

## ACTA 194

CONSEJO NACIONAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA EN  
CINEMATOGRAFÍAREUNIÓN EXTRAORDINARIA  
NO PRESENCIAL

En atención a la citación que envió el Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Proimágenes Colombia” mediante correo electrónico del 25 de agosto de 2020 —según sus facultades de secretaría técnica conferidas por el artículo 12 de la ley 814 de 2003 y dando cumplimiento al artículo 2.2.1.46 del decreto 1080 de 2015—, se reunieron el martes 1° de septiembre de 2020 a las 11:00 a.m. los miembros del Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC), en reunión extraordinaria no presencial mediante videoconferencia con comunicación simultánea en la plataforma *Google Hangouts Meet*.

**1. Verificación del quórum****Entidad / sector**

Ministerio de Cultura  
Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos  
Designado por la Ministra de Cultura  
Designado por la Ministra de Cultura  
Representante de los C. Dep. de Cinematografía  
Representante de los productores de largometraje  
Representante de los distribuidores  
Representante de los exhibidores  
Representante de los directores  
Representante del sector técnico  
Representante del sector artístico creativo

**Representado por**

Jaime Andrés Tenorio Tascón  
Jaime Andrés Tenorio Tascón  
Se excusó.  
Felipe César Londoño  
Se excusó.  
Alina Hleap Borrero  
Armando Aguilar Espitia  
Gustavo Adolfo Palacio Correa  
Diana Marcela Díaz Soto  
Carina Dávila Cabrera  
Armando Russi Espitia

Claudia Triana Soto asistió en calidad de Directora del Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Proimágenes Colombia”, entidad que ejerce la Secretaría Técnica del Consejo. Como invitados asistieron Andrea Afanador Llach, Yolanda Aponte Melo, y Mateo Londoño Rueda, empleados de dicha entidad. También estuvo presente Omar Sandoval Vargas, contratista encargado de la estrategia de comunicaciones del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC). De parte del Ministerio de Cultura, asistieron como invitados Yenny Chaverra Gallego, Ricardo Cantor Bossa y Gonzalo Laguado Serpa.

El Director de Cinematografía del Ministerio de Cultura, Jaime Andrés Tenorio Tascón actuó como delegado de la Ministra de Cultura, Carmen Inés Vásquez Camacho, conforme a lo dispuesto en la Resolución 3558 del 8 de octubre de 2018 del Ministerio de Cultura. En tal calidad, y conforme al artículo 2.2.1.38 del Decreto 1080 de 2015, presidió la sesión.

Como invitados de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) asistieron Gabriel Ernesto Levy Bravo, José Fernando Parada Rodríguez, Mariana Viña, Ernesto Paul Orozco, Juan Pablo Monge y Mariana Sarmiento.

Una vez verificado el quórum, el Director de Cinematografía solicitó la aprobación del orden del día propuesto.

**2. Aprobación del orden del día**

1. Verificación del quórum.
2. Aprobación del orden del día.
3. Presentación del CNACC, sus miembros y funciones.

4. Presentación de los miembros y acciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).
5. Presentación del estudio realizado por la CRC en 2019 “El Rol de los Servicios OTT en el Sector de las Comunicaciones en Colombia”.
6. Presentación del protocolo para la prevención del acoso en el sector audiovisual por parte del comité del CNACC para el tema.
7. Exploración de posibles acciones conjuntas.
8. Propositiones y varios.

Los miembros del Consejo aprobaron unánimemente el mismo y en consecuencia se continuó con lo allí previsto.

### **3. Presentación del CNACC, sus miembros y funciones.**

En primer lugar, tuvo lugar una presentación de cada uno de los miembros del CNACC y su posición dentro del consejo.

Asimismo, por solicitud de Jaime Andrés Tenorio, Claudia Triana Soto expuso en detalle la naturaleza jurídica del CNACC —órgano consultivo y director del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico—, sus funciones, y sus vínculos con todo el ecosistema de apoyo a la industria cinematográfica de conformidad con lo regulado en las leyes 397 de 1997 (Ley General de Cultura), 814 de 2003 (Ley de Cine) y el Decreto 1080 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Cultura).

### **4. Presentación de los miembros y acciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC).**

Asimismo, se llevó a cabo una breve presentación sobre los miembros presentes de vinculados a la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC):

1. Gabriel Ernesto Levy Bravo: Coordinador de contenidos de la CRC.
2. José Fernando Parada Rodríguez: Comisionado de la sesión de contenidos audiovisuales de la CRC, en representación del sector audiovisual.
3. Ernesto Paul Orozco: Comisionado de la sesión de contenidos audiovisuales de la CRC, en representación de la sociedad civil.
4. Mariana Viña: Comisionada de la sesión de contenidos audiovisuales de la CRC, en representación de los canales regionales.
5. Juan Pablo Monge: Asesor de la CRC.
6. Mariana Sarmiento: Coordinadora de relacionamiento con agentes de la CRC.

