

**“EL ESTADO ACTUAL DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA. ¿ACTUALIZACIÓN
O MODIFICACIONES PARA GARANTIZAR SU PRESTACIÓN?”**



Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información.

Universidad Externado de Colombia

29 de abril de 2026

Bogotá D.C., Colombia

Compilado por

Santiago Guevara Castañeda

Universidad Externado de Colombia

© Universidad Externado de Colombia

Calle 12 No. 1-17 Este

Bogotá D.C., Colombia

Teléfono: 282 60 66 Ext.1105, 1106

esdercom@uexternado.edu.co

“El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del (los) autor(es) y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad Externado de Colombia, ni genera su responsabilidad frente a terceros. El (los) autor(es) asume(n) la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella.” Bogotá, Colombia. Abril 2026.

INTRODUCCIÓN

En el marco del Ciclo de Conferencias 2026, organizado para conmemorar los treinta (30) años del Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información de la Universidad Externado de Colombia, con el objeto central de examinar de manera integral el estado actual del servicio de televisión en Colombia. Se llevó a cabo este conversatorio. El análisis se situó en un entorno transicional complejo, caracterizado por la convergencia tecnológica, la acelerada evolución de los modelos de negocio y la mutación sustancial en los hábitos de consumo de contenidos por parte de las audiencias.

A partir de un riguroso enfoque jurídico y regulatorio, el debate se orientó a resolver un interrogante fundamental para el futuro del sector: ¿es el marco normativo e institucional vigente lo suficientemente robusto y flexible para responder a las realidades del mercado convergente, o requiere de reformas y actualizaciones estructurales que aseguren una prestación del servicio adecuada, eficiente y equitativa?

Para dar respuesta a este planteamiento, este espacio propició un diálogo técnico e informado entre destacados expertos y tomadores de decisión de los ámbitos académico, regulatorio y profesional. Sus valiosos aportes y reflexiones, sistematizados en las siguientes secciones, permiten diagnosticar con precisión los desafíos jurídicos del presente y proyectar las bases de la televisión del mañana en el territorio nacional

El evento contó con la siguiente agenda:

Instalación

Sandra Ortiz Laverde – directora del Departamento de Derecho Comunicaciones y Tecnologías de la Información de la Universidad Externado de Colombia.

Panel: El estado actual de la televisión en Colombia. ¿Actualización o modificaciones para garantizar su prestación?

Panelistas

Amanda Jaimes Mendoza – Gerente Telecafé

Gabriel E. Levy – Docente y Consultor en TIC, Comunicaciones y Transformación Digital

Tulio Ángel Arbeláez – Presidente de Asomédios

Andrea Muñoz González – Experta Comisionada de la Sala de Contenidos Audiovisuales- CRC

Eduardo Osorio Lozano – Experto en medios de comunicación, telecomunicaciones y comunicación corporativa

Moderadora: Diana Marcela Córdoba – Líder Regional de Protección de Contenidos - Alianza Antipiratería Audiovisual

INSTALACION

La directora del Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información Sandra Ortiz Laverde instaló el panel manifestando que el conversatorio se diseñó como un escenario de análisis crítico dedicado a examinar la evolución histórica y técnica en la prestación del servicio de televisión.

Resaltó que la discusión partía de la revisión de aquellos factores coyunturales y estructurales que han transformado drásticamente las dinámicas de consumo de contenidos audiovisuales. Este análisis adquirió una relevancia manifiesta al considerar que el marco normativo rector de la televisión en el país cuenta con más de treinta (30) años de vigencia; una longevidad legislativa que suscita reflexiones ineludibles sobre la urgencia y pertinencia de una actualización normativa capaz de responder a las realidades tecnológicas y de mercado contemporáneas.

De igual manera, sostuvo que el debate exige una evaluación pormenorizada del actual esquema institucional y de la distribución de competencias legales asignadas a las diversas autoridades del sector de las telecomunicaciones.

Sostuvo que para abordar estas complejas problemáticas regulatorias con el rigor analítico, técnico y jurídico que la coyuntura demanda, se convocó a un panel conformado por expertos de la más alta cualificación y trayectoria en la materia, quienes guiarían el diagnóstico y la formulación de propuestas para el futuro del ecosistema audiovisual.

PANEL: “El estado actual de la televisión en Colombia. ¿Actualización o modificaciones para garantizar su prestación?”

Este primer panel estuvo moderado por la Dra. Diana Córdoba, quien señaló que, si bien durante más de treinta (30) años la televisión fue concebida normativamente como un servicio público esencial, inescindible del pluralismo, la libertad de expresión y la identidad cultural, el ecosistema contemporáneo se encuentra redefinido por la convergencia digital (plataformas, redes y datos). Bajo esta premisa, el conversatorio se estructuró en tres momentos analíticos: el origen del modelo, hitos y puntos de quiebre y el futuro de la televisión.

El análisis de los antecedentes históricos estuvo a cargo del Dr. Tulio Ángel, quien expuso la trayectoria evolutiva del servicio desde su implementación. Recordó que la televisión en Colombia surgió el 13 de junio de 1953 como un proyecto de naturaleza estrictamente estatal, impulsado bajo el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla con infraestructura importada de Alemania y asistencia técnica internacional.

Posteriormente, el modelo mutó hacia un sistema mixto, operado a través de Inravisión. En este esquema, el Estado conservaba la titularidad de la infraestructura y las frecuencias, mientras que la producción de contenidos se concesionaba a particulares (las extintas programadoras, tales como RTI, Caracol, RCN y Punch). Este ecosistema llegó a albergar hasta sesenta y ocho (68) programadoras que operaban bajo una competencia basada íntegramente en la sostenibilidad publicitaria, logrando consolidar un mercado pluralista con una fuerte identidad cultural.

Comentó que la ruptura de este modelo se materializó tras la promulgación de la Constitución Política de 1991 (artículo 20) y la posterior expedición de la Ley 335 de 1996. La apertura legislativa a la televisión privada desarticuló rápidamente el sistema mixto de programadoras. A juicio del experto, el saldo de esta evolución histórica desembocó en el desequilibrio normativo actual: un mercado tradicional oligopolístico con altas barreras de entrada y cargas regulatorias formales, que compite asimétricamente contra plataformas digitales (OTT) exentas de regulación en el mismo ecosistema de la atención.

El Dr. Eduardo Osorio Lozano profundizó en el paradigma de la credibilidad durante las etapas fundacionales del servicio. Enunció que, durante sus primeras décadas, la televisión ostentó un monopolio mediático casi absoluto que centralizaba la producción, transmisión y emisión audiovisual. Su credibilidad no derivaba exclusivamente de la calidad de la información, sino de su posición hegemónica y privilegiada en la formación de la opinión pública nacional.

Aunque existía una clara vinculación de los espacios informativos con corrientes e ideologías políticas específicas, el modelo garantizaba un pluralismo informativo y una asunción de responsabilidad editorial clara y verificable frente a la audiencia.

Concluyó su primera intervención manifestando que el ecosistema contemporáneo se caracteriza por la fragmentación y la sobreoferta informativa. La confianza de las audiencias se ha redistribuido hacia plataformas que carecen de marcos normativos, filtros editoriales o contexto informativo (ej. redes sociales y plataformas de intercambio de videos), lo que ha derivado en una saturación de contenidos y una dilución de la lealtad histórica del televidente.

Desde una óptica descentralizada, la Dra. Amanda Jaimes Mendoza analizó cómo se ha materializado el mandato constitucional de la televisión como servicio público en las regiones de Colombia. Tomó el caso de estudio de Telecafé —canal que atiende a 53 municipios de gran diversidad demográfica y geográfica—, resaltó la función irremplazable de los ocho (8) canales regionales del país frente al histórico centralismo informativo.

