



Bogotá D.C., 31 de octubre de 2023

Doctor
NICOLÁS SILVA CORTÉS
Director Ejecutivo
COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES-CRC
revisión_regulación_tv@crcom.gov.co
Bogotá DC.

Asunto: Comentarios COMCEL S.A. al documento “*Alternativas regulatorias Revisión de las condiciones de programación, publicidad y espacios institucionales en el servicio de televisión*”

Respetado Doctor Silva,

En atención a la publicación para comentarios del documento del asunto, COMCEL S.A. se permite presentar las siguientes observaciones y comentarios:

I. COMENTARIOS GENERALES

El documento publicado por la CRC formula el problema identificado frente a las medidas que actualmente se establecen en materia de televisión, especialmente, franjas de programación y las obligaciones relacionadas con las franjas delimitadas, obligaciones para los subcanales digitales, irrupción de OTT (Over The Top) y la necesidad de equilibrar la televisión convencional con las plataformas a través de la desregulación, publicidad y programación.

Sobre el particular, consideramos necesario para la definición de las temáticas o proyectos a desarrollar en torno a la presente revisión regulatoria, que la CRC tenga en cuenta lo siguiente:

- El estado actual de la industria y el continuo cambio del sector en todas sus perspectivas, lo cual debe ser considerado por el regulador, teniendo en cuenta la irrupción de nuevos agentes, los cambios tecnológicos, modificación en los hábitos de consumo de los usuarios, que requieren un análisis de impacto normativo más profundo.
- Es de suma importancia que la Comisión revise las condiciones de las franjas de programación, debido a que estas usualmente eran usadas para proteger al público menor de edad de la emisión de programación sensible; sin embargo, se ha evidenciado que en el cambio de tendencia y hábitos de consumo, el público infantil y adolescente tiene el acceso (sin restricciones por parte del generador o almacenador de contenido) de OTT o plataformas que no filtran su contenido, lo que en consecuencia hace que las restricciones en materia de franjas de emisión en televisión resulten inútiles y obsoletas.
- Las restricciones sobre publicidad de bebidas alcohólicas son desiguales comparadas con otros medios, como las vallas o medios impresos, donde no se tienen este tipo de



restricciones. Adicionalmente, la campaña de prevención al consumo es desigual para la TV comparada con otros medios.

- Es necesario que la Comisión revise las prácticas anticompetitivas que se generan a partir de la suscripción de contratos de exclusividad en materia de publicidad, los cuales resultan contrarios a los principios rectores de la buena fe y competencia del sector y no permiten que las casas productoras generen ingresos que permitan la inversión para la producción de contenidos propios nacionales.

Sin perjuicio de lo anterior, remitimos los siguientes comentarios respecto de las alternativas planteadas por la Comisión:

II. COMENTARIOS ESPECÍFICOS

2.1. Tendencias en análisis de mercados y regulación de contenidos audiovisuales

De este modo, reiteramos lo mencionado en comentarios anteriores, acerca de la necesidad de incluir en sus análisis el rol de los OTT y su influencia en el mercado audiovisual del país, debido a que es innegable que la participación actual en el mercado audiovisual de los OTT, ha impactado este mercado y ha marcado una nueva tendencia en la forma de ver contenidos audiovisuales, lo cual demuestra que tienen que ser consideradas como actores relevantes que influyen en la dinámica del mercado.

Así, pues, se le solicita a la CRC que ejecute las alternativas relacionadas con la desregulación del mercado audiovisual, con la consecuente simplificación normativa, nivelando el campo de juego respecto a los operadores tradicionales, con un marco regulatorio enfocado en la universalidad, que guarde correspondencia con las nuevas dinámicas que a nivel global se presentan en el mercado audiovisual.

2.2. Sobre los cambios regulatorios trascendentales en materia de publicidad que son necesarios para fortalecimiento de la competencia del sector.

Respecto de la emisión de publicidad, debemos reiterar lo indicado en anteriores comentarios, debido a que encontramos que el artículo 16.5.4.4 de la Resolución CRC No 5050 de 2016, delimita la publicidad en cuanto a horarios, tipo de contenido a publicitar y el tiempo permitido de emisión de publicidad por programación. Sobre el particular nos permitimos evidenciar las siguientes consideraciones:

“ARTÍCULO 16.5.4.4 HORARIOS E INTENSIDAD DE LA PUBLICIDAD. <Artículo adicionado por el artículo 3 de la Resolución 6383 de 2021. El nuevo texto es el siguiente:> *La publicidad de bebidas con contenido alcohólico en televisión únicamente podrá transmitirse en los horarios y con la intensidad que a continuación se establece:*