Gabriel Ernesto Levy realizó una presentación sobre la CRC como órgano nacional de promoción de la competencia, prevención de abusos de posición dominante y regulador de los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones. Esta comisión, subrogada en la anterior Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (Ley 142 de 1994), es una Unidad Administrativa Especial adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cuyas funciones específicas están en la Ley 1341 de 2009.

La presentación se dio en contexto con la ley 1978 de 2019 (Ley de Modernización Sector TIC) que creó, entre otras condiciones, aquellas dirigidas fomentar la inversión privada en el sector TIC; ubicar en el estándar internacional el marco institucional y regulatorio del sector; fortalecer los medios públicos (radio y televisión); facilitar el despliegue de infraestructura de alto costo; e incrementar de recursos para la generación de contenidos multiplataforma de interés público.

## **5. Presentación del estudio realizado por la CRC en 2019 “El Rol de los Servicios OTT en el Sector de las Comunicaciones en Colombia”.**

A continuación, Ernesto Paul Orozco llevó a cabo una presentación del estudio “El Rol de los Servicios OTT en el Sector de las Comunicaciones en Colombia”, cuyo objetivo fue el de “determinar los efectos que este tipo de servicios, conocidos en la literatura especializada como servicios OTT, tienen en el sector de las comunicaciones e identificar las diferentes aproximaciones regulatorias a los desafíos y oportunidades que los mismos han creado en los mercados de comunicaciones en Colombia” (Tomado de [t.ly/F8Zx](https://t.ly/F8Zx) en consulta del 13-09-2020).

La presentación se adjunta como Anexo 1 a esta acta. El texto completo del estudio se encuentra publicado en el siguiente enlace del sitio web de la CRC: [t.ly/F8Zx](https://t.ly/F8Zx)

## **6. Presentación del protocolo para la prevención del acoso en el sector audiovisual por parte del comité del CNACC para el tema.**

Diana Marcela Díaz Soto, representante del CNACC, presentó a los miembros presentes de la CRC el protocolo para la prevención del acoso en el sector audiovisual que viene desarrollándose en los últimos meses a partir de diferentes organizaciones de mujeres y con un comité del CNACC mismo. Este se ha materializado en un decálogo que será socializado con el sector y se transcribe a continuación:

### **DECÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS**

Propuesta de política de prevención del acoso en el sector audiovisual, presentada por las representantes de los productores, los directores y el sector técnico.

El presente documento pretende invitar a las diversas organizaciones e individuos a adoptar una serie de acciones y principios en pro de establecer espacios laborales seguros, dignos y respetuosos para toda la comunidad audiovisual y cinematográfica en Colombia.

1. **RESPECTO.** Exigir un ambiente de respeto en los espacios laborales, lo cual se traduce de forma clara a entender y apropiarse dentro de la interacción entre compañeras y compañeros, la diversidad cultural, étnica, religiosa, de identidad de género, orientación sexual, creencias, pensamientos, entre otras, y de esta manera, interactuar apropiadamente, construyendo relaciones justas y equitativas.
2. **COMUNICACIÓN.** La comunicación debe ser clara y no debe incluir adjetivos, gestos, ni términos con doble sentido que sean discriminatorios, incentiven el acoso, y/o reproduzcan imaginarios o estereotipos culturales y sociales, sin importar la jerarquía.
3. **EQUIDAD.** El reconocimiento laboral está basado en los méritos y profesionalismo promoviendo igualdad de oportunidades y valorando la diferencia.
4. **PARIDAD.** Orientar los procesos de creación y formación para conformar equipos de trabajo equitativos y lograr así una participación incluyente en todas las etapas y roles de los procesos creativos y técnicos del ecosistema audiovisual del país, estableciendo metas y acciones concretas. Se valorará a las personas por sus conocimientos, profesionalismo y capacidades, poniendo especial énfasis en la paridad salarial y promoviendo desde un enfoque diferencial y de género\* la distribución de cargos con tomas de decisiones.
5. **NO ARBITRARIEDAD.** Toda persona vinculada a la industria audiovisual tiene el derecho a celebrar un contrato en donde se especifiquen sus funciones, sus responsabilidades y su remuneración; todo ello de acuerdo con el rol que desempeñará en su entorno laboral. Se evitará toda asignación o distribución de

tareas arbitrarias, abusivas, irrespetuosas o realizadas de manera discriminatoria o por abuso de poder.