Manifestó que la televisión pública regional ha fungido como un eje articulador y motor de desarrollo territorial a través de funciones indelegables:

- **Fortalecimiento de la identidad cultural:** Visibilidad de las tradiciones locales, el Paisaje Cultural Cafetero, y las comunidades rurales e indígenas, cerrando brechas de representatividad.
- **Información de proximidad y utilidad pública:** Cobertura de problemáticas de interés local (infraestructura vial, emergencias, debates de gestión pública y agroindustria) que carecen de espacio en las parrillas de programación nacional.
- **Responsabilidad educativa y cohesión social:** Emisión de franjas de pedagogía ciudadana y producción de contenidos con un enfoque ético hacia audiencias vulnerables (como la niñez y la tercera edad).
- **Dinamización económica:** Promoción activa del turismo regional e internacionalización de los contenidos patrimoniales, logrando destacables reconocimientos en la industria audiovisual nacional e internacional.

Su intervención concluyó con un llamado a reposicionar a la televisión pública regional como el núcleo de la política de Estado en materia de comunicaciones, exigiendo una nivelación en las reglas de juego frente a los competidores del entorno digital, para salvaguardar su papel como garante de la identidad cultural colombiana.

Para concluir el análisis sobre los orígenes y el impacto del modelo tradicional, Gabriel Levy introdujo una reflexión crítica sobre el papel de las industrias culturales como reflejo ineludible de la realidad de las naciones. La pantalla de televisión materializa la cosmovisión, las costumbres, la gastronomía y el lenguaje de un país, operando como un mecanismo de cohesión social.

En la actualidad, este activo se encuentra amenazado por la penetración masiva de contenidos extranjeros a través de plataformas digitales y redes sociales (tales como YouTube o TikTok), las cuales ejercen una influencia directa sobre las nuevas generaciones. Explicó que este fenómeno de transculturación no solo difumina la

identidad nacional, sino que desencadena efectos sociológicos tangibles, como la alteración de las aspiraciones migratorias de los jóvenes al generar mayor empatía con culturas foráneas.

Frente a este panorama, se expuso la dimensión económica del sector para dimensionar la magnitud de lo que está en juego: Las industrias creativas en Colombia representan alrededor de 40 billones de pesos anuales. De esta cifra, el 57% corresponde exclusivamente al sector audiovisual, el cual genera más de 832.000 empleos directos e indirectos, consolidando a Colombia como uno de los mercados más desarrollados de la región. Además, comentó sobre iniciativas públicas como *Abre Cámara* y que los fondos de estímulo han financiado miles de producciones que hoy compiten en plataformas globales, evidenciando la calidad y competitividad de la industria nacional.

Bajo estas consideraciones, y reconociendo el respeto estricto a los Tratados de Libre Comercio (TLC) vigentes, planteó la imperiosa necesidad de corregir las fallas del mercado mediante la implementación de mecanismos de contraprestación financiera. Propuso que las plataformas internacionales aporten al Fondo Único TIC para compensar su impacto cultural y económico. Esta medida no busca configurar un escenario de sobreregulación ni de proteccionismo ciego, sino garantizar un principio elemental de libre mercado, la competencia en igualdad de condiciones, nivelando el terreno de juego para todos los actores.

En este punto, la doctora Diana Córdoba introdujo el segundo eje del debate, el cual se centró en identificar los momentos históricos e institucionales que fracturaron la viabilidad del modelo tradicional de televisión, prestando especial atención a la transición del control de la distribución de los contenidos: del monopolio de los canales a la autonomía del usuario.

Desde la perspectiva del legislador, la Comisionada Andrea Muñoz analizó los efectos de la Ley 1507 de 2012 y la Ley de Modernización del Sector TIC (Ley 1978 de 2019). Manifestó que, si bien estas normativas representaron un primer paso para reconocer el fenómeno de la convergencia y redistribuir competencias

técnicas, adolecieron de una falla estructural: no modificaron el modelo de negocio subyacente, el cual sigue atado a normativas de hace más de tres décadas.

Indicó que el verdadero punto de quiebre se evidenció en 2014, a raíz de los complejos litigios regulatorios y judiciales en torno a la figura del *Must Carry* (obligación de transmisión) entre los operadores de televisión abierta privada y los de televisión por suscripción. Este hito visibilizó la insostenibilidad del modelo tradicional frente a las nuevas dinámicas tecnológicas.

Enunció que a eso se suma un problema de diseño institucional. Actualmente, ninguna entidad del Estado ostenta una visión integral sobre el ecosistema televisivo; las funciones de política pública, regulación, vigilancia y promoción se encuentran atomizadas entre diversas autoridades, lo que dificulta una respuesta estatal unificada y eficaz frente a los retos de la convergencia.

Enriqueciendo el debate, intervino del Dr. Tulio Ángel, enfatizó la existencia de una grave asimetría en el mercado audiovisual convergente. Explicó que hoy en día, los canales tradicionales compiten por la atención de las audiencias y la pauta publicitaria en un mismo mercado, pero con reglas diametralmente opuestas, por ejemplo:

1. **Cargas regulatorias desproporcionadas:** Los operadores de televisión están sujetos a estrictas cuotas de pantalla nacional, regulaciones de franjas, protección de audiencias, pago por uso de infraestructura y contribuciones sectoriales.
2. **Ausencia de obligaciones para nuevos agentes:** Las plataformas digitales, los servicios de *streaming* (OTT) y las redes sociales operan en el mismo ecosistema de atención sin asumir ninguna carga regulatoria, tributaria o prestacional equivalente.

Ilustró que esta desigualdad ha propiciado una drástica migración de los ingresos. Las cifras expuestas en el debate son contundentes. Mientras la pauta publicitaria en televisión nacional registró ingresos aproximados de 955.000 millones de pesos, la publicidad digital ascendió a 2,82 billones de pesos en 2024, de los cuales, casi

un billón es capturado exclusivamente por las redes sociales. A nivel global, cerca del 60% de la inversión publicitaria se destina al mundo digital, y de ese porcentaje, el 80% es absorbido por las grandes plataformas tecnológicas. En el segmento de televisión por suscripción, pese a mantener cerca de 6 millones de conexiones, los ingresos trimestrales han sufrido una contracción evidente pasando de 800.000 millones a 704.000 millones de pesos.

Concluyó que el marco normativo actual se diseñó para regular un ecosistema oligopolístico que ya no existe. La regulación, lejos de proteger a la industria nacional, ha actuado como una barrera competitiva. La televisión tradicional se ha visto forzada a diversificar sus fuentes de ingreso (producción audiovisual a terceros, eventos, entre otros) ante la insuficiencia de la pauta publicitaria. Por tanto, el debate jurídico contemporáneo ya no gira en torno a la concepción teórica de la televisión como servicio público, sino sobre la urgencia de establecer condiciones de sostenibilidad, poder de negociación equilibrado y acceso equitativo a la financiación en un mercado audiovisual unificado.

La doctora Diana Córdoba expresó que hay que tener en cuenta lo que comentó el doctor Tulio Ángel, ya que es bastante complejo asimilar que la pauta no se trasladó por regulación, se trasladó porque el usuario migró a canales de información alternos a los tradicionales. En ese sentido, preguntó: ¿Desde el punto de vista regulatorio, se está corrigiendo una falla de mercado o resistiendo a un cambio?

Respondiendo a la pregunta, el doctor Tulio Ángel planteó que la complejidad del escenario actual radica en la confrontación directa de un mercado local hiperregulado contra un entorno global desprovisto de control. Bajo esta premisa, sostuvo que una desregulación o flexibilización de las cargas impuestas a la televisión tradicional —tales como la transmisión obligatoria de espacios como "El Minuto de Dios", las franjas del Congreso o las alocuciones presidenciales— permitiría a los operadores locales competir en mejores condiciones, toda vez que dichas imposiciones saturan al espectador y aceleran su migración hacia las plataformas digitales.

