

# Video a Demanda: ¿El futuro de los medios públicos o una batalla perdida?

Ezequiel A. Rivero

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES / BECARIO DOCTORAL CONICET

[squielrivero@gmail.com](mailto:squielrivero@gmail.com)

## Resumen

En los últimos años diferentes organismos del Estado argentino vinculados al sector audiovisual, incursionaron en el desarrollo de plataformas de video a demanda para la distribución de contenidos en internet, inaugurando un nuevo tipo de servicio público digital.

El ingreso de las fuerzas públicas a un segmento creado y dominado por unas pocas empresas privadas que suministran al mercado global infinita cantidad de productos audiovisuales, plantea interrogantes respecto de la sustentabilidad y rol específico de estas iniciativas estatales.

Este trabajo sitúa las experiencias argentinas como emergentes de la convergencia tecnológica, y las analiza a la luz de los interrogantes políticos y económicos que estos nuevos servicios plantean.

**Palabras clave:** televisión, internet, democratización, convergencia

## Introducción

A comienzos de 2011 se lanzó la primera plataforma de video a demanda (VOD) Over-The-Top (OTT) pública de Argentina y Latinoamérica. Contenidos Digitales Abiertos (CDA), es una plataforma creada por el Ministerio de Planificación de la Nación para alojar los ciclos producidos con fondos estatales que integran el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA). Un año más tarde, la empresa Educar S.E. dependiente del Ministerio de Educación, presentó Conectate.gob.ar, que reúne los programas de sus señales Encuentro, Paka-Paka y DeporTV. A fines de 2015 la empresa estatal de soluciones satelitales ARSAT junto al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) presentaron Odeón, una plataforma que ofrece películas, series y documentales a demanda. Por su parte, Radio y

Televisión Argentina S.E (RTA S.E.) hizo lo propio y lanzó Prisma, una página web que ofrece parte del archivo histórico audiovisual de la empresa.

El surgimiento de estos nuevos servicios digitales se produjo en un momento en que el Estado intervino activamente en el sector de los medios, mediante el dictado de nuevos marcos regulatorios y la creación de nuevas señales públicas.

No obstante, el impulso de la regulación y el interés del Estado por los medios a su cargo hasta fines de 2015, entra en conflicto con las condiciones del mercado global del video a demanda, un terreno con bajas barreras de ingreso, pero altamente competitivo y desafiante incluso para jugadores de gran envergadura.

En su intento por expandir la prestación del servicio audiovisual hacia un nuevo terreno, diferentes empresas estatales y ministerios de Argentina llevan adelante una política, inédita en la región<sup>1</sup>, que alimenta lo que algunos analistas definen como una “ola” de plataformas VOD OTT a nivel global (Grau; 2015).

Contrariamente a la radiodifusión tradicional que se gestó (al menos en el contexto europeo y latinoamericano) como monopolio estatal, los nuevos servicios digitales suponen el ingreso del Estado a un juego creado y liderado por unas pocas empresas privadas que operan a escala global, presentando duras condiciones de competencia.

Ante este escenario, es pertinente la pregunta que formula George Yúdice sobre “cómo abordar lo público cuando lo público está siendo proporcionado por lo privado (...) que parece ofrecer un servicio público e, incluso, hacerlo mejor que cualquier Estado del mundo” (Yúdice en [Wroblewski](#); 2015).

Este trabajo caracteriza las experiencias VOD OTT estatales de Argentina en relación a su diseño institucional y propuestas de contenidos, y las analiza a la luz de los interrogantes políticos y económicos que estos nuevos servicios plantean.

### **Los medios públicos estatales ante la Convergencia**

Si bien es cierto que en América Latina “la gestión de los medios estatales no tuvo misiones ni funciones de medios públicos” (Becerra, 2015: 85), también lo es que desde mediados de los años 2000 los nuevos gobiernos que ascendieron al poder en la región

---

<sup>1</sup>A fines de 2015 no se registraban en Latinoamérica otras plataformas VOD OTT estatales similares a las argentinas. No obstante, el Ministerio de Cultura de Brasil trabajaba en el desarrollo de una plataforma que sería lanzada en la segunda mitad de 2016, mientras que el Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay había declarado de interés la plataforma de VOD ClickVeol!, aunque se trataba de una iniciativa privada.

plantearon de manera coincidente una nueva relación con el sistema de medios que, en el caso de los estatales, redundó en nuevas regulaciones y mayores recursos. Aunque el sesgo gubernamental y los bajos niveles de audiencia permanecen como lazos estables con su tradición, los procesos políticos recientes han recolocado a estos medios en un lugar más significativo.

Este resurgimiento se da en un contexto de convergencia tecnológica entre televisión, internet y los servicios de telecomunicaciones, hecho que representa para los medios públicos estatales el desafío de reconfigurar el tradicional servicio de radiodifusión en nuevos servicios audiovisuales para el ecosistema digital.

No obstante, la extensión de sus operaciones hacia internet supone el desafío competir, no solo con los actores tradicionales del sector privado comercial, sino también con grandes empresas de tecnología que de modo creciente incursionan en la producción y distribución de contenido audiovisual a escala global.