6. **CERO TOLERANCIA:** Adoptar una política de cero tolerancia frente a actitudes, palabras, gestos, comportamientos inapropiados, discriminatorios, agresivos u ofensivos y violencias basadas en género\*\* hacia cualquier integrante del equipo de trabajo, sin importar el rol o la jerarquía que desempeñen en el contexto laboral y sus extensiones.
7. **EVITAR HOSTIGAMIENTO:** Impedir y evitar acciones o situaciones en las que se ejerza violencia psicológica directa o indirecta por causa de la identidad de género, orientación sexual, clase social, etnia, aspecto físico, ideologías, cargo jerárquico o cualquier otra característica.
8. **NO ES NO:** Se respetará la palabra y el deseo de las personas. Esto concierne a la facultad de decisión que tienen respecto a su cuerpo y a cualquier relación personal, comportamiento o interacción social. Cualquier conducta o proceder no consensuado será tratado como acoso.
9. **EXTENSIÓN LABORAL:** Conscientes que en el gremio audiovisual las relaciones laborales y académicas se extienden a escenarios sociales como fiestas, mercados, entre otros eventos públicos, el presente decálogo se hace extensivo a estos espacios para generar siempre las garantías de respeto, seguridad y dignidad de las personas.
10. **COMPROMISO.** Las organizaciones, entidades y personas vinculadas al ecosistema audiovisual deberán propender por ambientes seguros, confiables y respetuosos. Será un compromiso conjunto utilizar y apropiar los principios de este decálogo de manera responsable. Se invita a implementar protocolos y rutas de atención, que deben ser socializados, y en los cuales se debe garantizar la confidencialidad y el debido proceso.

### Conceptos clave

\* “El **enfoque de género** está orientado a observar, estudiar y transformar las diferencias culturales, económicas y políticas de mujeres, hombres, y otras identidades de género, que producen desigualdades y se expresan en situaciones de discriminación, violencia, inequidad, barreras de acceso a oportunidades, desequilibrios en la toma de decisiones, y exclusión social. La progresiva incorporación de este enfoque de género, en el ámbito cultural y laboral, emerge de la necesidad de apreciar y valorar la realidad desde una perspectiva de justicia y equidad. Por un lado, intenta controlar los posibles efectos e impactos adversos que dejan a unas u otros en situación de desventaja y por otro, promueve la igualdad de oportunidades con especial énfasis en el fortalecimiento de las capacidades y competencias de las mujeres a través de su empoderamiento como titulares de derechos” Paráfrasis Ministerio de Trabajo (Consultado en línea, 17.07.20)

\* “El **enfoque diferencial** permite visibilizar, identificar, reconocer y transformar las condiciones y situaciones de desigualdad, fragilidad, vulneración, discriminación o exclusión, de personas o grupos humanos que son sujeto de especial protección constitucional, y que requieren de acciones integradas entre el Estado y la ciudadanía en general. A su vez, en consideración al artículo 13 de la Constitución, reconoce la diversidad poblacional como un valor esencial de la Nación. El enfoque diferencial permite comprender que la población colombiana no es uniforme, y promueve la generación de oportunidades en consideración a la pertenencia étnica, la discapacidad, la ruralidad, la identidad de género, la orientación sexual, la edad, el sistema de creencias, entre otras”. Paráfrasis Secretaría de Gobierno de Bogotá (Consultado, 17.07.20)

**Acoso laboral** “se entenderá por acoso laboral toda conducta persistente y demostrable, ejercida sobre un empleado, trabajador por parte de un empleador, un jefe o superior

jerárquico inmediato o mediato, un compañero de trabajo o un subalterno, encaminada a infundir miedo, intimidación, terror y angustia, a causar perjuicio laboral, generar desmotivación en el trabajo, o inducir la renuncia del mismo.” Ley 1010 del 2006, Artículo 2.

**Acoso sexual:** Se define como insinuaciones sexuales inapropiadas, demandas de favores sexuales o cualquier conducta verbal, no verbal o física de naturaleza sexual no deseada la cual se produce en el entorno personal o profesional creando un ambiente hostil y ofensivo.

**Violencia sexual:** Es todo acto sexual, comentarios o insinuaciones sexuales no deseados, o las acciones para comercializar o utilizar de cualquier otro modo la sexualidad de una persona mediante coacción por otra, independientemente de la relación de ésta con la víctima, en cualquier ámbito, incluidos el hogar y el lugar de trabajo.

**Violencias basadas en género:** “corresponden a cualquier acción o conducta que se desarrolle a partir de las relaciones de poder asimétricas basadas en el género, que sobrevaloran lo relacionado con lo masculino y subvaloran lo relacionado con lo femenino. Son un problema de salud pública por las graves afectaciones físicas, mentales y emocionales que sufren las víctimas; por la gravedad y magnitud con la que se presentan y porque se pueden prevenir. Este tipo de violencias se incrementan en algunos contextos o situaciones particulares; por ejemplo, en el caso de niñas y mujeres indígenas o en personas con discapacidad. Particularmente en el conflicto armado, la violencia de género tiene una repercusión mayor en las mujeres, ya que su cuerpo es usado como botín de guerra por parte de los actores armados o porque las lideresas son víctimas de amenazas y de hechos violentos contra su vida y la de su familia. También la situación de conflicto se torna como un factor de riesgo para la aparición o mantenimiento de conductas que generan violencia intrafamiliar y de pareja.”