En contraste con la propuesta de una desregulación absoluta, la comisionada Andrea Muñoz propuso, en sintonía con lo esbozado por Gabriel Levy, que la solución idónea consiste en actualizar el "pacto regulatorio audiovisual". La comisionada argumentó que el verdadero valor de la televisión abierta reside en su credibilidad y en su capacidad de conectar a las audiencias con sus referentes locales.

Por consiguiente, afirmó que, si un agente digital masivo distribuye contenido, monetiza pauta, utiliza algoritmos de recomendación y llega a niños y adolescentes, tiene la obligación legal y ética de participar en la protección de las audiencias y en la financiación de la producción nacional. Además, sugirió explorar mecanismos de co-regulación y autorregulación, metodologías que la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) ya evalúa en el ámbito de la publicidad digital para subsanar la asimetría de capacidades técnicas frente a las grandes corporaciones tecnológicas.

El doctor Eduardo Osorio Lozano sistematizó la crisis del sector audiovisual en tres problemáticas estructurales e interdependientes. En primer lugar, identificó una profunda asimetría regulatoria, evidenciada en las estrictas cargas que asume la televisión abierta (mensajes institucionales, cuotas de pantalla nacional, lenguaje de señas) frente a la total liberalidad operativa de las plataformas OTT. En segundo lugar, señaló una obsolescencia normativa insostenible, pues el régimen legal vigente fue estructurado para un ecosistema exclusivamente analógico que ignora la convergencia.

En la misma línea argumentativa, el doctor Osorio Lozano advirtió una marcada debilidad institucional provocada por la dispersión regulatoria entre la CRC, el MinTIC, la ANE y la SIC; un panorama que contrasta desfavorablemente con la desaparecida Comisión Nacional de Televisión (CNTV), la cual centralizaba de manera autónoma el espectro, los contenidos y los recursos de fomento.

Ante este panorama, concluyó que es imperativo tramitar una reforma legislativa de carácter estructural que modernice conceptualmente la actividad, transitando de la

noción de "medio" a la de "servicio audiovisual convergente", garantizando la equidad competitiva y la viabilidad del pluralismo informativo.

Ahora bien, frente a los rumores que aseguraban el fin de la televisión abierta, el doctor Eduardo Osorio Lozano desmitificó esta premisa al señalar que el servicio tradicional conserva una alta penetración, erigiéndose en la ruralidad colombiana como el único acceso a la sociedad de la información debido a las deficiencias de conectividad.

Posteriormente, Gabriel Levy caracterizó este comportamiento mediante el concepto de "consumo convergente", según el cual las audiencias no excluyen las pantallas, sino que interactúan con ellas de forma complementaria a lo largo del día, disputándose todas ellas el activo más valioso del mercado: el tiempo del usuario en la denominada "economía de la atención".

Asimismo, destacó que la industria audiovisual colombiana es una potencia regional que produce entre 35.000 y 45.000 horas de contenido anuales y genera más de 832.000 empleos directos e indirectos. Sin embargo, advirtió que este patrimonio se encuentra amenazado por fenómenos de desinformación y *fake news* que proliferan en las plataformas digitales sin control editorial.

Explicó que, a diferencia de los creadores de contenido digital, los medios tradicionales operan bajo la rigurosidad del método periodístico, lo que salvaguarda la estabilidad democrática en coyunturas electorales. Por ello, propuso exigir contraprestaciones financieras proporcionales a las plataformas internacionales para fortalecer el Fondo Único TIC (FUTIC), una medida de reciprocidad cultural que incluso favorecería las políticas de contención migratoria de naciones como Estados Unidos al robustecer el arraigo y la identidad local de los jóvenes.

La gerente de Telecafé, Amanda Mendoza, intervino para destacar el rol de la televisión regional como agente activo de la construcción de territorio y agradeció el compromiso financiero y de política de Estado asumido por el gobierno nacional a través del MinTIC. Como soporte de esta misionalidad, expuso el hito histórico que representó la co-producción de la serie "La Vorágine" en 2024. Este proyecto,

liderado por Telecafé en un esfuerzo de articulación sin precedentes con los otros siete canales regionales y el Ministerio de las TIC, demostró que la televisión pública es capaz de generar contenidos de altísima factura técnica y artística bajo estándares competitivos internacionales.

Para dimensionar el impacto de la obra literaria, la doctora Mendoza compartió métricas de la producción: una inversión de 8.000 millones de pesos, 468 horas de rodaje y un equipo técnico y artístico de cientos de personas. El éxito del proyecto se tradujo en su histórica venta y permanencia por más de diez meses en el listado de lo más visto de la plataforma internacional HBO Max, un incremento de entre el 50% y el 80% en las ventas de la novela original, y la obtención de seis estatuillas en los Premios India Catalina.

No obstante, para describir las limitaciones que aún restringen la competitividad de los canales públicos frente a este crecimiento, utilizó la analogía de una niña que crece, pero se ve forzada a vestir el mismo traje corto que usaba a los cinco años.

Concluyó señalando que, a pesar de las rigideces normativas, la televisión regional continúa innovando, como lo demuestran con la producción de contenidos en formato corto, Telepacífico con sus documentales de exportación, y el desarrollo de adaptaciones familiares de la obra de Rafael Pombo que incorporan Inteligencia Artificial y animación, demostrando que la televisión pública colombiana está lista para competir en el escenario global.

A modo de síntesis, la moderadora introdujo el bloque destacando que la estrategia central de los canales públicos para competir frente a las plataformas globales radica en la articulación institucional y en la creación de contenidos anclados a la identidad cultural e historia del país.

Tomando esta premisa, el doctor Eduardo Osorio Lozano exaltó el actual "momento de esplendor" que atraviesa la televisión pública regional, respaldado por el arrasador éxito en los Premios India Catalina y la exportación de producciones como *La Vorágine* a plataformas internacionales.

Tras hacer una breve crítica al rumbo actual de RTVC, propuso aprovechar el portafolio de alta calidad existente para crear una gran franja de emisión conjunta a nivel nacional. Enfatizó que "no hay televisión pública sin público", instando a maximizar la ventana de exhibición de estas obras más allá de sus emisiones originales.

En respuesta a esta invitación, la doctora Amanda Mendoza, gerente de Telecafé, confirmó la disposición de los ocho canales regionales para seguir trabajando unidos. Como prueba de esta articulación, reveló que el Ministerio de las TIC, bajo el liderazgo de María Cecilia Londoño, lleva más de un año construyendo un portafolio unificado para vender la producción de la televisión pública regional en mercados internacionales. Además, destacó dinámicas actuales de cooperación, como la cesión temporal de la serie *Francisco el Hombre* (producida por Telecafé) a Telecaribe para la celebración de sus 40 años.

Posteriormente, al ser consultado por la doctora Diana Córdoba sobre los hitos que han redefinido el rol de la televisión, Gabriel Levy propuso abordar el fenómeno desde el concepto más amplio de "audiovisual", argumentando que las fronteras tecnológicas se han diluido.

El panelista trazó una línea de tiempo marcada por los hábitos de consumo: desde la televisión lineal en blanco y negro en 1954, pasando por la llegada del color en 1979 y la televisión por suscripción en los años 80 y 90, la cual introdujo la fragmentación de la oferta y el fenómeno del *zapping*. El hito definitivo llegó en el siglo XXI con el video por internet, YouTube y las plataformas de tarifa plana como Netflix.

