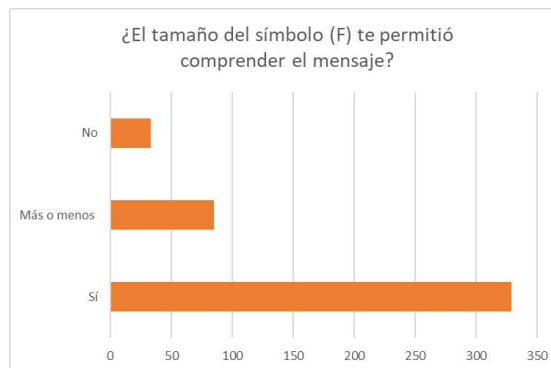
SÍMBOLO +7



SÍMBOLO F



SÍMBOLO F

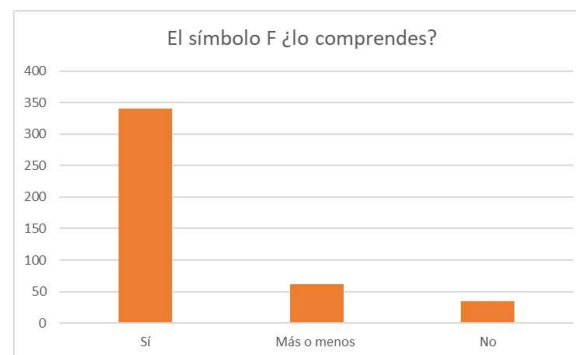


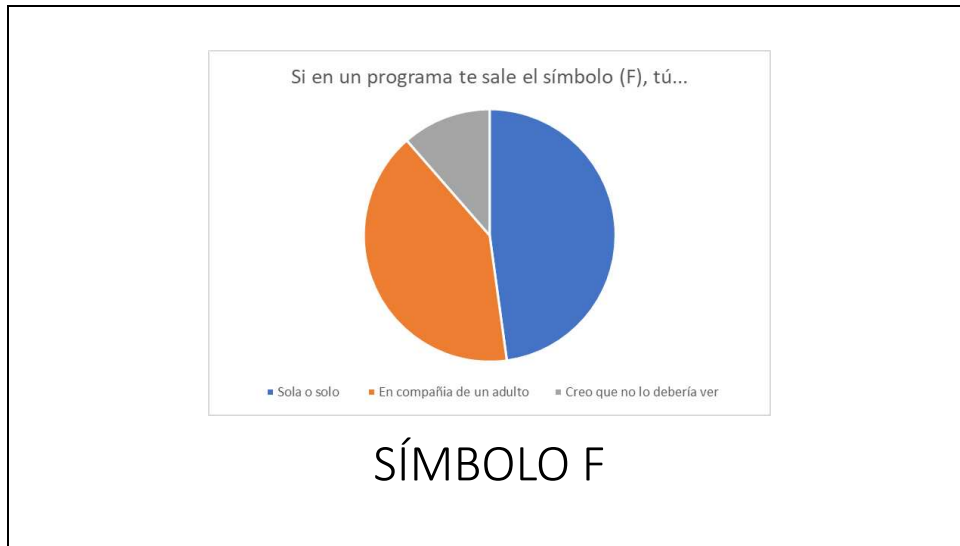
SÍMBOLO F



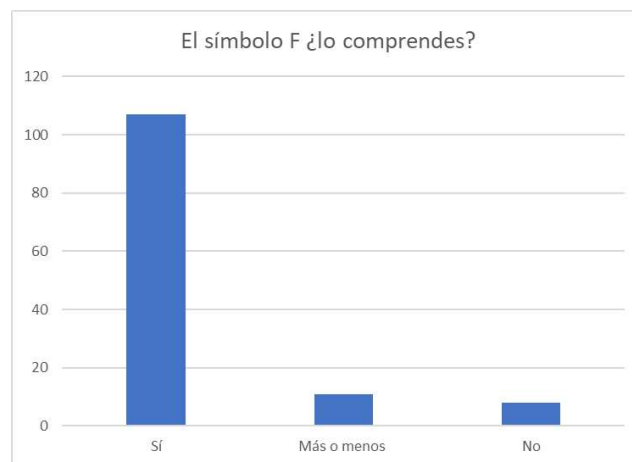
SÍMBOLO F

SÍMBOLO F





Principales resultados para adultos:



