

Bogotá, 31 de octubre de 2023

Señores

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES - CRC

Bogotá

Referencia: Comentarios a alternativas regulatorias de proyectos "Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión":

Respetados señores,

A continuación, presentamos nuestros comentarios frente a las propuestas socializadas en la reunión del pasado 19 de octubre de 2023, frente a las alternativas regulatorias de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión.

PROGRAMACION

1. FRANJAS DE PROGRAMACION:

- **Situación identificada:** La evolución del acceso a los contenidos se ha diseminado en las múltiples pantallas y plataformas; por ende, la clasificación de las franjas infantil y adolescentes corresponde a la perspectiva tradicional del consumo de contenidos audiovisuales:

Frente a esta situación identificada y las alternativas propuestas, nuevamente reiteramos a esta Comisión los comentarios indicados en oportunidades anteriores: en la situación de mercado actual existen múltiples opciones de contenido que los niños, niñas y adolescentes tienen para abastecer sus necesidades de entretenimiento en diferentes medios, como la televisión por suscripción, internet, entre otras plataformas. Es claro y evidente que el mercado actualmente ha cambiado y que, en razón a esto, los niños, niñas y adolescentes consumen y buscan otros canales de distribución de contenidos que proveen una oferta más amplia y completa la programación infantil y adolescente, ajustándose de forma más completa con las necesidades y preferencias de esta población.

Por otro lado, diferimos de la interpretación dada por la CRC en cuanto a la base legal de las franjas, por cuanto reiteramos la ley solo distingue dos tipos de franjas, (la franja de todo público, que está comprendida entre las

7:00am y las 9:30pm, y la franja de adultos que está comprendida desde las 10:00pm hasta las 5:00am). La franja de niños, niñas y adolescentes fue una creación reglamentaria que no está prevista u ordenada en la ley, y que fue diseñada por la autoridad de televisión como estrategia para desarrollar los fines dictados en el marco normativo en cuanto a diversidad de contenido y protección de esta población. Sin embargo, la ley no ordena de la CRC deba diseñar dicha estrategia bajo la forma de franjas, y bajo este entendido esa estrategia no es inamovible, es por ello, que está bajo el criterio del regulador incluir o no la franja de niños, niñas y adolescentes, o ajustar la estrategia para incentivar la programación de este tipo de contenidos por los operadores.

Respecto del Código de Infancia y Adolescencia aplicamos las normas correspondientes y entendemos la importancia de las protecciones de este código. Sin embargo, esta norma no establece la creación de franjas, y de hecho es una ley ajena al servicio de televisión. Este Código, si bien esta llamado a conservar los derechos de esta población de cuidado especial, no puede crear normas relacionadas con la programación del servicio de televisión, más allá de la facultad de garantizar y preservar los derechos de los niños, niñas y adolescentes.

Dicho lo anterior y teniendo en cuenta la situación actual de oferta de contenidos y hábitos de consumo, consideramos que las alternativas propuestas no son conducentes, y proponemos que la CRC evalúe un cambio de estrategia eliminando las franjas, y que en su lugar se mantenga únicamente la división legal de programación todo público y programación de adultos, y se establezcan estímulos regulatorios para incentivar que el operador por decisión propia poder programar contenido especializado infantil y adolescente dentro de la franja de todo público.

Finalmente, reiteramos que Caracol Televisión como operador de televisión abierta de un canal generalista para todo público, no puede competir contra los canales dedicados a programación infantil y adolescente, ya que hay una multiplicidad de oferta en canales cerrados como en streaming, lo que hace que esta carga regulatoria se vuelva insostenible con el tiempo.

2. SUBCANALES DIGITALES:

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

Frente a esta situación identificada, estamos de acuerdo con la alternativa orientada a flexibilizar la regulación de subcanales, y sugerimos restringir al mínimo de origen legal las obligaciones del canal principal aplicables de manera expresa a los subcanales de TDT. Al respecto vale la pena también tener en cuenta que al momento en que se estableció la posibilidad de los subcanales estos fueron concebidos para ser canales ajenos a las cargas del canal principal, cuyo régimen se acercara al de los canales de cable, esto teniendo en cuenta además que dichos canales deben tener mayores facilidades para ser sostenibles y que sostenibilidad basada en espacios de pauta no está garantizada en la medida en que la demanda de dicho mercado no está en aumento.

En relación con lo anterior y en aras de reforzar la real posibilidad de explotación competitiva de la multicanalidad, consideramos que los subcanales digitales deberían estar concebidos como canales que tengan un mínimo de regulación. Es por ello que, a nuestra consideración estos no deberían tener cargas ni regulaciones de contenido o programación.

Como alternativa complementaria sugerimos se permita a los operadores la posibilidad de autorregularse y desarrollar el cumplimiento de algunas de las obligaciones del canal principal en algún subcanal, a decisión del operador.