Sin embargo, desmitificó la idea de que los nuevos formatos destruyeron a los anteriores; por el contrario, coexisten. Explicó que la televisión abierta sigue dominando el horario nocturno y el mediodía, manteniendo su histórico promedio de consumo de 3.8 horas diarias. El verdadero cambio estructural es la "personalización del consumo" en dispositivos móviles, lo que ha elevado el consumo audiovisual total de los colombianos a un promedio de entre 8 y 10 horas diarias.

Bajo esta óptica, concluyó que la crisis de la televisión tradicional no es de audiencias, sino de financiación: las plataformas digitales, gracias a su capacidad de hipersegmentación algorítmica, están absorbiendo la pauta publicitaria, dejando a la industria cultural nacional severamente desfinanciada.

Proponiendo un nuevo énfasis para el debate del panel y tras recoger los planteamientos sobre los nuevos hábitos de consumo y la migración publicitaria expuestos por Gabriel Levy, Diana Córdoba trasladó el debate hacia el futuro normativo, preguntando ¿qué elementos del modelo regulatorio deben preservarse y cuáles deben transformarse urgentemente?

La comisionada Andrea Muñoz respondió afirmando que es imperativo preservar la finalidad de servicio público de la televisión tradicional, pues sigue siendo el pilar fundamental para garantizar la confianza informativa, la identidad cultural y la protección de las audiencias. En cuanto a lo que debe transformarse, subrayó la urgencia de redefinir jurídicamente el concepto de "servicios de comunicación audiovisual" para someter bajo el mismo marco normativo a las plataformas de video bajo demanda y de intercambio de videos.

Para resolver la desfinanciación advertida anteriormente, la comisionada propuso mirar hacia el modelo implementado en Europa desde 2018. Explicó que, mediante la imposición de cuotas y obligaciones de producción a las plataformas internacionales, Europa logró que los contenidos locales aumentaran un 58%, representando hoy cerca del 30% de los catálogos globales.

Además, sugirió que Colombia debe adoptar esquemas de incentivos y obligaciones similares que fuercen a los gigantes tecnológicos a invertir en producciones colombianas, garantizando que el contenido nacional no solo se financie adecuadamente, sino que sea "visible, atractivo y encontrable" en los entornos digitales donde hoy habitan los jóvenes.

El debate avanzó hacia una reflexión profunda sobre el comportamiento del consumidor contemporáneo, la moderadora Diana Córdoba, planteó un interrogante fundamental para el diseño de políticas públicas: si el usuario final ya no distingue

las fronteras tecnológicas entre la televisión tradicional, las plataformas de *streaming* y las redes sociales, ¿tiene sentido que el marco regulatorio del Estado siga manteniendo dicha diferenciación?

Para dar respuesta a esta inquietud, la comisionada Andrea Muñoz confirmó que, en efecto, el espectador moderno ha borrado las líneas divisorias de los formatos, concibiendo toda la oferta bajo el concepto unificado de "contenidos audiovisuales". Para ilustrar la magnitud de esta transformación en los hábitos de consumo, la comisionada citó datos recientes de encuestas realizadas por el Instituto Reuters, las cuales revelan que el 56% de los jóvenes prefieren consumir el contenido de los *influencers*, quienes se han erigido como sus principales referentes informativos y de opinión.

Ante esta realidad, Muñoz argumentó que el Estado debe transitar hacia un "ecosistema ampliado de protección de audiencias", lo cual implica abandonar las mecánicas regulatorias tradicionales para concentrarse en los nuevos y complejos riesgos que enfrentan los usuarios en el entorno digital.

Asimismo, desglosó los elementos que deben integrar este nuevo esquema de protección. En primer lugar, subrayó la necesidad de exigir transparencia en la moderación de contenidos y en el funcionamiento de los algoritmos de recomendación. El objetivo es garantizar que el usuario comprenda por qué se le sugiere prioritariamente contenido extranjero y buscar mecanismos para que la producción nacional compita bajo los mismos criterios de visibilidad. En segundo lugar, hizo especial énfasis en la protección de niños, niñas y adolescentes frente a contenidos nocivos. Propuso la creación de canales efectivos y regulados donde un usuario pueda reportar un contenido inapropiado para menores, obligando a las plataformas a dar una respuesta procedimental clara y a remover dicho material, estableciendo así un modelo de corresponsabilidad articulada.

Profundizando en este aspecto, la doctora Diana Córdoba, sugirió la viabilidad de un esquema de reportes flexible y medible, la comisionada Andrea Muñoz fundamentó la indelegable obligación del Estado citando la Observación General N°

25 del Comité de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, la cual exige de manera perentoria la protección de los menores en los entornos digitales.

La comisionada reconoció que, dado que las plataformas tecnológicas son las dueñas de sus infraestructuras y algoritmos, la intervención estatal no puede ser impositiva de manera tradicional. Por el contrario, abogó por un modelo de "co-regulación" y "corresponsabilidad" que sienta en la misma mesa al Estado, a las corporaciones tecnológicas y a la sociedad civil.

Manifestó que este modelo buscaría establecer lineamientos progresivos para mitigar problemáticas crecientes como la violencia digital infantil, demostrando a las plataformas que la adopción de estas medidas de protección no riñe con sus intereses financieros. Por el contrario, generar confianza en los padres de familia evita que los Estados adopten medidas extremas (como la prohibición total de acceso a redes para menores, debatida en otras jurisdicciones) y asegura la sostenibilidad del uso de sus servicios. En conclusión, el reto es transferir la responsabilidad social e institucional que históricamente ha caracterizado a los medios tradicionales hacia los nuevos gigantes digitales.

Con el fin de abarcar nuevos enfoques en el debate, abordando la crisis desde la perspectiva económica e industrial, la doctora Diana Córdoba consultó al doctor Tulio Ángel sobre los ajustes normativos indispensables para garantizar la viabilidad del sector televisivo colombiano. En su intervención, el representante de los medios de comunicación formuló un diagnóstico crudo y pragmático sobre la evolución del mercado, señalando que la regulación actual arrastra el "pecado original" de haber sido diseñada para administrar un oligopolio cerrado.

Explicó que, históricamente, el mercado nacional operaba con dos canales privados y un canal público concesionado, un ecosistema donde la oferta controlaba las dinámicas de pauta. Hoy, sin embargo, ese ecosistema ha mutado hacia un mercado totalmente abierto, donde los medios tradicionales son productos sustitutos y no complementarios de una vasta oferta digital global.

El doctor Tulio Ángel argumentó que esta apertura ha invertido radicalmente las dinámicas de poder económico: en los últimos cinco años, es la demanda la que fija el precio de la pauta publicitaria, y no la oferta, dado que los compradores disponen de un abanico infinito de opciones en plataformas OTT y redes sociales.

Frente a la propuesta de someter a las plataformas extranjeras a las mismas cargas del mercado local, el panelista advirtió sobre la extrema dificultad jurídica y geopolítica que implica regular a gigantes tecnológicos transnacionales, recordando que incluso naciones con mayor peso específico, como Estados Unidos, Francia o Australia, han enfrentado inmensos obstáculos y litigios al intentarlo.

Por lo tanto, la alternativa expuesta por el panelista para corregir esta asimetría insostenible fue la desregulación estructural del mercado local. Subrayó que la prioridad absoluta debe ser el alivio de las cargas económicas impuestas a los canales nacionales. Calificó como "perfectamente inviable" que las empresas de televisión colombianas deban asumir costos multimillonarios por la renovación de licencias, altísimas contraprestaciones por el uso del espectro electromagnético y severas cargas operativas, mientras compiten por la misma pauta contra plataformas internacionales que no asumen ningún costo de entrada ni tributación equivalente en el país.

Para sustentar esta disparidad, referenció los informes de la OCDE, los cuales advierten sobre la elevadísima y desproporcionada carga tributaria que asfixia a los operadores de telecomunicaciones y televisión en Colombia.

