



13 DE JUNIO
BOGOTÁ
DIALOGO 1

AUDITORIO GERMÁN ARCINIEGAS,
BIBLIOTECA NACIONAL DE COLOMBIA

¿HACIA
DÓNDE
VA LA TV?

08:00 AM 13.06.2024

Bienvenida

PARTICIPANTES

GABRIEL JURADO PARRA

Viceministro de
Conectividad en el MinTIC.

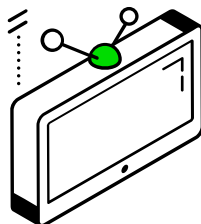
ANDREA MUÑOZ GÓMEZ

Comisionada Sesión de
Contenidos Audiovisuales de
la CRC.



OBJETIVO

La **CRC** lidera la conmemoración de los 70 años de la Televisión en Colombia, a través de los diálogos audiovisuales se hace una pedagogía sobre la importancia de nuestro ecosistema audiovisual y la participación ciudadana. Espacios dedicados a promover el reconocimiento y la apropiación de nuestra historia televisiva, tanto por el sector audiovisual como por los usuarios.



IDEAS PRINCIPALES

- Gabriel Jurado, Viceministro de Conectividad del MinTIC, destacó la importancia de adaptarse al entorno digital: “La migración tecnológica llevó al televidente colombiano hacia las plataformas de contenidos”, señalando que el reto es hacer la industria sostenible y accesible a todos. También subrayó la responsabilidad compartida de preservar este medio para el país: “Tenemos la responsabilidad de adaptarnos al ecosistema audiovisual para servir al pueblo colombiano.”
- Andrea Muñoz, Comisionada de la CRC, invitó a ver este espacio como un lugar de encuentro para explorar valores, aportes y desafíos del sector audiovisual en el país. “Entre todos sigamos trabajando juntos para que la televisión evolucione y se adapte a los desafíos del futuro”.

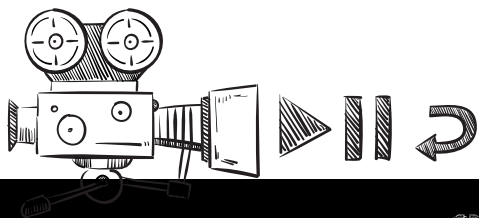
FRASES DESTACADAS

Gabriel Jurado Parra

“Hay que buscar los caminos para que la industria audiovisual sea sostenible”



“Tenemos la responsabilidad de adaptarnos al ecosistema audiovisual para servir al pueblo colombiano”



Panel 1. ¿HACIA DÓNDE VA LA TELEVISIÓN?

PARTICIPANTES

SADI CONTRERAS FUSET

Comisionado Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC. El papel de los contenidos en la construcción de identidad y la situación actual y el futuro de nuestra televisión.

JUAN FERNANDO UJUETA LÓPEZ

Secretario General del Canal RCN Televisión. Diversificación de la TV privada

PAULA ARENAS

Gerente Canal Capital. Televisión abierta. Desafíos y nuevos panoramas.

RAMIRO AVENDAÑO

Presidente Canal Uno. Televisión abierta. Desafíos y nuevos panoramas.

ERNESTO OROZCO OROZCO

Ex comisionado CRC y exmiembro de la Junta de la ANTV.

ÁNGEL GARCÍA CASTILLEJO

Director de Área de Políticas Audiovisuales, Servicio Público e Internacional de Radio Televisión Española (RTVE).

OBJETIVO

El panel discutió la evolución, retos y oportunidades del sector televisivo en el país, analizando tanto su dimensión comercial como su papel en la sociedad. Durante el encuentro, se reflexionó sobre el futuro de la televisión en Colombia, abordando los retos de la adaptación tecnológica, los cambios en los hábitos de consumo, y el rol de la televisión pública en la sociedad, además de explorar los desafíos económicos y publicitarios que enfrenta el sector.

IDEAS PRINCIPALES

- La televisión pública es vista como un pilar de la democracia que debe ofrecer contenidos independientes del "rating". Su misión es fomentar la identidad y cultura nacional, además de brindar crecimiento y combatir la desinformación. La televisión abierta garantiza un servicio de acceso confiable y democrático, desempeñando un papel crucial en la construcción de una sociedad informada y participativa.
- La televisión no se limita a los canales tradicionales; es parte de un ecosistema audiovisual más amplio, en el que convive con plataformas digitales. La digitalización, el 5G y la inteligencia artificial están impulsando una transformación que obliga a los canales a adaptarse para competir en el mercado de plataformas OTT y mejorar la experiencia del usuario.
- Los canales privados han encontrado una oportunidad para diversificar sus contenidos en plataformas digitales, y la televisión se mantiene relevante al ofrecer narrativas de ficción e informativos que reflejan la identidad y las necesidades culturales de los colombianos.
- Con la caída del uso de la televisión por cable y el crecimiento de las plataformas de streaming, el modelo publicitario enfrenta desafíos. Los participantes llamaron a colaborar con el Estado para garantizar que la televisión abierta siga siendo un servicio gratuito, accesible y sostenible, frente a la competencia digital.

FRASES DESTACADAS



Sadi Contreras

"Hay que repensar las TIC, sentir de todo el sector de las telecomunicaciones en Colombia"

Ernesto Orozco

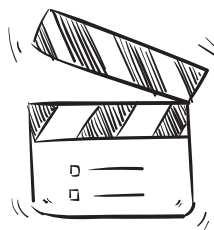
"Los operadores se transformaron con la producción de servicios digitales"

Paula Arenas

"Si la televisión pública se amarra al rating, perdería su vocación y su misionalidad".