Ministerio de la Salud. (2010). Visible body: Violencias de género. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/ssr/Paginas/violencias-de-genero.aspx>

## 7. Exploración de posibles acciones conjuntas.

Teniendo como base los contenidos expuestos durante la sesión y una vez discutidas posibles acciones conjuntas entre la CRC y el CNACC, se decidió explorar las siguientes:

- *Difusión:* Desarrollar vías para difundir conjuntamente documentos e iniciativas como, por ejemplo, el decálogo presentado por el CNACC o la investigación de la CRC en OTT. Fortalecer las agendas de divulgación para los procesos y documentos generados por uno y otro.
- *Investigación:* Realizar investigaciones con participación conjunta, en temas que interesen o tengan incidencia tanto en el sector cinematográfico como en el campo de las comunicaciones.
- *Acceso:* Existe una preocupación que tiende a ser común, y es el acceso a personas con limitaciones o en situación de discapacidad. Este es un proyecto que conjuntamente puede tener un impacto más considerable.
- *Legislación:* Se plantea que pueda trabajarse en futuros proyectos de ley o reglamentación a futuro, que puedan aportar a los intereses o líneas de acción de la CRC y el CNACC.
- *OTT:* Continuar analizando el impacto de estas plataformas y trabajar bajo la finalidad última de integrarlas de manera concertada (en cuanto a aportes y su impacto en los procesos) dentro del ecosistema de producción audiovisual.

Partiendo de estas líneas de acción se planteará un plan de trabajo que, en el caso del CNACC será coordinado por Proimágenes, y en el caso de la CRC por Gabriel Ernesto Levy.

#### **8. Propositiones y varios.**

No se presentaron proposiciones y varios en la sesión.

Siendo la 1:32 p.m. del jueves 1° de septiembre de 2020 y no habiendo más puntos por tratar, el Director de Cinematografía ordenó levantar la sesión.