Ante la contra pregunta de la doctora Córdoba sobre si la eliminación de cargas *ex ante* corregiría verdaderamente las fallas del mercado, Tulio Ángel aclaró que, si bien una desregulación no soluciona mágicamente todas las distorsiones del ecosistema digital, sí es el paso fundamental para "equilibrar la cancha". Reiteró que exigirle a un operador local que financie al Estado a través del espectro, que asuma costos millonarios de operación y que, además, cumpla con obligaciones de emisión que saturan su pantalla, equivale a condenarlo a la quiebra frente a competidores foráneos no regulados.

Frente al sombrío panorama competitivo descrito, la moderadora dirigió la conversación hacia el doctor Eduardo Osorio Lozano para indagar sobre cuál es el valor agregado que la televisión tradicional aún puede ofrecer y que resulta inalcanzable para las plataformas digitales.

En su respuesta, el experto defendió la vigencia del modelo tradicional fundamentándose en su naturaleza intrínseca como servicio público, sujeto a principios constitucionales y legales. Asimismo, estructuró su argumentación en tres grandes ejes o pilares diferenciadores que otorgan a la televisión una ventaja cualitativa insustituible:

1. **El contexto narrativo:** Mientras que las plataformas digitales y las redes sociales operan bajo la lógica de la fragmentación, ofreciendo videos cortos, efímeros, desagregados y titulares aislados que carecen de profundidad, la televisión conserva la capacidad estructural de construir relatos completos. La parrilla de programación y el diseño de los contenidos televisivos permiten otorgar un contexto histórico, social y cultural a la información, evitando la superficialidad del consumo digital rápido.
2. **La responsabilidad editorial:** En concordancia con los riesgos de desinformación mencionados previamente en el panel, Osorio destacó que la televisión opera bajo estrictos estándares de responsabilidad civil, ética y regulatoria. Los canales tradicionales están obligados a garantizar la veracidad, la imparcialidad y el pluralismo informativo. En contraposición, advirtió sobre el peligroso fenómeno de los *influencers* y creadores de contenido digital, quienes emiten opiniones y datos sin ningún rigor periodístico, asumiendo cero responsabilidades por los impactos de sus publicaciones. Osorio lamentó que, de manera infortunada, las audiencias jóvenes estén consumiendo estos contenidos descontextualizados y falsos que representa un riesgo mayúsculo para el tejido social.
3. **La vocación de servicio público:** Finalmente, recalcó que la televisión abierta no es un simple negocio de entretenimiento, sino un servicio público con obligaciones indelegables de cobertura universal. Esto garantiza que la

información vital llegue a todos los ciudadanos en momentos críticos o de emergencia nacional, logrando hacer presencia institucional y cultural en aquellos territorios periféricos donde las limitaciones de infraestructura impiden el acceso a la conectividad de banda ancha requerida por las plataformas.

Conectando el concepto de presencia territorial expuesto anteriormente, la doctora Diana Córdoba cedió la palabra a la doctora Amanda Mendoza, para que definiera el rol que debe asumir la televisión regional en este agresivo ecosistema convergente. Inició su extensa y reflexiva intervención estableciendo una máxima innegociable: la televisión anclada en lo territorial cometería un error fatal si intentara competir imitando las dinámicas, presupuestos y temáticas de los contenidos globales. La verdadera competitividad de la televisión pública radica, paradójicamente, en su profunda diferenciación local.

Además, explicó que mientras los gigantes tecnológicos buscan escalar sus productos estandarizando narrativas para audiencias globales, los canales regionales basan su éxito en tres atractivos altamente valorados en un mercado saturado de sobreoferta, Identidad, cercanía y la confianza.

Para materializar esta cercanía y evitar que la televisión pública se convierta en un ejercicio de escritorio "a puerta cerrada", Mendoza compartió la innovadora estrategia de Telecafé: la implementación, desde el año 2024, de las "Mesas de Televisión" descentralizadas en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío. Este ejercicio de participación ciudadana permite que sean las propias comunidades quienes determinen el rumbo estratégico del canal regional, garantizando que los contenidos respondan a las verdaderas necesidades narrativas del territorio. Asimismo, resaltó que cuando una historia local se relata con alta calidad técnica y narrativa, trasciende sus fronteras y se vuelve universal, gracias a que el audiovisual es el idioma unificador por excelencia.

No obstante, advirtió sobre la necesidad de que la televisión pública abandone su zona de confort y comprenda que la distribución lineal ya no es suficiente. El contenido territorial debe circular transversalmente a través de televisión abierta, redes sociales, formatos de *streaming* y *clips* cortos. Adaptarse a las velocidades de las nuevas tecnologías representa un reto colosal para equipos de trabajo que a menudo se ven limitados por los cambios administrativos derivados de los periodos políticos de cuatro años. Por ello, instó a profesionalizar los equipos y a mantener un "mismo idioma" de crecimiento audiovisual a largo plazo que trascienda los cuatrienios gubernamentales.

Finalmente, la doctora Amanda Mendoza abordó la cruda realidad económica del sector. Reconoció que sostener la operatividad diaria de una parrilla de programación completa, cumpliendo con todas las exigencias de la regulación vigente, consume inmensos recursos. Afirmó que, sin el apalancamiento financiero estatal materializado a través de las transferencias del Ministerio de las TIC, la supervivencia y el funcionamiento de la televisión pública regional serían absolutamente inexistentes. El gran desequilibrio para las gerencias radica en cómo garantizar esa operación básica y, simultáneamente, destinar presupuestos para la planeación estratégica de contenidos especiales (como *Emma Reyes* o *La Vorágine*) que exigen altas inversiones pero que son los únicos capaces de atraer la atención de las plataformas internacionales para realizar coproducciones.

A manera de conclusión, la doctora Mendoza celebró el respeto y la credibilidad que la televisión pública colombiana está cosechando a nivel internacional, e hizo un llamado directo a la academia, al legislador y a la industria para no dejar agotar este debate, proponiendo la creación de mesas de trabajo prácticas e históricas que diseñen una hoja de ruta normativa y de sostenibilidad financiera con visión a los próximos veinte o treinta años.

En este punto, La moderadora introdujo un eje temático para el debate: el impacto de la Inteligencia Artificial (IA). Conectando los atributos previamente discutidos de "identidad, cercanía y confianza" con la innovación tecnológica, le pregunto a Gabriel Levy si la IA opera fundamentalmente como una herramienta para optimizar

procesos internos de producción o si, por el contrario, posee la magnitud suficiente para redefinir estructuralmente la forma en que las audiencias consumen los contenidos.

Levy manifestó que la IA está ejecutando ambas transformaciones de manera simultánea, impactando transversalmente absolutamente todas las etapas de la cadena de valor audiovisual. Para dimensionar esta disrupción, detalló ejemplos precisos de la industria actual:

- **Guionismo y Preproducción:** Los escritores y guionistas están integrando activamente Modelos de Lenguaje Grande (LLM) como *Gemini* y *ChatGPT* para la estructuración y redacción de guiones.
- **Control de Rodaje:** Los *script supervisors* emplean estas herramientas para gestionar el control de continuidad y la logística de las producciones.
- **Distribución y Consumo:** Las plataformas globales llevan años utilizando IA algorítmica para perfilar milimétricamente las características de consumo de los usuarios, dictando qué contenido se produce y cómo se recomienda.
- **Generación Sintética:** Aplicaciones emergentes como *Kling* ya están generando video directamente a partir de *prompts*, alterando la necesidad de medios de captura físicos.

