



**MARIA DEL ROSARIO GUERRA**  
**MINISTRA DE COMUNICACIONES**

**“EL NEGOCIO DE LA TELEVISIÓN DIGITAL”**  
**Centro de Investigación de las Telecomunicaciones de**  
**Colombia – CINTEL**

**07 de julio de 2009**

**\*\*\* I. INTRODUCCIÓN Y SALUDO \*\*\***

Agradezco la invitación que el Centro de Investigación de las Telecomunicaciones de Colombia (CINTEL) me hizo para participar en la instalación de este evento, importante no sólo por estar dedicado a uno de los temas más trascendentales de la Sociedad de la Información, sino también, por reunir alrededor de él a un auditorio tan nutrido de actores claves para el diseño del mejor devenir del panorama digital.

Nos enfrentamos todos, Gobierno, industria y ciudadanos, a una **redefinición sin precedentes del espacio común que entendíamos como “lo Audiovisual”**. La digitalización, un



fenómeno tecnológico revolucionario, obliga a la reestructuración del concepto audiovisual y con ello impone cambios a la estructura de mercados, a la institucionalidad estatal y, más importante aún, a los procesos y relaciones de las sociedades y sus ciudadanos.

Pero, recavar en la inminencia de esta transformación y en sus implicaciones parece ser una tarea vacua, pues bastante inútil es afirmar lo evidente o tratar de predecir lo imprevisible. El futuro del mundo digital ya se encuentra entre nosotros, es palpable y perceptible. Sin embargo, sus transformaciones, desarrollos y posibilidades seguirán privadas a nuestro conocimiento presente pues la capacidad innovadora de la tecnología ha demostrado hacerla inmune a todo tipo de previsibilidad.

Por ello, desde el Gobierno Nacional creemos que lo que más conviene a los diseñadores de política, a los reguladores sectoriales y a la industria, es **fijar unos principios fundamentales de evolución**, en los que puedan comulgar los intereses privados y el bienestar general y que se articulen bajo el convencimiento de que la incertidumbre del



panorama digital no es una amenaza, sino una oportunidad de crecimiento y desarrollo. **Creemos que esos principios estructurales son:**

**PRIMERO. Los mayores beneficios que la industria digital reporte, dependen directamente de la importancia que sus actores den a modelos colaborativos de negocio.**

La digitalización permite a cualquier contenido audiovisual hacerse, transmitirse y comunicarse a través de las redes digitales. Estas nuevas tendencias presentan retos disruptivos a los operadores establecidos en el antiguo escenario audiovisual.<sup>1</sup> Servicios que **antiguamente se concebían mutuamente como competidores**, encontrarán en las nuevas posibilidades de negocio, estímulos para **aceptarse ahora como servicios complementarios.**

Es el caso de operadores públicos de televisión como BBC, (Reino Unido), Rai, (Italia), RTP (Portugal) o RTVE (España), que ofrecen servicios de Internet, teletexto, SMS, Banda

---

<sup>1</sup> Banco Mundial. *The Media and Development. What is the story?*. 2008.



Ancha o 3G; suscitándose incluso alianzas entre los que eran máximos competidores entre sí para crear portales transversales de acceso a sus contenidos en Internet, como ocurrió en Estados Unidos con los radiodifusores News Corp y NBC Universal.

Los actores de la industria digital enfrentan una **oportunidad sin precedentes para diseñar modelos de negocio colaborativos** en los que confluyan las destrezas que los operadores establecidos han adquirido en sus antiguos nichos de mercado. **Es el momento para hacerlo.** Tecnologías como la Televisión Digital Terrestre lo permiten. El marco legal colombiano no restringe la incursión de operadores de telecomunicaciones en el sector audiovisual ni viceversa como si ocurre en otros países (Ejemplo. Argentina, Brasil) y, adicionalmente, el Gobierno Nacional ha venido consolidando un *“marco normativo que incentive aún más la competencia, reconozca la convergencia y promueva la competencia, el acceso a los mercados y el uso eficiente de los recursos escasos.”* (PND 2006-2010).



Producto de ello, acaba de ser **aprobado en el Congreso de la República el Proyecto de Ley 112/07 Cámara – 340/08 Senado**, de iniciativa gubernamental, el cual constituye un mecanismo eficiente para propiciar escenarios que incentivan y facilitan la estructuración de modelos colaborativos de negocio y la generación de beneficios para la industria y los usuarios de las Tecnologías de información y comunicaciones.