  
**JAIME ANDRÉS TENORIO TASCÓN**  
Presidente

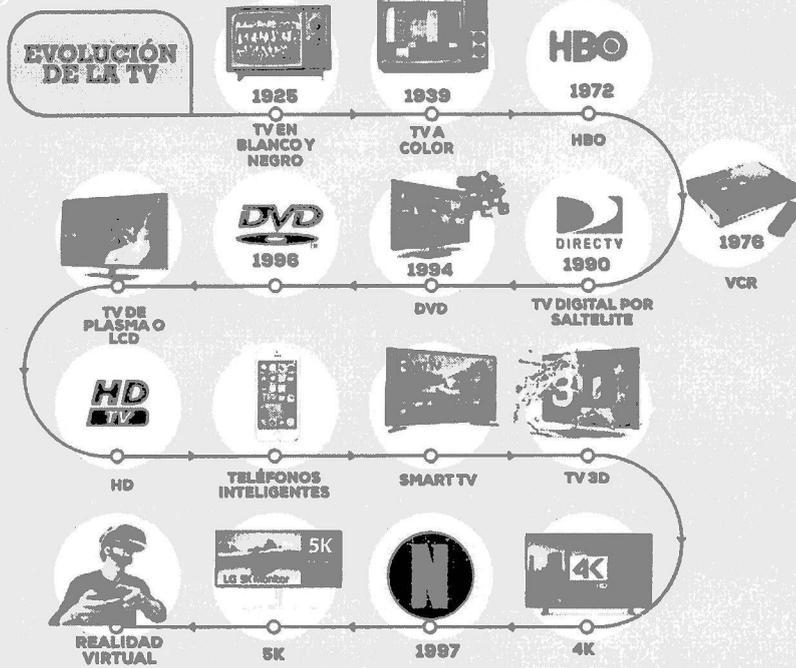
  
**CLAUDIA TRIANA SOTO**  
Secretaría Técnica



# >>>> EL ROL DE LOS SERVICIOS OTT EN COLOMBIA:

Retos de la  
televisión  
frente a la  
transformación  
Digital

@CRCCol /CRCCol /CRCCol CRCCOL



## CONSECUENCIAS DE LA EVOLUCIÓN



**Cord Cutting**



**Derechos Audiovisuales**



**Fusiones y Adquisiciones**



**Boom de Contenidos**



**Cord Shaving**



**Fragmentación Audiovisual**



**Nuevos modelos de negocio**



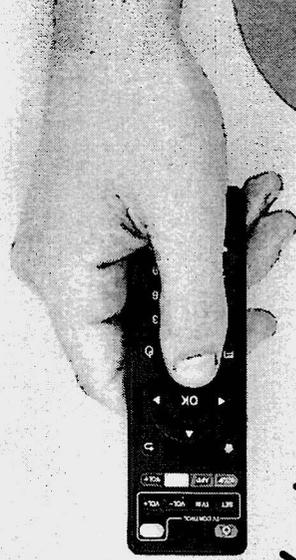
**Compartición de cuentas digitales**

## CONSUMIDOR DIGITAL GLOBAL

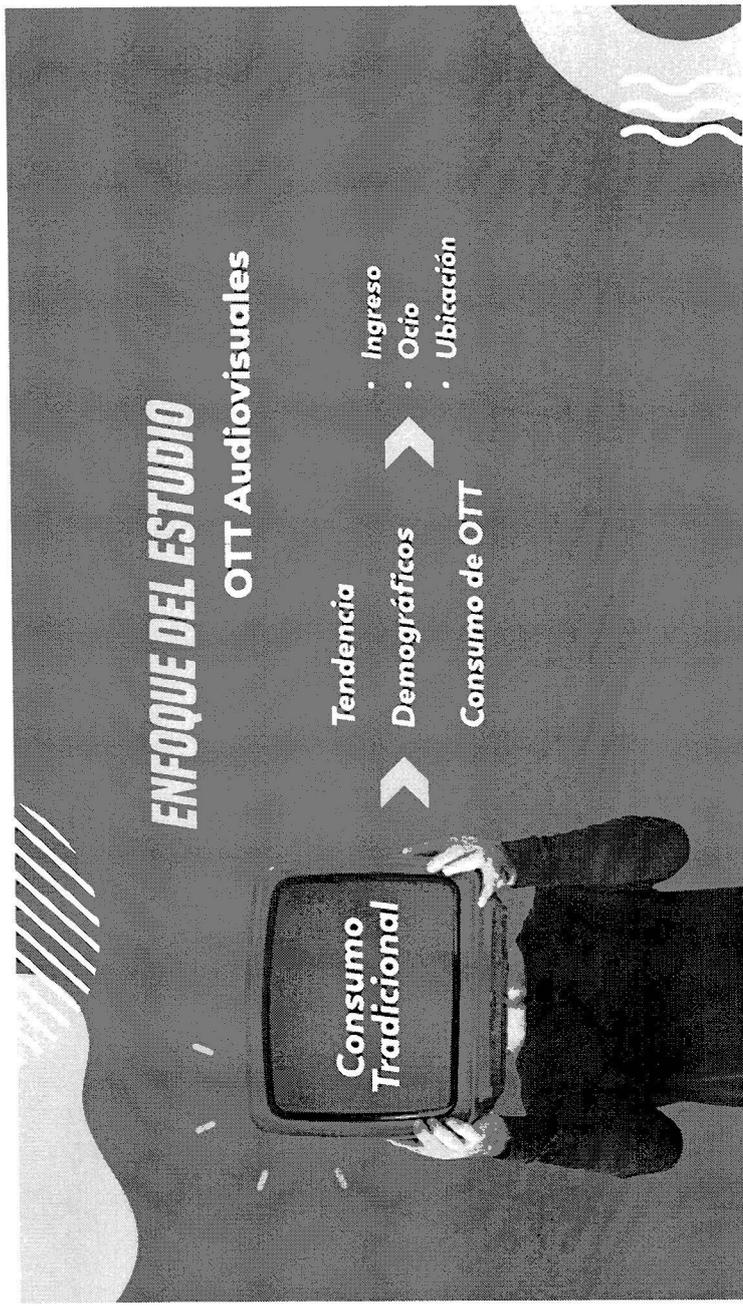
**1** El usuario OTT promedio transmite contenido a través de tres dispositivos y usa tres servicios OTT diferentes

**2** Los usuarios consumen más de dos horas de video a través del celular cada día

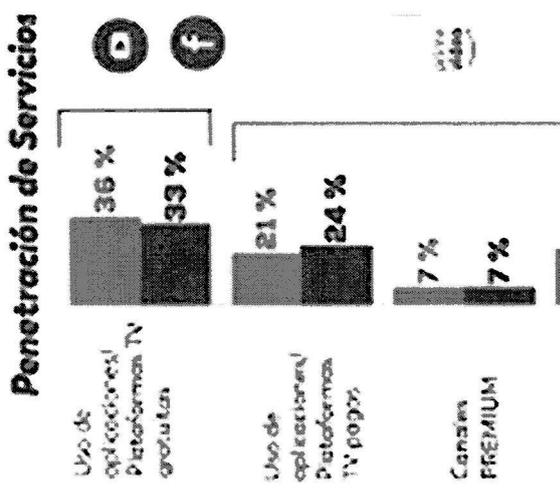
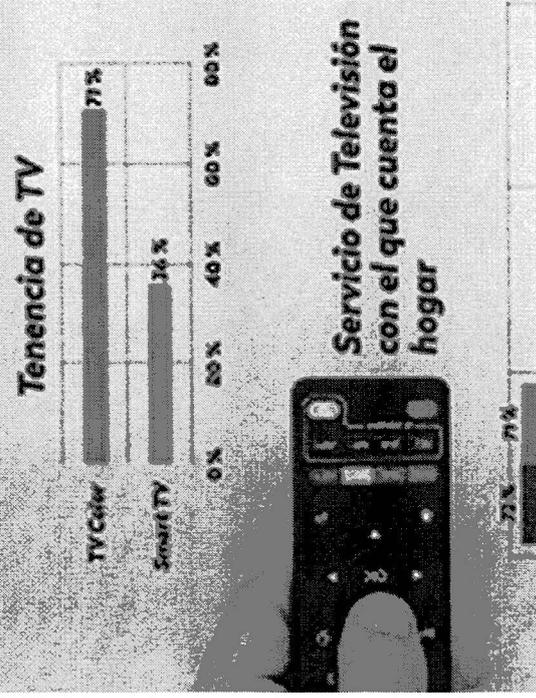
**3** La mayoría de consumidores de OTT prefiere pagar para evitar publicidad en sus aplicaciones



