



El Acuerdo 011 de 2006 y la Resolución 3066 de 2011 hacen referencia a la protección de los usuarios de televisión por suscripción.



EN EL ENTORNO COLOMBIANO SE HACE NECESARIA UNA REFLEXIÓN SOBRE EL PAPEL QUE DEBE CUMPLIR LA TV

# Regulación y convergencia digital de la televisión

Redacción  
Bogotá



Los usuarios que consumen servicios de televisión fueron tema de análisis en CONSU COLOMBIA 2013. Dichos consumidores, a pesar de que también disponen de productos asociados a las telecomunicaciones, deben tener otro tipo de tratamiento. Este aspecto fue resaltado por la docente de la Universidad Externado de Colombia y ex directora de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) Pilar Bahamón, quien se desempeñó como moderadora en el panel de atención al usuario de televisión por suscripción.

“La autoridad regulatoria de la protección de los derechos de los usuarios antes de la expedición de la Ley 1507 de 2012 (por la cual se crea la Autoridad Nacional de Televisión -ANTV-), era diferente. Previo a que se aprobara dicha ley, a la CNTV le correspondía la regulación de los derechos de los usuarios en televisión y a la Comisión de Regulación en Comunicaciones (CRC) la misma función en otros servicios. Dentro de este marco legal se expiden los dos regímenes de protección de los derechos de los consumidores en televisión, el Acuerdo 011 de 2006 y la Resolución 3066 de 2011 en servicios de comunicaciones” sostuvo Bahamón.

Con este precedente, el director de la ANTV, Ramón Guillermo Angarita Lamk, explicó que la televisión le debe generar al televidente reflexión de su entorno.

“Aparte de que la televisión es un servicio público, implica vincularla expresamente a la opinión pública y a la cultura del país. Debe estar enfocada a la vocación de beneficiar a la población. Además de ser un medio social que construye ciudadanía y promueve los valores culturales, la televisión cumple funciones esenciales como informar, educar y recrear a la población”.

Además de describir la función social de quienes ven televisión, el director de Customer Experience de DirecTV Colombia, Roberto Castro,

afirmó que “el mejor esquema de protección al usuario comienza dentro de casa. Es un tema que atañe a la filosofía de compañía. Con base en eso se ofrece una atención oportuna ya que el cliente es el centro de todo lo que hacemos”.

A lo anterior Castro agrega que “por eso materializamos una alineación de procesos y clientes. Es un tema mayor porque la educación a los usuarios no empieza y termina en un Call Center, sino que hace parte de una filosofía y una transformación de todos los que interactúan y eso lo tomamos en serio”.

Por su parte, el presidente de UNE EPM, Marc Eichmann, señaló que el entorno del negocio la televisión se mueve hacia el consumo de datos en donde la regulación pide a gritos un cambio de cara a este panorama.

Eichmann afirmó que prácticamente el negocio de las operadoras ha cambiado hasta el punto que “hoy en día podemos ver televisión inalámbricamente con contenido de datos. También podemos verla alámbricamente con el mismo formato. La voz pronto se va a volver un

tema de datos. En la medida en que aumente la penetración de teléfonos inteligentes no se va a necesitar planes de voces”.

El líder de UNE EPM, resaltó que en la Red Troncal Nacional donde pasan todas las señales de televisión por suscripción, más del 99 % de lo transmitido son datos y menos del 1 % es voz. Dentro de la regulación hay que tener en cuenta esta convergencia que cambia los modelos de negocios y sobretodo la forma de atender al cliente.



**Roberto Castro**  
Director de Customer Experience de DirecTV Colombia.

El representante de DirecTV en CONSU COLOMBIA 2013 consideró que la protección de los usuarios comienza desde el hogar, pero además es parte de la filosofía de la empresa. La finalidad es dar atención oportuna al cliente, pues es en beneficio de este a donde apuntan los esfuerzos de la compañía.

Recalcó además la importancia de la alineación de procesos y clientes, pues lo considera como una transformación de todos los que interactúan en las relaciones de consumo. Según el directivo, la compañía tiene 35 millones de usuarios en el mundo.



**Pilar Bahamón**  
Docente de la Universidad Externado de Colombia y ex directora de la CNTV.

Los consumidores de telecomunicaciones deben tener un tipo especial de tratamiento, asegura la ex directora de la Comisión Nacional de Televisión, Pilar Bahamón. Antes de la Ley 1507 de 2011 a la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) le correspondía la regulación de los derechos en los usuarios en televisión y a la Comisión de Regulación en Comunicaciones la misma función en otros servicios. Con la creación de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) estas funciones pasaron a cargo de la nueva entidad.



**Marc Eichmann**  
Presidente de UNE EPM.

El negocio de la televisión se mueve hacia el consumo de datos y por ello se requiere una regulación fuerte respecto al tema, aseguró el directivo en su intervención. “Hoy no podemos decir qué son datos o qué es televisión. La regulación no puede ser ajena esta situación” subrayó.

Eichmann recalcó que “la televisión hoy en día podemos verla inalámbricamente con contenido de datos. La voz pronto se va a volver un tema de datos. En la medida en que aumente la penetración de teléfonos inteligentes no se va a necesitar planes de voces”.



**Ramón Guillermo Angarita**  
Director de la ANTV.

La televisión le debe generar al televidente reflexión de su entorno. “Aparte de que la televisión es un servicio público, implica vincularla expresamente a la opinión pública y a la cultura del país”.

Para Angarita, aparte de ser un medio social que construye ciudadanía y promueve los valores culturales, la televisión cumple funciones esenciales como informar, educar y recrear a la población. También se refirió a las clases existentes del servicio público de televisión que existen actualmente en el país.