3. PRODUCCION DE ORIGEN NACIONAL:

- **Situación identificada:** El porcentaje de programación de producción nacional es alto. No hay suficientes obras, sumado a las limitaciones en repeticiones. Se genera una posible asimetría regulatoria con operadores de TV por suscripción, cuyos canales codificados se programan en esquemas de repeticiones:

Frente a este tema, resaltamos el inmenso valor que tiene la protección legal del contenido nacional y de la capacidad de producción en Colombia, para lo cual hoy en día Colombia cuenta entre otros con un importante sistema de normas e incentivos. Frente a las normas y alternativas presentadas entendemos que los porcentajes de producción nacional son de origen legal y no pueden ser sujeto de modificación sin embargo las especificaciones sobre las repeticiones y/o su contabilización fueron eliminadas de la ley 182 de 1995 y existen solo en la reglamentación, por lo actual en la actualidad la CRC no tiene actualmente facultades para determinar que una obra pierda su carácter de producción nacional al ser emitida varias veces. En tal sentido las restricciones sobre repeticiones y lo que respecta a las reglas de contabilización debe ser eliminado.

4. REPETICIONES:

- **Situación identificada:** No hay suficiente inventario para tener esa frecuencia de emisión en repeticiones. En TV por suscripción se tienen esquemas basados en repetición semanal o por jornada-parrilla de un programa espejo.:

Frente a este punto reiteramos que la reglamentación de repeticiones no tiene un fundamento legal por lo que no debe ser materia de compilación y debe ser eliminada de la Resolución 6383 de 2021 de la CRC donde fue compilada de manera errónea.

Por lo anterior las limitantes contenidas en los artículos 16.4.7.1, 16.4.7.2 y 16.4.7.3, deben ser eliminadas del marco regulatorio actual, sin que exista especificación alguna en cuanto a las repeticiones.

5. OBRAS CINEMATOGRAFICAS NACIONALES:

- **Situación identificada:** La oferta del mercado de películas colombianas que puedan ser transmitidas por calidad y contenido en televisión abierta es limitada:

Frente a esta situación reconocemos la importancia de proteger la producción nacional cinematográfica, protegiendo su desarrollo como industria nacional. Ahora bien dicha protección ha tenido mayores beneficios por vía del establecimiento de estímulos a la producción nacional. Por lo anterior defendemos el argumento de buscar otras maneras de estimular la emisión de producciones cinematográficas nacionales en televisión, diferentes del establecimiento de cuotas.

El establecimiento de “cuotas” afecta la capacidad de programación y llega a ser contraproducente para el operador y también para el consumidor de contenidos en televisión abierta, en la medida en que teniendo en cuenta las franjas y la cantidad limitada de inventario para cumplir las cuotas, para cumplir la cuota es necesario repetir las pocas películas que se hagan al año, a unos costos de licenciamiento muy elevados. Teniendo en cuenta además que la mayoría de las películas del cine colombiano se enfocan en temáticas sociales que no son aptas para horarios de todo público, infantil o adolescente, ya sea por el lenguaje, o por el tratamiento de las imágenes, la violencia y en algunos casos temáticas sociales que incluyen menores de edad, que no ajustan a las franjas actuales permitidas de emisión.

Frente a esta situación y las alternativas planteadas, la disminución del porcentaje anual de emisión de obras cinematográficas nacionales y aumento de formatos son medidas

adecuadas frente a la situación de mercado; sin embargo, el porcentaje que se fije y que según las normas debe ser revisado de manera periódica, cuando menos una vez al año teniendo en cuenta el inventario del año anterior y cualquier otro criterio que permita la constatación real del inventario y los comentarios remitidos por los operadores. Así mismo reiteramos que los estímulos regulatorios resultan más adecuados que la obligación de cumplir con porcentajes de emisión.

Resaltamos que actualmente la cuota del 10% es muy alta e incluso el 5% propuesto puede seguir siendo muy elevado, se sugiere revisar previamente la disponibilidad en el mercado.

6. ESPACIOS INSTITUCIONALES Y EVENTOS ESPECIALES

1. ESPACIOS POR DISPOSICION LEGAL:

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

Enfoque de las alternativas: Simplificar y aclarar el régimen vigente, actualizar según nuevas disposiciones legales (estatuto de la oposición), fomentar regulación, que ha sido expedida a través de la Circular 148 de 2022, desconcentrar la emisión de espacios institucionales en horarios AAA.

Frente a las alternativas de regulación propuestas observamos que se establece la fijación de los espacios en cantidad de espacios y no en minutos. En cualquier caso, entendemos que la cantidad total de tiempo utilizado no cambiaría ya que, aún si se habla en cantidad de mensajes, ninguno puede tener una duración mayor de un minuto.

Ahora bien sobre la situación identificada, en efecto la acumulación de espacios institucionales en la franja de mayor audiencia conlleva una limitación a la posibilidad de comercialización de los espacios de mayor valor. Es por ello que reiteramos la petición de reducir de manera real los minutos de los horarios de mayor sintonía que deben ser dedicados a espacios institucionales.