- a) *Publicidad Promocional: Dentro de un mes antes al evento cultural o deportivo entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, y durante la transmisión del evento deportivo o cultural que se promueve, patrocina o denomina.*
- b) *Publicidad Indirecta: Entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.*
- c) *Publicidad Directa: No podrá transmitirse en ningún horario por el servicio de televisión.*

PARÁGRAFO 1o. *La emisión de la publicidad promocional e indirecta de que tratan los literales a) y b) del presente artículo, tendrá una duración máxima de sesenta (60) segundos por cada treinta (30) minutos de programación.*

(...)." (SFT)

Como se observa, la publicidad promocional e indirecta se ve limitada pues se posibilita su realización a 60 segundos por cada 30 minutos de emisión (sin perjuicio de las demás formas de publicidad contempladas a tv abierta, regional, etc), lo cual puede resultar limitante en comparación con otros países, situación que puede ver afectada la obtención de recursos de financiación de las casas productoras y operadores, debido a que los recursos que se obtienen a través de la publicidad resultan esenciales para fomentar la producción en materia audiovisual.

De este modo, consideramos que la mejor alternativa a considerar para la CRC, en concordancia con todo lo expuesto hasta este punto es **“Desregular tiempo máximo de publicidad o de reconocimientos por tiempo de programación para señal Colombia, la TV Regional y la TV con ánimo de lucro”**.

Aunado a lo anterior, es preciso que la Comisión revise las siguientes disposiciones y su pertinencia en el marco regulatorio:

- Respecto de los tipos de publicidad (indirecta, directa y promocional)¹ es preciso señalar que debe permitirse la publicidad directa en horarios o franjas visibles para los televidentes, debido que no tiene sentido conservar tal restricción cuando las tendencias y gustos de los televidentes se han modificado de acuerdo a la evoluciones tecnológicas o irrupción de plataformas que son accesibles para todo tipo de público, de este modo se estaría equilibrando cargas regulatorias con nuevos agentes como lo son las OTT.
- Por otro lado, es preciso señalar que el artículo citado también establece lo siguiente:

“PARÁGRAFO 2o. *Cada operador del servicio de televisión que emita publicidad de bebidas con contenido alcohólico deberá transmitir sin costo alguno una campaña explícitamente preventiva sobre*

¹ Resolución CRC No. 5050 de 2016: **“ARTÍCULO 16.5.4.4 HORARIOS E INTENSIDAD DE LA PUBLICIDAD (...)** a) *Publicidad Promocional: Dentro de un mes antes al evento cultural o deportivo entre las 21:30 y las 5:00 horas del día siguiente, y durante la transmisión del evento deportivo o cultural que se promueve, patrocina o denomina.*

b) *Publicidad Indirecta: Entre las 22:00 y las 05:00 horas del día siguiente.*

c) *Publicidad Directa: No podrá transmitirse en ningún horario por el servicio de televisión.”*



los riesgos y efectos de su consumo, en franja familiar, por la mitad del tiempo utilizado semanalmente para la publicidad de dichos productos” (SFT)

Al respecto, es necesario que la CRC revise dicha normativa, debido a que encontramos que esta obligación presenta duplicidad, pues la regulación exige que al momento que se realicen comerciales de este tipo, deben advertirse los efectos dañinos del consumo de bebidas alcohólicas, su consumo excesivo, incluso, sus riesgos. Lo anterior, evidenciaría un exceso de normatividad restrictiva sobre un mismo tema que resulta desproporcionado no solo por doble emisión de contenido, sino porque además debe emitirse el contenido preventivo de manera gratuita, situación que resulta más onerosa para los operadores, quienes no reciben ningún tipo de beneficio y por el contrario pierden pauta.

Así las cosas, se reitera que la mejor alternativa de acuerdo con el documento emitido por la Comisión es la desregulación en materia de publicidad, incluyéndose en este punto la disminución de contenidos preventivos que resultan costosos para las casas productoras, encareciendo aún el mercado audiovisual tradicional, frente a los OTT.