SÍMBOLO F


13.4.ANEXO 4: MUESTREO DE MODELOS DE AVISO PREVIOS IMPLEMENTADO POR LOS CANALES DE TELEVISIÓN




Canal: TRO PLUS

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
01/03/2022 7 a.m.	Rondas infantiles, musical	No ficción, infantil	 <p>Graphic showing the 'INFANTIL TRO+ PLUS' logo on an orange background. A white box contains the text: 'No contiene escenas de sexo o violencia.'</p>
01/03/2022 12 de medio día	Eureka	Ficción, infantil	 <p>Graphic showing the 'JUVENIL TRO+ PLUS' logo on a purple background. A white box contains the text: 'No contiene escenas de sexo o violencia. Se recomienda verlo en compañía de un adulto.'</p>

16/05/2022 7 p.m.	Más grandes menos chicos	No ficción, Magazín	
	Campaña Derechos de la niñez	Infografía, Filler	

Canal: CARACOL TV

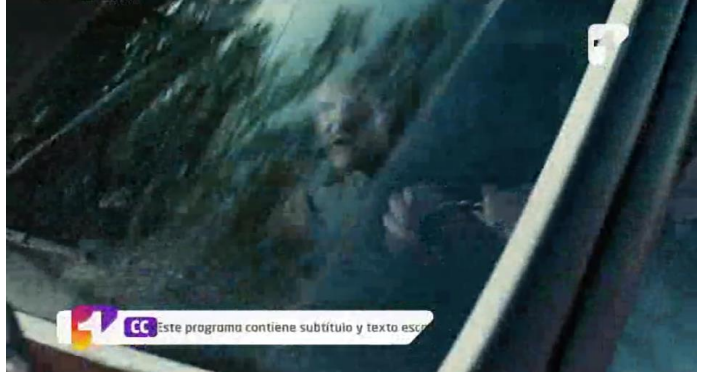
DÍA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
01/03/2022 9 a.m.	Día a Día	No ficción, magazín. Todo público, familiar	

01/03/2022 12:30 p.m.	Noticias	No ficción, noticiero. Todo público, familiar.	
19/05/2022 6 p.m.	Vecinos	Ficción, novela. Adolescentes	
22/05/2022 10 p.m.	Especiales Caracol	Documental, todo público, familiar.	

05/03/2022 6 a.m.	Cuentos de los hermanos grimm	Ficción, animación, infantil (0 a 12 años)	
	Antes del aviso previo aparece otro aviso con el nombre del contenido		

Canal: CANAL UNO

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
20/07/2022 7 a.m.	Eco natural center	No ficción, magazín. Todo público, familiar.	



<p>20/07/2022 10 p.m.</p>	<p>Infierno al Volante</p>	<p>Ficción, película</p>	
	<p>Aviso durante el contenido de la opción de closed caption</p>		
<p>04/03/2022 9 a.m.</p>	<p>Dragon ball Z</p>	<p>Ficción, animación, mayores de 12 años.</p>	

05/03/2022 10 a.m.	Bleach	Ficción, animación, todo público, familiar	 <p>Familiar </p> <p>Puede contener escenas de sexo y violencia moderadas, se recomienda la compañía de un adulto responsable.</p> <p>Contiene subtítulos de apoyo o Closed Caption.</p>
05/16/2022 12 p.m.	La Rosa de Guadalupe	Ficción, novela. Todo público, familiar	 <p>Familiar </p> <p>Puede contener escenas de sexo y violencia moderadas, se recomienda la compañía de un adulto responsable.</p> <p>Contiene subtítulos de apoyo o Closed Caption.</p>
19/05/2022 10 p.m.	El poder del amor 2	No ficción, reality. Todo público, familiar.	 <p>Familiar </p> <p>Puede contener escenas de sexo y violencia moderadas, se recomienda la compañía de un adulto responsable.</p> <p>Contiene subtítulos de apoyo o Closed Caption.</p>


Canal: Canal CAPITAL

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
-----------	-----------	----------------	--------------