Frente a las alternativas, a primera vista la alternativa 3 parece ser la más favorable; sin embargo si bien se amplía el horario en el cual se pueden asignar espacios, no es clara la disminución frente a las cargas específicas del horario prime de mayor audiencia. Hoy en día los sorteos dan en promedio 4:30 minutos de emisión en el horario de mayor sintonía. La regulación propuesta no plantea una disminución real de esta afectación de tiempo aun si plantea la posibilidad

de sortear espacios en una franja más amplia de tiempo. Sugerimos establecer límites de minutos de afectación total del horario prime y criterios de autorregulación que fijen tiempos mínimos para que los operadores distribuyan a su discreción los espacios sorteados dentro la franja permitida. Esto, además, para permitir mayor movilidad en las decisiones de programación para eventos en vivo, lanzamientos y demás, y también cuando de cara a fechas en las cuales debido a otros espacios institucionales especiales que la CRC no puede regular, el prime tenga una carga elevada.

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

7. PUBLICIDAD

1. PUBLICIDAD EN ALCOHOL:

- **Situación identificada:** Las restricciones en materia de publicidad de bebidas alcohólicas son desiguales comparadas con otros medios donde no se tienen este tipo de restricciones.
- **SOBRE CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE CONSUMO DE ALCOHOL:**

En relación con esta problemática, queremos poner de precedente el siguiente recuento histórico:

El artículo 29 de la ley 182 de 2009 aborda la libertad de operación, expresión y difusión de los operadores de canales nacionales de televisión sin sujeción a control previo sobre la programación, debido a que toda forma de censura está prohibida por la constitución.

Los operadores mantenían un control mínimo no de contenido, sino únicamente de legalidad para verificar mínimos requeridos por la ley en las piezas publicitarias, como por ejemplo si un comercial refiere temas sobre suerte y azar, se revisaba que tuviera el permiso respectivo por Coljuegos. Este chequeo que se realiza no es sobre el contenido, sino sobre la verificación del cumplimiento de las normas legales actualmente existentes.

Posteriormente, en el artículo 30 de la ley 1480 de 2011 estatuto de protección al consumidor se estableció la responsabilidad solidaria de los medios de comunicación por la emisión de publicidad engañosa en caso de dolo o culpa grave, a partir de lo cual fue necesario intensificar la validación de contenidos y afirmaciones en los anuncios publicitarios antes de emitir contenidos

publicitarios. Finalmente en 2019 frente a una acción de tutela adelantada por Red Papaz contra RCN Televisión S.A. y Caracol Televisión S.A. la Corte Constitucional ordenó que los operadores de televisión abierta no pueden hacer ningún tipo de control previo frente a la publicidad y están obligados a realizar la emisión.

De cara a las problemáticas identificadas por la entidad, en especial en lo que respecta a los contenidos de las pautas de alcohol, resaltamos que actualmente Caracol no puede realizar ningún control frente al contenido de los anuncios de publicidad, de manera que cualquier verificación de cara al contenido de anuncios de alcohol debe ser dirigido a los anunciantes, sin que los operadores estén hoy en día en capacidad de aplicar controles o asumir cargas adicionales.

Frente a las alternativas presentadas en cuanto a campañas de prevención y teniendo en cuenta lo anterior, estamos de acuerdo que de conformidad con la alternativa 3 se reduzca el mínimo de emisión de la campaña de prevención de consumo de alcohol, campaña que además se incluye como parte de los mensajes institucionales, en cuyo caso entendemos que el costo de producción del mensaje sería asumido por la entidad.

Finalmente respecto de la publicidad de alcohol el artículo 16.5.4.4 debe ser verificado y ajustado teniendo en cuenta que la franja de programación apta por todo público termina a las 21:30, con lo cual las restricciones de publicidad indirecta no pueden extenderse hasta las 22:00 horas, más aún cuando dicho horario fue ya reiterado y que recientemente el Consejo de Estado eliminó la publicidad como parte de la programación de televisión.

En cuanto al mensaje de advertencia para padres sobre la responsabilidad de evitar audiencias de menores de edad luego de las 21:30 horas, consideramos que esta advertencia no solo obedece la protección de menores de edad frente a la publicidad en alcohol, sino frente al cambio del contenido de la programación en sí, con contenidos televisivos no aptos para menores de edad.

Sin perjuicio de lo anterior, Caracol reitera que este tema debe ser estudiado por la Comisión teniendo en cuenta otras plataformas de consumo de contenidos y la asimetría regulatoria persistente.

Finalmente agradecemos a la Comisión por brindarnos un espacio de diálogo y contraposición sobre la normatividad en razón al servicio de la televisión abierta colombiana, creemos fielmente que estos ejercicios construyen la modernización y simplificación de medidas regulatorias que conllevan la prestación del servicio público de televisión de calidad y de excelencia.



Estamos atentos a poder ampliar la información que ustedes consideren necesaria para seguir aportando a estos proyectos regulatorios.

Cordialmente,