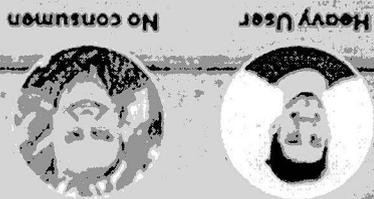
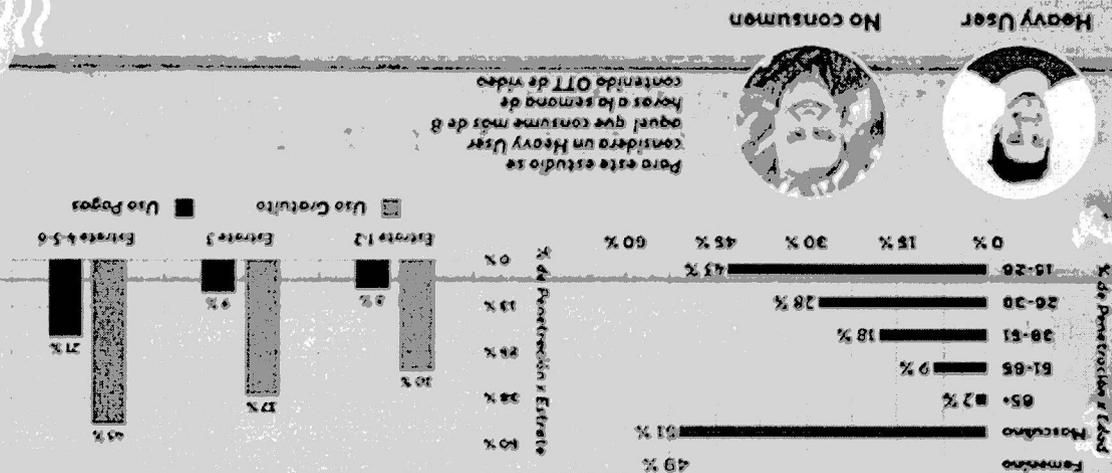
Fuente > OpenX Consumer behavior around OTT video 2020



## HÁBITOS DE USO AUDIOVISUAL EN COLOMBIA

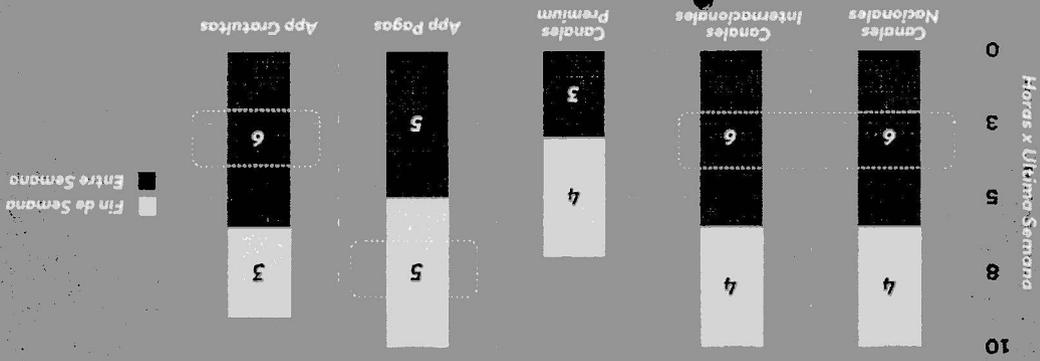


# HÁBITOS DE USO EN COLOMBIA

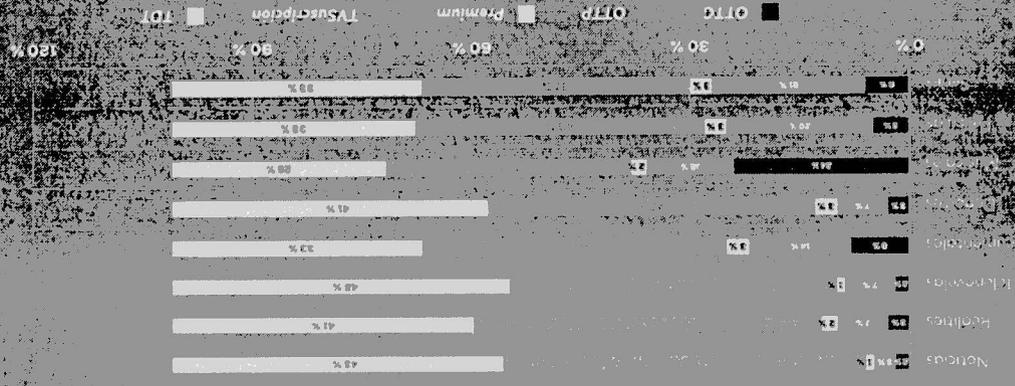


# HÁBITOS DE USO EN COLOMBIA

Los servicios audiovisuales dependen directamente del tiempo de ocio de los usuarios y televidentes.