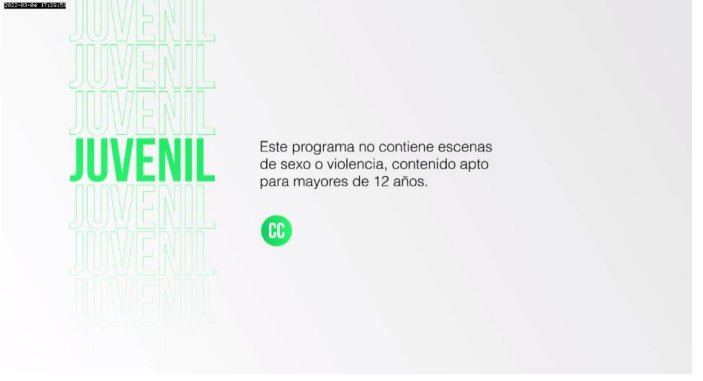
01/03/2022 6:30 a.m.	Mesa Capital	No ficción, magazín opinión. Mayores de 12 años	 <p>EL SIGUIENTE PROGRAMA ES APTO PARA MAYORES DE 12 AÑOS. PUEDE CONTENER ESCENAS DE SEXO O VIOLENCIA. RECOMENDAMOS LA COMPAÑÍA DE UN ADULTO RESPONSABLE. CONTIENE SISTEMA CLOSED CAPTION.</p>
01/03/2022 8 a.m.	Rostros de mi barrio	Documental, Todo público.	 <p>EL SIGUIENTE PROGRAMA ES APTO PARA TODAS LAS EDADES. NO CONTIENE ESCENAS DE SEXO O VIOLENCIA. CONTIENE SISTEMA CLOSED CAPTION.</p>
01/03/2022 2 p.m.	Crónicas elefantiles	Ficción, animación, infantil, primera infancia.	 <p>eureka +3 Infantil</p> <p>Estas historias son para ti. ¡Trae a tu mascota y que empiece el viaje!</p>

01/03/2022 3 p.m.	Eureka aprende en casa	Ficción, infantil, mayores de 7 años	
04/03/2022 10:30 p.m.	Presentes	Ficción, serie. Mayores de edad	

Canal: TELEANTIOQUIA

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
01/03/2022 3:30 p.m.	Tonos de piel	No ficción, documental, Todo público familiar.	

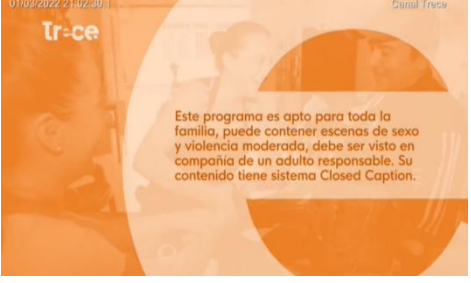
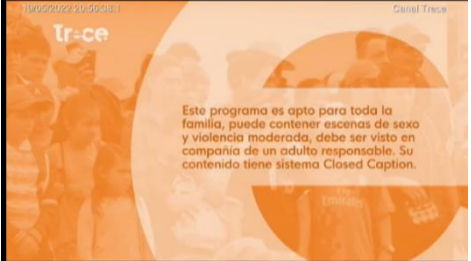
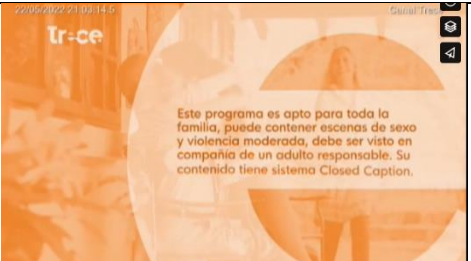
	Aviso adicional		 <p>ALTA DEFINICIÓN</p> <p>Este contenido puede verse en alta definición y de forma gratuita a través de   </p> <p>HD</p>
22/05/2022 10:30 a.m.	Feliz de semana	No ficción, magazín, Infantil, menores de 12 años.	 <p>INFANTIL</p> <p>Este programa no contiene escenas de sexo o violencia, contenido apto para menores de 12 años.</p> <p>CC</p>
01/03/2022 11 p.m.	Noticiero última emisión	No ficción, informativo. Todo público, familiar.	 <p>FAMILIAR</p> <p>Este programa puede contener escenas de sexo o violencia, se recomienda a los padres acompañar a los niños menores de 12 años.</p> <p>LS</p>

04/03/2022 5:30 p.m.	Dale Play	No ficción, magazín. Mayores de 12 años.	
-------------------------	-----------	--	--

Canal: TELECARIBE





DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
04/03/2022 12 p.m.	Salud para todos	No ficción, magazín. Todo público, familiar.	
04/03/2022 5:30 p.m.	CienciHéroes	Clasificado como familiar, pero el contenido es infantil	