**SEGUNDO: Pero...ninguna buena alianza o modelo de negocio permitirá captar beneficios en el escenario digital si no existe inversión e innovación en generación de contenidos digitales y una política pública de promoción.**

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) publicó en 2006 un estudio sobre los Contenidos Digitales, en el que se subrayó que éstos **son la infraestructura básica sobre la que se soportan las Sociedades de la Información**. Por esta razón, los contenidos digitales jalonan el rápido crecimiento del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones,



promueven el consumo de bienes electrónicos y de servicios como la telefonía móvil e Internet y se convierten en polos de competitividad internacional.

Los creativos colombianos y las producciones audiovisuales que llevan el sello nacional son altamente valorados y reconocidos a nivel mundial. Esta especial connotación no debe minarse con la llegada de la Televisión Digital Terrestre, sino, al contrario, deberá potencializarse pues **apostamos al posicionamiento de Colombia como un exportador regional y mundial de contenidos digitales.**

Conscientes de ello, el Ministerio de Comunicaciones se ha fijado la meta de **diseñar la Política Pública de Contenidos Digitales del país**, como un marco que defina a mediano y largo plazo las medidas que deban ser implementadas para fomentar la producción de contenidos e incentivar la creatividad nacional, con miras a generar una industria nacional de posicionamiento mundial.

Para ello, en el marco de un acuerdo de cooperación técnica entre el Ministerio de Comunicaciones de Colombia y la



Comisión Coreana de Comunicaciones (KCC), **un experto consultor coreano** en análisis de tenencias tecnológicas, políticas de promoción de contenidos digitales y políticas de promoción de redes de nueva generación, realizará desde el próximo 13 de julio un profundo estudio de diagnóstico de la industria digital colombiana, con una **duración aproximada de tres meses**, a cuyo término recomendará al Gobierno Nacional los lineamientos de la política pública de promoción de contenidos digitales para el país.

Pero a este esfuerzo de Gobierno, debe sumarse también el aporte privado de inversión, innovación y, especialmente, **generación de contenidos relevantes y socialmente responsables** que atraigan la atención del usuario y le reporten beneficios que optimicen su calidad de vida. Ya advierten diferentes estudios y la experiencia recorrida por otros países, que una de las amenazas que más puede dilatar los procesos de adopción de la TDT y disminuir las utilidades que puedan obtenerse de la misma, es precisamente la oferta de “**contenidos irrelevantes**” o de meras réplicas de la programación analógica.



Por ello, la realización del evento que hoy nos reúne aquí, resulta una gran oportunidad para recordar a la industria nacional de generación de contenidos la importancia de lograr un verdadero aprovechamiento de las potencialidades de la TDT, y de evitar a toda costa el círculo vicioso evidente en otros países en el que los usuarios no encuentran incentivos para realizar el cambio a la TDT y los operadores de televisión no están dispuestos a asumir inversiones mientras no exista una base suficiente de clientes que garantizase el retorno de las mismas.

**TERCERO. Aún falta un tercer elemento, pues el mundo de los contenidos digitales no puede evolucionar al paso que le marcan estructuras institucionales diseñadas para una realidad tecnológica de antaño.**

La digitalización permite la conversión de los contenidos en códigos binarios que transitan por las redes de telecomunicaciones, indistintamente, como cualquier producto informático y sin que sea posible diferenciar entre uno u otro contenido y, mucho menos, mantener categorías de servicios diferentes.



La realidad digital plantea sólo dos niveles de operación: el de las redes que son transparentes al tipo de contenidos que transitan por ellas; y el de los contenidos que al transformarse en códigos digitales pueden ser distribuidos por una gran infinidad de redes y plataformas.

Por ello se ha dicho con razón que en el nuevo escenario digital, no debe hablarse únicamente de la libertad de expresión o de la libertad de fundar medios masivos de información pues, junto a estas dos, debe reconocerse la importancia de una nueva libertad que se define como la “**libertad multimedia**”, y esta es la garantía fundamental del contexto convergente, pues en virtud de ella los contenidos no encuentran límites a la hora de seleccionar una red o plataforma de distribución ya que se evoluciona hacia modelos de licencias unificadas. (AHCJET 2008)

Estas consideraciones y la **necesidad de eliminar las “asimetrías regulatorias”** que distorsionan las condiciones de competencia, motivaron al Gobierno Nacional a proponer una **reestructuración de la CNTV**, en el marco de un sector de las comunicaciones dinámico, estable, y convergente;



propuesta que tan sólo recientemente vino a encontrar eco en el Congreso de la República y en algunos sectores de la industria de comunicaciones.