# ?QUE VEN LOS COLOMBIANOS?



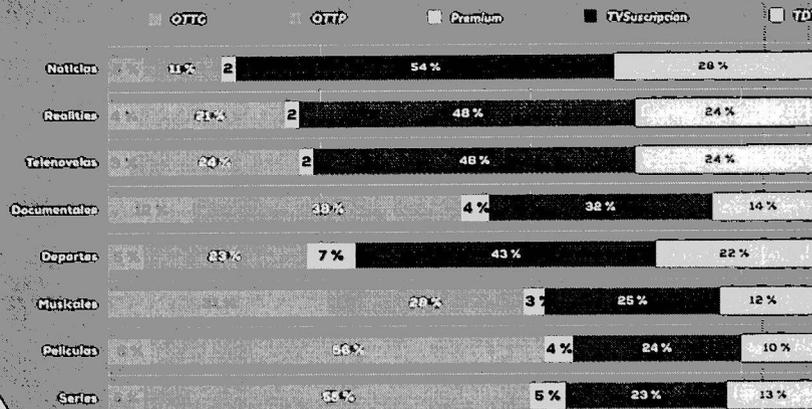
• Los medios tradicionales son los más utilizados para acceder a todo tipo de contenido audiovisual

• El contenido más consumido a través de TDT son las novelas seguido por las noticias

• En la TV por suscripción lo que más se consume por los realities

## ¿QUÉ VEN LOS COLOMBIANOS?

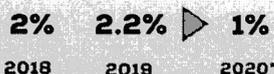
Los usuarios que tienen OTT tienen un patrón de consumo diferente



• En las OTT pagas prevalece el consumo de series, películas y documentales

• Se mantiene que en la TV por suscripción prevalece el consumo de noticias, realities, novelas y deportes.

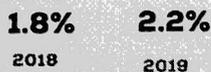
### Cord Cutter en Colombia



\* Proyectado a 2020

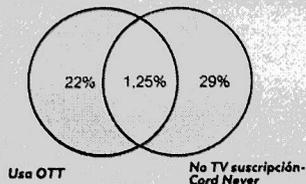
En los últimos 6 meses el 2.2% canceló televisión por suscripción para usar OTT

### Cord Shavers en Colombia



El 2.2% de los hogares con TV por suscripción canceló el servicio de canales premium.

### Cord Nevers en Colombia

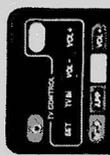


Solo el 1,25% de los encuestados no tienen Tv por suscripción, sin embargo consumen contenidos OTT

Los OTT siguen siendo un complemento al servicio de TV por suscripción

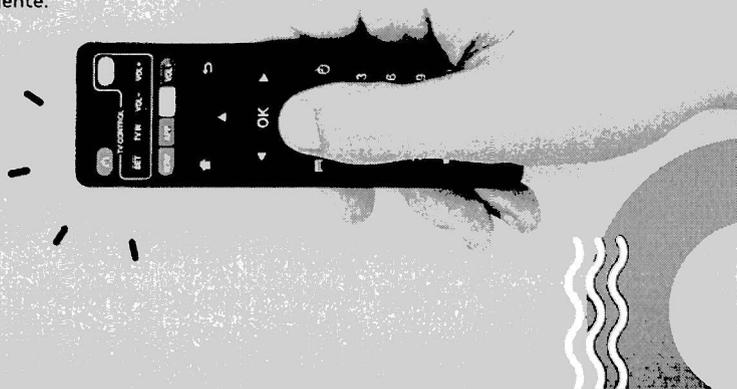
## CONCLUSIONES ESTUDIO CRC

- Se mantiene el nivel de penetración tanto del servicio de Televisión, como de los servicios OTT gratuitos y pagos.
- La mayoría de los colombianos consumen contenidos como: Series, Películas, Musicales, Deportes, Documentales, Telenovelas, Realities y Noticias-, a través de los servicios audiovisuales tradicionales -Premium, TV Suscripción y TDT-.
- Por el contrario, aquellos que usan OTT Pagos y servicios tradicionales de TV, contenidos como Series, Películas, Documentales y Musicales se consumen en una mayor proporción a través de plataformas OTT; específicamente, Series, Películas, y Documentales por medio de OTT pagas, y Musicales a través de OTT gratuitas.
- A su vez, contenidos como Deportes, Telenovelas, Realities y Noticias, aún para aquellos que usan OTT Pagos y servicios tradicionales de TV, su consumo sigue siendo predominante a través de los medios audiovisuales tradicionales.



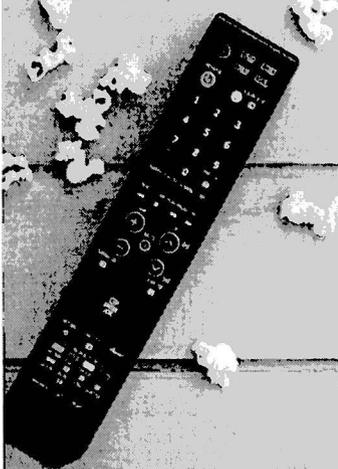
## CONCLUSIONES ESTUDIO CRC

- Un hogar que use OTT de video tiene una mayor probabilidad de suscribirse a TV por suscripción.
- Los Medios Tradicionales y los OTT no compiten en precio, lo hacen por el tiempo de la gente.
- Un hogar que use OTT de video tiene una mayor probabilidad de suscribirse a TV por suscripción Premium, principalmente, en estratos 4, 5 y 6.