Ante este panorama, Levy reconoció la existencia de temores legítimos en el sector, especialmente el miedo a la sustitución de mano de obra altamente calificada, señalando que la velocidad de esta disrupción no tiene precedentes en ciclos previos de automatización o robotización. Sin embargo, su análisis se centró en el surgimiento de un modelo de negocio originado en China: la creación de líneas de ensamblaje audiovisual 100% generadas con Inteligencia Artificial.

Levy conceptualizó este fenómeno como el surgimiento del "*Fast Food*" de la industria audiovisual; una analogía que ilustra un producto de consumo inmediato, masivo y de bajo costo. Describió que estas empresas asiáticas operan sin cámaras, sin sets de grabación y sin actores humanos. Todo el ciclo, desde la

concepción hasta la distribución, nace y muere en la computadora. Las métricas operativas de este nuevo subproducto son arrolladoras:

- **Formatos:** Se centran en videos verticales y cortos, con duraciones de entre 1 y 3 minutos por episodio.
- **Volumen de Producción:** Desarrollan series enteras de 40 a 50 capítulos a una velocidad récord, produciendo un episodio completo en tan solo 3 o 4 horas.
- **Mercado y Demanda:** Plataformas asiáticas de alcance global, como *TikTok* o *Drama Shorts*, les están contratando volúmenes astronómicos de hasta 1.000.000 de horas de contenido anuales.

Aunque Levy aclaró que este contenido presenta deficiencias notables en calidad y graves errores de continuidad, advirtió que es altamente consumido y ha entrado a competir agresivamente por la atención del mercado. Si bien no extinguirá el cine o la televisión tradicional de alta factura, representa un nuevo agente que obliga a la industria a reaccionar.

Para ilustrar la actitud que debe adoptar el sector colombiano frente a esta tecnología, Levy recurrió a una metáfora histórica: el impacto de la imprenta en la Edad Media. Relató cómo los dramaturgos medievales atravesaron por todas las etapas del duelo; primero minimizaron el invento escudándose en el analfabetismo de la época, luego pasaron a la ira financiando la quema de imprentas al ver amenazado su monopolio narrativo, posteriormente cayeron en la depresión abandonando el teatro, hasta que finalmente abrazaron la aceptación, convirtiéndose en los pioneros de la industria editorial. Levy advirtió que China ha saltado directamente a la etapa de aceptación, ganando una inmensa ventaja comparativa, por lo que el sector colombiano no puede darse el lujo de resistirse, so pena de quedar irremediabilmente rezagado.

Finalmente, en materia de política pública, subrayó el rol vital del Estado para regular riesgos inminentes como la desinformación y el impacto de los contenidos sintéticos. No obstante, realizó una fuerte advertencia contra la premura regulatoria,

citando el caso de Europa, cuya improvisada y estricta normatividad en materia de IA está provocando que diversas plataformas tecnológicas decidan no ingresar al mercado europeo ante la imposibilidad de cumplir con sus directivas.

Luego de lo anterior, la moderadora sintetizó las premisas de la discusión en tres imperativos para Colombia: 1) Adaptación regulatoria e industrial a las nuevas formas de consumo; 2) Preservación de los incentivos para que el país siga atrayendo inversión internacional en producción audiovisual; y 3) Protección estricta de la idiosincrasia local y salvaguarda de niños, niñas y adolescentes en el entorno digital.

Posteriormente, tomó la palabra la comisionada Andrea Muñoz Gómez y profundizó en el componente regulatorio, estableciendo que cualquier debate económico sobre el ecosistema debe supeditarse a la protección de los menores. Exigió que el sector asuma una corresponsabilidad activa y efectiva, y propuso que el proyecto de decreto que actualmente tramita el Ministerio de las TIC sea un escenario de concertación. El objetivo es diseñar reglas que no sean técnicamente intrusivas para la industria, pero que logren elevar de forma progresiva y medible el estándar de protección infantil, el cual, denunció, es hoy prácticamente inexistente en el ámbito digital.

Respecto al marco normativo para la IA, Muñoz argumentó que la discusión binaria sobre regular o no regular es reduccionista, equivale a ver el árbol y no el bosque. Explicó que el desafío regulatorio trasciende las meras falencias jurídicas locales, enfrentándose a amenazas complejas como la proliferación de contenidos sintéticos, la violencia digital y el sesgo de los sistemas automatizados que erosionan el pluralismo informativo.

La comisionada delineó la magnitud geopolítica y técnica de este reto:

- **Velocidad vs. Burocracia:** La innovación digital corre a un ritmo vertiginoso, mientras que los procesos regulatorios son lentos y reactivos.

- **Cadenas de Suministro Transfronterizas:** Las corporaciones tecnológicas operan mediante modelos de negocio que diluyen las fronteras soberanas, haciendo inaplicables las leyes locales aisladas.
- **Fragmentación Geopolítica:** Existen bloques de países enteros que rechazan cualquier tipo de normativa sobre IA, dificultando un consenso global.
- **Asimetría de Capacidades:** Existe una profunda brecha de talento, capacidad de cómputo, infraestructura de datos y recursos financieros entre las grandes plataformas transnacionales y las autoridades regulatorias nacionales.

Frente a esta asimetría, postuló una solución estructural: la estandarización global o supranacional. Comparó este escenario ideal con la alta coordinación lograda en la industria de la aviación comercial o en la armonización internacional del espectro electromagnético. Sugirió que Colombia debe abogar por lineamientos estandarizados que protejan áreas críticas como los derechos de autor y los derechos del consumidor, mitigando los abusos de los algoritmos de recomendación.

Concluyó que, como país, Colombia no puede limitarse a ser un mero receptor pasivo de servicios multinacionales, sino que debe exigir un ecosistema sostenible, construido mediante esquemas de co-regulación, que garantice la retención de referentes culturales y la protección del talento joven nacional.

En el último segmento del debate, la moderadora introdujo un insumo fundamental para el diseño de políticas públicas contemporáneas: el informe sobre "Conectividad Digital en Colombia" publicado por la OCDE en el 2026. Este documento, elaborado a solicitud del Estado colombiano, confirma de manera oficial y definitiva un paradigma que los panelistas venían esbozando: ha desaparecido la noción de "sectores aislados". El mercado opera hoy como un macro-ecosistema interconectado, definido primordialmente por plataformas, redes de

telecomunicaciones y explotación masiva de datos. Bajo este nuevo paradigma, preguntó: ¿Cuál debe ser el rol de la televisión en esta compleja arquitectura digital?

El doctor Eduardo Osorio Lozano reafirmó que la televisión ya no puede ni debe concebirse como un ente analógico aislado, sino como un actor plenamente integrado a la arquitectura convergente de datos, contenidos y plataformas. A su juicio, la televisión asume tres roles innegociables en esta nueva era:

1. **Curador de Información Confiable:** Frente a la sobreoferta digital donde cualquier cosa se volvió contenido, el principal diferencial competitivo de la televisión es su capacidad de jerarquizar, contextualizar y validar la información, operando como un faro de confianza en medio de la niebla de la desinformación.
2. **Motor de Identidad Frente a la Escala Global:** Mientras las plataformas OTT diseñan contenidos estandarizados para operar a escala multinacional, la televisión detenta el monopolio emocional de la cercanía, la identidad y el contexto local.
3. **Articulador de Múltiples Plataformas:** La televisión debe abandonar la lógica de la competencia aislada para convertirse en un nodo distribuidor, integrando sus contenidos en todas las pantallas disponibles, analizando rigurosamente los datos de audiencia y adaptándose a las lógicas del *streaming* y el consumo móvil. Todo esto sin sacrificar sus principios constitucionales fundamentales: el acceso universal, el pluralismo y el espíritu inquebrantable de servicio público.

Para materializar todas las visiones expuestas a lo largo del panel en realidades operativas, la doctora Amanda Mendoza, detalló extensamente el proceso de transformación, adaptación y adopción tecnológica que está ejecutando el canal regional en este año. Su intervención demostró que la televisión pública colombiana no solo está discutiendo el futuro, sino que lo está programando activamente.