Empeñados en este esfuerzo, hemos propuesto se adapte la institucionalidad de la CNTV a una estructura regulatoria eficiente para la convergencia con miras a eliminar la duplicidad regulatoria que retrasa las inversiones e innovaciones destinadas a beneficiar a los usuarios. Con este objetivo en mente, propusimos la existencia de **un único organismo para la regulación de las redes** de todos los servicios de comunicaciones; **y un único organismo especializado que tenga a su cargo la regulación de contenidos digitales.**

Infortunadamente, el Proyecto de Ley 202 de 2008 de iniciativa parlamentaria, que reunía gran parte de estos cometidos, no contó con la suerte de ser sometido a primer debate en la Comisión Sexta de Senado y ello condujo a su archivo. Sin embargo, el Gobierno Nacional continuará insistiendo y promoviendo iniciativas que respondan a la



necesidad de ajustar el marco regulatorio a la nueva realidad digital.

**CUARTO. Cambian las tecnologías, cambian los mercados y cambian las instituciones. Sin embargo, la televisión pública seguirá siendo una prioridad de Estado en el escenario digital.**

El Ministerio de Comunicaciones, en ejecución de la política pública de fortalecimiento de la Televisión Pública, ha centrado sus esfuerzos en garantizar la modernización de la prestación de este servicio, con miras a que logre afrontar los retos que impone la adopción de la TDT y continúe generando los contenidos educativos y culturales que representan su vocación misional.

Conscientes de ello, el Ministerio de Comunicaciones impulsó el análisis y aprobación del documento de política Conpes 3518 de 2008, el cual recomendó *“estudiar y recomendar el modelo de implementación más eficiente para la concesión de la red pública de televisión, que responda, entre otros, al avance tecnológico que requiere la implementación de la TDT*



*y que se adapte a la misión del Estado de promover el derecho a la información, la libertad de expresión y el pluralismo informativo.”*

A efectos de dar cumplimiento a esta recomendación, el Ministerio de Comunicaciones y RTVC contrataron un estudio técnico, jurídico y financiero especializado que a la fecha permite: *“Contar con una valoración técnica y empresarial del estado actual de la red pública de radio y televisión, de los recursos que deben invertirse en la misma para garantizar su completa modernización y digitalización, y del potencial de explotación de esta infraestructura.”*

A partir de este insumo, el Gobierno Nacional procederá a implementar un modelo de gestión eficiente para la administración, operación, mantenimiento y explotación de la red pública de radio y televisión, que permita a RTVC dedicar sus esfuerzos misionales a la generación de contenidos que cumplan con las expectativas del escenario digital.

Por otro lado, el Ministerio de Comunicaciones ha impulsado el proyecto **Señal Digital** que representa la estrategia



diseñada por el operador público nacional para enfrentar la implementación de la televisión digital terrestre (TDT) en Colombia. A través de Señal Digital se pretende desarrollar las herramientas necesarias para que el proceso de adopción de la TDT en el país sea incluyente, participativo, y genere las capacidades nacionales para responder a los retos tecnológicos y de contenidos de esta nueva tecnología.

Finalmente, el Gobierno Nacional y la CNTV solicitaron a la Comisión Europea que el plan de cooperación para la implementación de la TDT en Colombia incluya importantes ayudas y estímulos a la televisión pública y a la generación de contenidos para el servicio de televisión nacional. En atención a ello, la primera ayuda económica destinada por la Comisión Europea a nuestro país, que alcanza la suma de 700 mil euros, será invertida en el financiamiento de la estrategia para el desarrollo de contenidos de TDT diseñada por el operador público nacional RTVC; la cual permitirá en su primera fase la capacitación de técnicos, productores, realizadores, estudiantes y miembros de la academia que hacen parte del sistema nacional y regional de televisión pública y privada.



### \*\*\* VI. CIERRE \*\*\*

Quiero terminar este saludo de instalación recordando, como lo hizo recientemente la asociación española AETIC, que *“si al proceso de digitalización de la televisión se une la masificación de los accesos a Internet en banda ancha, la TDT puede ser el catalizador definitivo del desarrollo de la Sociedad de la Información.”*

Para ello necesitamos el firme compromiso de la industria digital y de su aporte a la innovación y producción de los contenidos idóneos para multiplicar las ventajas de la digitalización y los beneficios que ella reporta a los ciudadanos. A esa industria le decimos desde el Gobierno Nacional que continuaremos garantizando condiciones claras y seguras de competencia que incentiven la inversión pues, como lo expresa la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, de la forma más clara y cierta en que puede definirse el panorama digital, *“decimos con humildad que no sabemos lo que viene, pero asumimos con coraje que nos arriesgamos a ir”*.

**Muchas gracias.**