Canal: Canal 13

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
01_Marzo_de6a24 horas_Canal Trece	Labels. No ficción. Serie	Toda la familia	
5_Marzo_de1056 a24horas_Trece	Los cuentos del abuelo. Ficción. Serie	Infantil	
19_Mayo_de16a24 horas_Trece	paseadora de (perros) abueles. No ficción- Serie	Toda la familia	
22_Mayo_de16a24 horas	la escuela de enfermería, No Ficción, Serie	Toda la familia	




Canal: City Tv

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
-----------	-----------	----------------	--------------

Citytv_20220301_1 0-12	City noticias MD. No ficción. Noticiero	Todo público	
Citytv_20220301_1 6-18	Batman. No ficción. Serie	Infantil	
Citytv_20220301_1 6-18	Quién tiene la razón. No ficción. Magazine	Todo público	
Citytv_20220304_2 0-22	CSI NY. No ficción. Serie	Todo público	


Canal: RCN

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO	AVISO PREVIO
01_MARZO_DE_07 _30_A_08_00	Mañana express. No ficción. Noticias.	Noticias	<p>Programa familiar MD CC (16)</p> <p>Apto para todas las edades. Contiene escenas de sexo y violencia. Debe ser visto en compañía de adultos.</p> <p>Tiene subtítulos de apoyo.</p>
05_MARZO_DE_06 _00_A_06_30	Betty Toons. No ficción. Opinión	Infantil	<p>Programa Infantil MD CC (16)</p> <p>Apto de 0 a 12 años. No contiene escenas de sexo ni de violencia.</p> <p>Tiene subtítulos de apoyo.</p>
05_MARZO_DE_14 _30_A_15_00	Disparo final, No Ficción, Película	Todo público	<p>Programa familiar MD CC (16)</p> <p>Apto para todas las edades. Contiene escenas de sexo y violencia. Debe ser visto en compañía de adultos.</p> <p>Tiene subtítulos de apoyo.</p>
05_MARZO_DE_23 _30_A_24_00	Historias clasificadas , No Ficción, Serie	Serie	<p>+18 MD (18)</p> <p>Este programa es para adultos mayores de 18 años y no se recomienda para menores de edad. Contiene escenas de sexo y violencia.</p> <p>No tiene subtítulos de apoyo.</p>

16_MAYO_DE_18_00_A_18_30	Enfermeras , No Ficción, Novela	Novela	<p>Programa familiar   </p> <p>Apto para todas las edades. Contiene escenas de sexo y violencia. Debe ser visto en compañía de adultos.</p> <p>Tiene subtítulos de apoyo.</p>
--------------------------	---------------------------------	--------	--

Canal: Señal Colombia





DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
SCOL 2022-07-20 0020-0030	Dejémonos de vainas. Ficción. Serie documental	Adultos	
	Héroes al rescate animal. No ficción. Serie	Toda la familia	
SCOL 2022-07-20 0320-0330	Cuentitos mágicos - No ficción. Serie	Infantil	

SCOL 2022-03-01 2000-2010	Tuyo es mi corazón. Ficción. Serie	Toda la familia	
------------------------------	---------------------------------------	-----------------	--

Canal: Telecafé

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
22_mayo_de3a24 horas	Etiquetas. No ficción.	Familiar	
22_mayo_de06a02 horas	Cata mestiza , No Ficción, no ficcion	Serie animada	
19_mayo_de6a2horas	Salud para todos. No ficción.	Todo público	

Canal: Telepacífico

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO
Marzo 1 - Parte 1 de 6 a 10 am	Talla S/ No ficción. Magazine	Infantil	
Marzo 1 - Parte 1 de 6 a 10 am	Noticias/ No ficción. Magazine	Todo público	
Marzo 1 - Parte 2 de 10 a 2 pm	Al día con todo	Todo Público	
Marzo 1 - Parte 4 de 6 a 10	El buen verdugo. No Ficción. Serie	Todo Público	

INSTITUCIONAL

DIA /HORA	CONTENIDO	TIPO/AUDIENCIA	AVISO PREVIO

2022-03-01 0600-820 am	Señal de la mañana. No ficción. Noticias	Todas las edades	
2022-03-01 1000-1100	Profe en tu casa. No ficción. Serie	Todas las edades	
1100-1130	Más allá de la fe. No ficción. Opinión/Investigación	Todas las edades	
2022-03-01 1140-1200	Todo bajo control	Todas las edades	
2022-03-04 2300-2340	Informativo de la casa de nariño	Todas las edades	