III. COMENTARIOS FRENTE A LAS RESPUESTAS DE LA COMISIÓN EN LA CONSULTA

Consideramos necesario emitir pronunciamiento respecto de algunas respuestas dadas por la Comisión frente a las problemáticas que planteó el sector:

- El sector señaló que la CRC debe propender por el equilibrio de cargas regulatorias entre agentes tradicionales y nuevos agentes del sector audiovisual, su respuesta ante dicha solicitud fue la siguiente: *“Facultades legales de la CRC no están orientadas a regular los servicios OTT (monitoreo anual de la evolución de OTT)”*

Al respecto debe indicársele a la Comisión que si bien las facultades de la CRC no están orientadas a regular los servicios OTT, la crítica del sector está dirigida a la CRC en el entendido de que debe observar la evolución de las tendencias del mercado y como a través de la autorregulación se contribuye al bienestar social, razón por la cual deben equilibrarse las cargas y desregular los medios tradicionales, pues muchas de las obligaciones existentes son un obstáculo para la innovación y generan asimetrías entre los agentes tradicionales y los disruptivos, sin ninguna justificación. En ese sentido, lo que se solicita a la Comisión es que reduzca las cargas asimétricas entre OTT y operadores tradicionales, debido a que esta regulación no genera un valor agregado al mercado pues lo limita, dicha solicitud si se encuentra en el marco de las competencias y facultades legalmente establecidas a la CRC.

- De igual forma, se planteó por el sector que se adicionara como una causa, las altas inversiones que se realizan por los operadores para las implementaciones tecnológicas que resultan de los cambios normativos y la falta de incentivos para realizar dichos ajustes. La respuesta de la CRC: *“No se han realizado modificaciones regulatorias que requieran implementaciones tecnológicas significativas por parte de los operadores.”*

Al respecto, es preciso indicar que, la crítica del sector se encamina en que, ex ante, la Comisión tenga en cuenta que cada implementación regulatoria que ordena requiere de inversiones por



parte de los operadores de televisión, razón por la cual debe considerar que dichas inversiones limitan las innovaciones en manera de televisión situación que desemboca en la poca oferta televisiva de producción nacional. Este presupuesto puede destinarse a mejoras en innovaciones de cara al bienestar de los usuarios del servicio y no a implementaciones tecnológicas que surgen con cada cambio regulatorio que pretende implementar, por lo que la CRC debe revisar qué tipo de medidas pretende implementar y considerar la desregulación total del sector.

- Se plantearon comentarios relacionados con las normas que limitan el desarrollo e innovación en materia televisiva (publicidad, tiempo para realizar publicidad, tipo de material que se emplea para hacer publicidad, la definición normativa de la publicidad permitida directa e indirecta) y la respuesta dada por la CRC no evidencia algún tipo de consideración a fondo que estudie la pertinencia de la revisión de las normas que pueden estar limitando la producción en materia de televisión.

Así, pues, es preciso que la Comisión también se enfoque en lineamientos sobre la normativa que limita el desarrollo en materia de contenidos audiovisuales. Por lo anterior, se solicita a la Comisión que redefina los conceptos de publicidad directa e indirecta y los horarios en que pueden transmitirse, la propaganda que se impone como gratuita, las restricciones competitivas entre operadores generadas por contratos de exclusividad en la publicidad, entre otras situaciones que deben ser observadas con lupa en la problemática planteada.

IV. RESPUESTAS A LA CONSULTA PÚBLICA FORMULADA

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

A lo largo del documento se plantearon algunas alternativas que no fueron consideradas respecto de la revisión planteada, por lo que se reitera que debe tenerse en cuenta por parte de la Comisión que (i) **redefina los conceptos de publicidad directa e indirecta y los horarios en que pueden transmitirse** con el fin de permitir innovación y competencia del sector a través de la publicidad, (ii) **las altas cargas regulatorias relacionadas con la emisión de propaganda que se impone como gratuita y la institucional** las cuales resultan onerosas para los operadores, (iii) **las restricciones competitivas entre operadores generadas por contratos de exclusividad en la publicidad**, que lesionan gravemente la competencia entre los agentes del sector, dichas problemáticas deben ser observadas con lupa por la Comisión en la problemática planteada.

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

En el anterior punto se describieron problemáticas relacionadas con el sector audiovisual, por lo que COMCEL propone que se estime como alternativa principal la desregulación del sector en materia de restricciones publicitarias y cargas asimétricas que se tengan entre operadores tradicionales y las plataformas (OTT), o en su defecto la eliminación y/o simplificación normativa de directrices regulatorias que resultan obsoletas y no aportan al desarrollo del sector.



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

Desde COMCEL reiteramos que se deben descartar las alternativas que contemplen imponer más cargas regulatorias al sector audiovisual, teniendo en cuenta que las implementaciones que deban realizarse de cara a nuevas imposiciones resultan costosas y son inversiones que podrían aprovecharse en la generación e innovación en materia de contenidos que permitan el desarrollo y competitiva del mercado.

Así, pues, con los comentarios indicados esperamos contribuir en la revisión normativa de contenidos audiovisuales, para el beneficio del sector.

Cordialmente,


MARÍA TERESA CASTAÑEDA GUERRERO
Gerente de Regulación y Relación con Operadores
COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A.