En cuanto a la Inteligencia Artificial, estableció una premisa ética inamovible para la televisión pública: la IA es una herramienta técnica, jamás un sustituto del criterio

editorial o del talento humano. Reveló que Telecafé ya se encuentra utilizando aplicaciones de IA para optimizar de manera integral el análisis profundo de audiencias, la automatización de los flujos logísticos de producción, el apoyo en tareas de postproducción/edición y la gestión de archivos y distribución de pauta.

Para garantizar un uso responsable de estas tecnologías disruptivas, delineó los cinco pilares éticos y corporativos que rigen a Telecafé:

1. **Transparencia:** Obligación irrenunciable de notificar a las audiencias mediante marcas de agua o avisos cuando un contenido ha sido intervenido parcial o totalmente por IA.
2. **Responsabilidad Editorial:** Sometimiento de todo producto sintético a la validación, escrutinio y aprobación final de equipos humanos calificados.
3. **Protección de Derechos:** Respeto irrestricto por las normativas de propiedad intelectual, derechos de autor, derecho a la imagen y el tratamiento de datos personales de los ciudadanos.
4. **Lucha contra la Desinformación:** Prohibición absoluta de utilizar IA generativa para alterar hechos históricos, crear *deepfakes* noticiosos o vulnerar la veracidad informativa.
5. **Enfoque en Valor Público:** La meta de la tecnología no es abaratar costos eliminando personal, sino fortalecer la calidad narrativa, la accesibilidad y potenciar la circulación internacional de la cultura regional.

En el contexto de las conclusiones del informe de la OCDE de 2026 sobre el ecosistema interconectado, la doctora Amanda Mendoza definió de manera exhaustiva los cinco ejes estratégicos que estructuran el futuro inminente de la televisión pública regional, desmarcándose de la noción obsoleta de limitarse a transmitir por señal abierta en espectro radioeléctrico:

1. **El Monopolio de la Proximidad y el Contenido de Valor** En un entorno saturado por algoritmos que privilegian la viralidad y el entretenimiento efímero, la televisión regional tiene el deber exclusivo de contar las narrativas

que la globalización ignora. Su misión es visibilizar a los municipios apartados, los líderes sociales, los emprendimientos rurales, el patrimonio inmaterial y la vida cotidiana. Adicionalmente, asume el rol de ofrecer periodismo de proximidad útil para el ciudadano de a pie, suministrando información crítica, responsable y verificada sobre movilidad, salud pública, contingencias climáticas, procesos electorales locales y gestión gubernamental, un nicho informativo que las plataformas VOD (Video On Demand) jamás cubrirán.

2. Evolución Definitiva al Modelo Multiplataforma La televisión ya no exige que el espectador se someta a una cita frente al televisor a una hora específica. La doctora Mendoza explicó que Telecafé ha trascendido la señal de aire mediante una presencia multicanal masiva. El contenido ahora habita nativamente en celulares, videos cortos y redes sociales como YouTube, TikTok e Instagram. Como hito tecnológico destacado, mencionó que desde 2025 Telecafé opera a través de su propia aplicación nativa desarrollada *in-house*, un entorno digital propio que alberga no solo la señal en vivo, sino un catálogo completo bajo demanda y formatos interactivos, demostrando autonomía frente a plataformas de terceros y logrando integrarse eficientemente en los portafolios de operadores OTT nacionales.

3. Bastión Democrático y Cohesión Social Ante la balcanización informativa y las cámaras de eco creadas por los algoritmos de las redes sociales, la televisión regional se erige como el último gran garante de la cohesión en los territorios. Su rol es facilitar el control social, abrir espacios de debate plural donde todas las vertientes ideológicas converjan, fortalecer la participación ciudadana y ayudar a construir consensos democráticos alejados de la polarización algorítmica.

4. Arquitectura Basada en Datos y Analítica La nueva arquitectura digital exige que los canales públicos implementen robustas herramientas de analítica y *Big Data* para conocer a profundidad a sus internautas. El objetivo es ofrecer experiencias personalizadas bajo marcos estrictos de privacidad,

optimizar la accesibilidad de los archivos históricos patrimoniales e inyectar Inteligencia Artificial para predecir tendencias de consumo y lograr una distribución hiper-segmentada más eficiente.

5. Motor de la Industria Creativa Nacional Finalmente, la televisión regional ratifica su papel histórico como el mayor incubador del talento colombiano. Funciona como la turbina principal para la generación de empleo cualificado en el país, contratando a técnicos, artistas y productores locales, y sirviendo como plataforma de exportación cultural. Reiterando el caso de éxito de *La Vorágine*, la panelista concluyó que una historia concebida, financiada y grabada en lo más profundo del territorio nacional, si posee los estándares técnicos exigidos hoy, tiene la absoluta capacidad de cautivar a las audiencias globales. La televisión pública no está aislada ni a la defensiva; está vigente, interactuando bilateralmente en el ecosistema digital mundial y preservando intransigentemente la identidad de Colombia.

La moderadora inició el bloque de cierre retomando la discusión sobre la nueva arquitectura del ecosistema digital, y le otorgó la palabra al doctor Tulio Ángel para que definiera, desde su perspectiva y representando a los medios de comunicación, cuál debe ser el rol definitivo de la televisión tradicional en esta coyuntura.

El panelista logró encapsular la transformación estructural del negocio audiovisual en una premisa fundamental: el centro de gravedad de la industria ha mutado irrevocablemente. Explicó que el valor estratégico y comercial ya no reside en la transmisión tradicional, es decir, en el control de la infraestructura física, las antenas o el espectro electromagnético, sino que se ha desplazado de manera absoluta hacia el contenido mismo y su capacidad de circular de manera eficiente en un mercado debidamente organizado. Esta aseveración desmitifica la idea de que la televisión es un simple medio de transporte de señales, redefiniéndola como una potente industria creadora de activos intelectuales que deben competir transversalmente en múltiples plataformas para garantizar su viabilidad.

En este punto, la moderadora introdujo un factor crítico de absoluta actualidad: el reciente y mediático fallo judicial en Estados Unidos contra gigantes tecnológicos

como Meta y Google, motivado por el diseño de arquitecturas digitales adictivas y los consecuentes daños psicológicos infligidos a los usuarios. Bajo este contexto, la moderadora realizó una pregunta a la comisionada Andrea Muñoz Gómez: ¿Están los Estados regulando correctamente el ecosistema audiovisual, o se está cometiendo el error histórico de dejar por fuera el elemento que hoy gobierna y define el consumo, es decir, los algoritmos?

La comisionada calificó este fallo como un hito jurisprudencial sin precedentes que rompe los paradigmas tradicionales del derecho tecnológico. Explicó la paradoja de que Estados Unidos, siendo el país matriz de estas corporaciones y el que ostenta la menor regulación estatal específica sobre plataformas digitales, haya sido el escenario donde un juez determinó que, en efecto, los diseños de estas redes son deliberadamente adictivos. Destacó una particularidad jurídica del caso: aunque el juez determinó que no hubo dolo, sí se comprobó que las plataformas tenían pleno conocimiento del carácter adictivo de sus algoritmos y del impacto nocivo que estos generaban, lo que abre la puerta a condenas multimillonarias y sienta un precedente expansivo que podría ser invocado en múltiples jurisdicciones a nivel mundial.

A partir de este análisis jurisprudencial, la comisionada redefinió el concepto mismo de regulación en la era digital. Argumentó que la regulación moderna no debe entenderse como un acto de censura, sino como la intervención legítima del Estado para imponerle a las plataformas un estricto deber de diligencia, enfocado primordialmente en la protección de niños, niñas y adolescentes.