Ángel García Castillejo

"El servicio público de la televisión es un elemento compensador que asegura que la población esté representada"



Panel 2. REGULACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS AUDIOVISUALES EN COLOMBIA

PARTICIPANTES

ANDREA MUÑOZ GÓMEZ

Comisionada Sesión de
Contenidos Audiovisuales
de la CRC.

DIANA MARCELA DÍAZ SOTO

Directora de Audiovisuales
Cine y Medios Interactivos
(DACMI), MINCULTURAS.

EDUARDO OSORIO LOZANO

Director de Industria de las
Comunicaciones, MINTIC

GALÉ MALLOLAGUDELO

Presidenta ejecutiva de
ASOTIC.

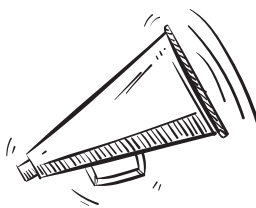
SANDRA MILENA ORTIZ LAVERDE

Directora del
Departamento de Derecho
de las Telecomunicaciones
de la Universidad
Externado



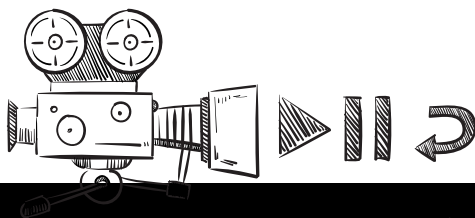
OBJETIVO

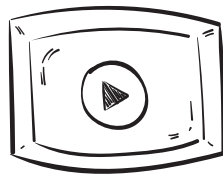
Este panel reunió a expertos del ámbito audiovisual para analizar los avances y desafíos normativos que enfrenta el sector. La conversación se centró en la necesidad de adaptarse a las nuevas formas de producción y consumo de contenidos audiovisuales, revisar la legislación vigente, y fortalecer la gobernanza interinstitucional para asegurar un ecosistema audiovisual dinámico, inclusivo y sostenible.



IDEAS PRINCIPALES

- Desde los años 90, la regulación del sector ha consolidado la televisión como un servicio público, y ha pasado por varios organismos regulatorios, como la Comisión Nacional de Televisión y la ANTV, hasta llegar a la CRC. Este recorrido refleja un proceso de prueba y error, que ha fortalecido la televisión pública, aunque la multiplicidad de competencias entre entidades sigue siendo un desafío para la eficiencia y sostenibilidad del sector.
- La televisión, especialmente en su formato tradicional, enfrenta una crisis de sostenibilidad económica. La presidenta de ASOTIC subrayó que la disminución de ingresos por publicidad y los costos de conectividad, sumado a la competencia de plataformas digitales, requieren una revisión de la Ley 1978. Se discutió la necesidad de explorar opciones como la "tasa Netflix" para redirigir impuestos a un fondo que financie tanto a canales públicos como privados.
- Es necesario crear una gobernanza interinstitucional que permita alinear a todos los actores del sector en mesas de diálogo y consulta. Esto ayudaría a identificar y reducir las barreras normativas y duplicidades de competencias que actualmente afectan al sector, facilitando un ambiente regulatorio más flexible y efectivo.





Panel 3. AUDIENCIAS, ENTRE LO TRADICIONAL Y LAS NUEVAS PLATAFORMAS

PARTICIPANTES

MAURICIO VERA SÁNCHEZ

Comisionado Sesión de
Contenidos Audiovisuales de la
CRC.

ALEJANDRO ÁNGEL

Productor y Docente
Universidad Jorge Tadeo
Lozano. Director de
#NarrarElFuturo.

MARIO MORALES

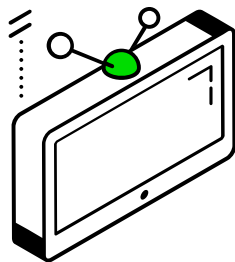
Investigador, docente y
defensor del Televidente de
Canal Uno

JAIME HUMBERTO SILVA

CABRALES. Director Señal
Memoria

JORGE ENRIQUE LONDOÑO PINZÓN

Docente, director curricular del
Programa de Cine y Televisión
de la Universidad Nacional.



OBJETIVO

El panel exploró el papel de las audiencias en la evolución de los medios audiovisuales, y la transformación de los consumos mediáticos en un contexto donde convergen la televisión tradicional y las plataformas digitales. Los participantes reflexionaron sobre las expectativas de las audiencias actuales y sus demandas de interacción, además del papel que juega la televisión pública en la construcción de identidad y cultura

IDEAS PRINCIPALES

- Las plataformas digitales transforman a las audiencias en "prosumidores" activos que crean y consumen contenido. La televisión tradicional debe adaptarse a esta dinámica, enfocándose en calidad, conversación y comunidad para captar y mantener el interés de estas nuevas audiencias.
- La creación de contenidos transmediáticos, en la que un relato se expande y conecta a través de múltiples plataformas, ofrece una nueva oportunidad para atraer a las audiencias. La televisión debe replantear cómo dialoga con su audiencia, promoviendo narrativas que permitan la participación activa y se adapten a diferentes perfiles.
- La televisión pública tiene la responsabilidad de fomentar la identidad nacional y el interés ciudadano, proporcionando un espacio de diálogo y representación cultural que genera valor social, incluso si no atrae grandes audiencias comerciales.
- Señal Memoria asume la misión de preservar y divulgar la historia audiovisual del país. Este archivo patrimonial no solo busca resguardar la memoria cultural y social de Colombia, sino también conectar ese pasado con las nuevas generaciones de audiencias a través de las plataformas digitales.

Acceda al diálogo en el siguiente enlace

https://www.youtube.com/live/UoYZJT1jL28?si=6_780ntejlzj272a



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPUBLICA DE COLOMBIA



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA

Señal
MEMORIA 



Biblioteca
Nacional de
Colombia



AFACOM