## CONCLUSIONES ESTUDIO CRC

- Los Colombianos siguen prefiriendo los servicios audiovisuales tradicionales, por lo cual, los esfuerzos en desarrollo de contenidos nacionales son positivos.
- Con mayor conectividad se impulsará la penetración de los servicios OTT.
- La penetración de TDT creció 3 puntos porcentuales.
- No hay sustitución, por ahora, de medios tradicionales por los OTT, pero se debe seguir de manera atenta el perfil de consumo de los usuarios.



**NUEVO  
ESCENARIO  
COVID-19**



## EL CONSUMIDOR ESTÁ CAMBIANDO...

¿Cómo va a Cambiar la Conducta del Consumidor luego del COVID-19?

Telemedicina  
Salud mental  
Salud física  
Uso de Vitaminas  
Ejercicio al aire libre



Salud



Comprar

Ropa  
Inversiones altas (electrónicos, muebles, bienes raíces)



Finanzas

Ahorro  
Suscripciones  
Pagos sin Contacto  
Apoyo a la comunidad

Comidas Afuera  
Alimentación Sana  
Comidas Frescas  
Apoyo a lo local



Alimentación



El Nuevo Consumidor



Uso de Tecnología

Teleconferencias  
Educación en línea  
Uso de redes sociales  
Conexiones de banda ancha

Vivir cerca del trabajo  
Compra de automóviles



Transporte



Entretenimiento

Reuniones familiares  
Video Streaming TV  
Viajes de vacaciones fuera del país  
Cines y entretenimiento fuera de casa

Fuente: Análisis EY

Teletrabajo

Trabajo

Contratos de trabajo temporales

## UN EJEMPLO CERCANO DEL CAMBIO EN USO DE VIDEO



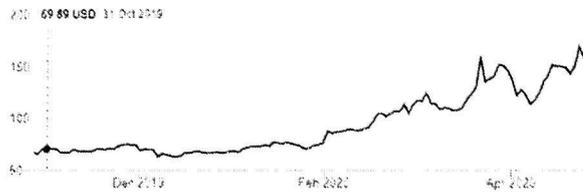
ZOOM PASÓ DE 10 MILLONES DE REUNIONES AL DÍA EN DICIEMBRE A 300 MILLONES DE REUNIONES DIARIAS DURANTE EL COVID19

Zoom Video Communications Inc  
NASDAQ: ZM

+ Follow

164.60 USD +5.80 (3.65%) ↑  
Closed: Apr 27 7:25 PM EST Disclaimer  
After hours: 164.30 -0.30 (-0.18%)

1 day 5 days 1 month 6 months YTD 1 year 5 years Max



Los colombianos están viendo más de 1 hora en promedio al día vs lo que veían antes de empezar el confinamiento. Paso de 4:46 horas a 5:37 horas de consumo diario (KANTAR IBOPE)

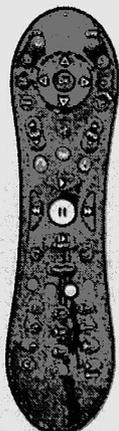
## EL CONSUMIDOR ESTÁ CAMBIANDO...

- En Latam, **5** de cada **10** personas ven más televisión abierta que hace un mes.
- **62 %** de los latinoamericanos ven más contenido digital en plataformas como YouTube que antes de la crisis.
- **67 %** aumentaron el uso de WhatsApp y **61 %** el de Facebook.
- Aumentó en un **80 %** la audiencia de canales públicos durante el aislamiento en Colombia.
- El consumo de TV abierta en Colombia incremento durante la pandemia en un **46 %**

Fuente: Fenalco/Nielsen

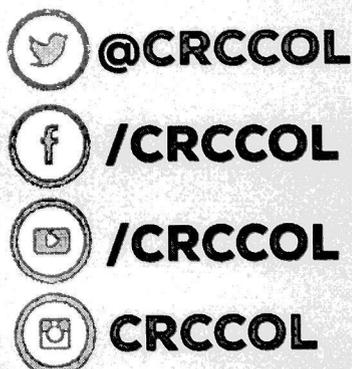


## RETOS DE LA TV FRENTE A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL



- El contenido sigue siendo el rey
- Mantener las audiencias con contenidos innovadores y culturales.
- Alianzas Transnacionales
- La televisión al servicio de la educación
- Actualización tecnológica y de necesidad de nuevos contenidos en los operadores de televisión privados y públicos en Colombia
- Sinergias Gobierno - Sector Audiovisual

## SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



WWW.CRCCOL.GOV.CO

## >>>> EL ROL DE LOS SERVICIOS OTT EN COLOMBIA:

Retos de la televisión frente a la transformación Digital

Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC

@CRCCol /CRCCol /CRCCOL CRCCOL