Aclaró que este deber de diligencia no puede configurarse como una obligación de resultado, sino como una obligación de medio. Esto se debe a que la inmensidad y la naturaleza dinámica de la tecnología siempre permitirán la filtración de situaciones ilegales o contenidos inadecuados. Si bien las plataformas argumentan que ya utilizan curadores humanos, alertadores de confianza de la sociedad civil y algoritmos para moderar, la realidad demuestra que estas políticas internas de autorregulación suelen ser ineficaces y que sus propios algoritmos de recomendación son, paradójicamente, los mayores generadores de daños a la salud mental.

Concluyó su intervención advirtiendo que Colombia no puede ceder ante el miedo a intervenir estatalmente. Detalló que ya existen estándares globales urgentes que deben implementarse en el país mediante esquemas de co-regulación, tales como: sistemas rigurosos de verificación de edad, la prohibición absoluta del perfilamiento algorítmico y uso de datos de menores para pauta publicitaria, y protocolos infalibles para la eliminación inmediata de contenidos constitutivos de pornografía infantil y abuso sexual. Enunció que la actual asimetría regulatoria está provocando que los niños colombianos sean hoy los menos protegidos del mundo frente a los embates de la economía digital.

Continuando con la influencia de los algoritmos en el comportamiento humano, la moderadora planteó el siguiente énfasis del panel manifestando que si el máximo valor comercial de la actualidad radica en capturar la atención efímera del usuario, ¿debería el sector audiovisual dejar de pensar en términos de creación de contenidos para empezar a concebirse estrictamente como una industria de gestión de la atención?

El doctor Eduardo Osorio Lozano tomó la palabra para rechazar tajantemente esta dicotomía, calificando como un error estructural abandonar la discusión sobre los contenidos. Reconoció la cruda realidad del entorno de sobreoferta: las plataformas tecnológicas globales no están compitiendo por ganar premios de calidad narrativa, sino que compiten algorítmicamente por capturar, retener y monetizar el tiempo de los usuarios a la mayor velocidad posible.

Sin embargo, argumentó que la atención y el contenido conforman una relación bastante estrecha; es en el cruce de ambos elementos donde se define el verdadero valor de la industria. Advirtió que la separación de un contenido de valor degenera inevitablemente en desinformación, superficialidad y pérdida absoluta de impacto cultural. En consecuencia, el reto no es elegir entre uno u otro, sino garantizar que la agresiva gestión técnica de la atención no termine sacrificando los pilares democráticos ineludibles que históricamente ha defendido la televisión: el pluralismo, la veracidad, la calidad informativa y el bienestar psicológico e intelectual del usuario.

El doctor Tulio Ángel reafirmó que en el entorno digital estos conceptos son inseparables. Subrayó que la gestión algorítmica de la atención está orgánica y estrictamente vinculada a la naturaleza del contenido y, más importante aún, a la arquitectura mediante la cual dicho contenido es organizado, priorizado y recomendado al espectador final.

Ahora bien, para enriquecer y matizar la postura expuesta por la comisionada Muñoz respecto a la necesidad de intervenir a las plataformas, Gabriel Levy aportó una perspectiva crítica enfocada en la geopolítica digital y las complejidades prácticas de legislar sobre tecnologías transnacionales.

Explicó que el principal obstáculo para el Estado colombiano radica en que las plataformas globales, por su naturaleza tecnológica y de mercado, no operan de manera exclusiva en el territorio nacional. Esto genera un fenómeno de efecto colateral regulatorio, donde normativas impuestas por jurisdicciones más poderosas terminan aplicándose de facto en Colombia. Citó dos ejemplos:

1. **La Directiva Europea de Cookies:** Una exigencia normativa exclusiva de la Unión Europea que obligó a todo el planeta a interactuar con los *banners* de aceptación de cookies, dado que para las empresas tecnológicas resultaba inviable desarrollar arquitecturas web diferenciadas para Europa y para el resto del mundo.
2. **Protección de Datos en YouTube Kids:** Normativas estadounidenses e internacionales obligaron a la plataforma a dejar de capturar datos de menores, un estándar de protección que hoy ampara a cualquier niño colombiano que abra una cuenta, independientemente de que el Congreso colombiano haya legislado al respecto o no.

Este fenómeno de estandarización global *de facto* genera un doble desafío para las autoridades regulatorias colombianas, el cual Levy describió con gran precisión:

- **El Riesgo de la Redundancia:** El Estado puede desgastar valiosos recursos legislativos intentando regular aspectos técnicos que las plataformas ya han resuelto y estandarizado a nivel global por presiones internacionales.

- **La Excusa del Tercermundismo:** Por otro lado, las plataformas utilizan esta misma estandarización como escudo para evadir sus responsabilidades locales. Cuando el Estado colombiano exige el cumplimiento de obligaciones particulares, las corporaciones argumentan que ya están reguladas por autoridades de primer mundo, minimizando la soberanía colombiana e insinuando que países en vías de desarrollo carecen de la legitimidad técnica para imponerles cargas.

Esta maniobra corporativa, advirtió Levy, tiene consecuencias nefastas, pues deja en el abandono temas críticos que sí requieren intervención local urgente. El ejemplo más grave expuesto por el panelista es la evasiva de las plataformas internacionales a realizar aportes financieros proporcionales al Fondo Único TIC (FUTIC), una contraprestación económica fundamental e insustituible para garantizar la viabilidad financiera de los contenidos nacionales y la protección de la identidad cultural colombiana frente a la hegemonía extranjera.

Levy hizo un llamado a la prudencia institucional. Señaló que las entidades públicas del sector, como la CRC, deben mantener una actualización constante para discernir quirúrgicamente qué medidas son vitalmente urgentes para el país y cuáles resultan innecesarias o redundantes. Además, enunció que es importante actuar con prudencia institucional para prevenir el exceso de regulación, la premura y la imposición de normativas obsoletas terminan por asfixiar la innovación técnica y deteriorar la calidad del servicio para el usuario final.

También, propuso que cualquier futuro marco legal que surja de las discusiones entre la academia, la industria y el Estado, debe buscar resolver de manera armónica lo que podría denominarse un trilema regulatorio. Este marco de acción se sostiene en tres objetivos irrenunciables:

1. **Igualdad Competitiva Estructural:** Nivelar las condiciones del mercado, asegurando que todos los actores puedan competir bajo las mismas condiciones económicas y operativas, eliminando las distorsiones artificiales del mercado.

2. **Simetría de Derechos y Deberes:** Garantizar que absolutamente todos los agentes que componen la cadena de valor audiovisual asuman las mismas responsabilidades frente al Estado y la sociedad, y gocen de las mismas garantías jurídicas para operar.
3. **Centralidad del Bienestar Ciudadano:** Todas las medidas fiscales y técnicas deben supeditarse al objetivo supremo de proteger los derechos fundamentales del usuario final, salvaguardando su salud mental, su realidad económica y blindando la identidad cultural y social de la nación.

A modo de cierre, la moderadora sintetizó las reflexiones de la jornada en una conclusión que redefine el paradigma de la industria en Colombia: El contenido ya no gravita alrededor de un canal o de una antena; el contenido se organiza hoy de manera exclusiva alrededor del usuario.

Esto es el epicentro de la atención humana que transforma de raíz la forma en que el país debe producir su normatividad, la manera en que debe distribuir sus activos culturales y, sobre todo, la urgencia con la que debe modernizar su marco legal. Finalizó el panel manifestando que el sector, la academia y el Estado están finalmente listos para dar el paso conceptual más importante de las últimas décadas: Dejar de pensar y legislar en términos de la televisión aislada, para comenzar a gobernar y proyectar un Ecosistema Audiovisual Integral convergente.