La digitalización modela así un escenario donde existe “un número ilimitado de suministros” (Arriaza Ibarra & Nord en Becerra; 2015) hecho que es aprovechado por los actores privados para plantear una crisis de legitimidad de los medios de gestión estatal en entornos digitales ya que, como explica Mastrini,

“[l]os servicios públicos usaron como justificación de su existencia la escasez de frecuencias y la protección de la diversidad y la identidad cultural. Pero el nuevo entorno digital genera condiciones para la existencia de múltiples operadores en radiodifusión abierta e infinitos a través de Internet” (Mastrini, 2010).

A su vez, el cruce conflictivo entre internet y el ecosistema de los medios audiovisuales supone una serie de transformaciones que afectan el tradicional funcionamiento de toda la cadena de valor. Afirma Jakubowicz que los medios públicos para tener futuro en el nuevo entorno deben “conservar sus características básicas y cambiar significativamente” (Jakubowicz, 2010).

Las primeras reacciones de los medios tradicionales frente a internet oscilaron entre la indiferencia, propia de quien no contempla que una tecnología emergente pueda cuestionar una centralidad de más de 60 años, y los intentos por utilizar el nuevo entorno como medio de promoción institucional, reproduciendo allí la lógica *broadcasting* tradicional.

La consigna de “llegar a todos en cualquier momento” aprovechando de manera integral todas las plataformas digitales, agregando valor y dando forma a servicios adaptados al nuevo contexto, tardó un poco más en ganar centralidad en las estrategias de los medios de

Latinoamérica. Comprendida la idea de que “un ciudadano debería poder acceder a los contenidos producidos por un servicio público incluso después de que éstos hayan sido emitidos” (Arroyo, L. & Becerra, M. et. al. 2012: 102) los medios públicos estatales de la región optimizaron su incursión en internet.

Desde la aparición de YouTube en 2005, fue constante la proliferación de plataformas VOD OTT como soluciones tecnológicas para distribuir video en internet. El fenómeno se apalancó en las mejoras en la banda ancha domiciliaria y formó parte de una nueva “cultura de la red” (Calvi, J.C & Santini R. M.; 2011: 103) que trastocó el orden establecido planteando nuevos desafíos tanto a los *broadcasters*, como a las empresas de telecomunicaciones y organismos reguladores.

### **Servicios VOD OTT: el desafío de la regulación**

Los servicios OTT comprenden contenidos, servicios o aplicaciones que son provistas al usuario final sobre el internet abierto. Esta provisión generalmente ocurre sin que el proveedor de acceso a internet (ISP, en inglés) participe de la distribución o control del servicio. Según esta definición, quedan comprendidas bajo la denominación OTT prestaciones diversas como servicios de voz sobre internet (VoIP, en inglés), plataformas de pago en línea, buscadores, servicios de mail, mensajería instantánea, agregadores de video, redes sociales, y otros<sup>2</sup> (BEREC; 2015: 6).

En este modelo de distribución, proveedores de contenidos y aplicaciones OTT interactúan y mantienen transacciones con usuarios finales, sin la participación de los dueños de la infraestructura de redes que utilizan.

En ciertos casos las prestaciones OTT pueden llegar a sustituir algunos de los servicios electrónicos de los operadores tradicionales. Los servicios VoIP como Skype y los de mensajería instantánea como Whatsapp son algunos de los sustitutos que impactan en la rentabilidad y modelo de negocio de los operadores de redes fijas y móviles.

Un tema central sobre los servicios OTT es su tratamiento regulatorio diferencial con relación a los servicios de telecomunicaciones. Ante la presión por mejoras en la infraestructura de redes, que demanda mayores inversiones, las empresas de telecomunicaciones advierten que sus servicios tradicionales son crecientemente sustituidos por prestaciones OTT que usufrutuan sus redes en condiciones asimétricas. Es decir, mientras los ISP operan bajo

---

<sup>2</sup>De acuerdo con la definición que propone el Organismo Europeo de Reguladores de Comunicaciones Electrónicas (BEREC, en inglés) en su “Reporte sobre Servicios OTT” de octubre de 2015.

licencias, concesiones y autorizaciones estatales que los obligan a cumplir las normas locales, los OTT, por su juventud y naturaleza global, funcionan bajo un marco regulatorio aún impreciso y en vías de desarrollo<sup>3</sup>.

En general los actores del sector tradicional piden “nivelar el campo”, y reclaman que para los mismos servicios se apliquen los mismos criterios regulatorios; no hacerlo generaría distorsiones en el ecosistema y desincentivaría la inversión en redes. No obstante, BEREC, el órgano que reúne a los reguladores europeos de comunicaciones electrónicas, reconoce en su reporte 2015 sobre servicios OTT que, “aunque existe una apreciación general de la idea de que servicios del mismo tipo deberían estar sujetos al mismo marco regulatorio, también puede haber razones para un tratamiento regulatorio diferencial”. El argumento más extendido a favor de esta posición sostiene que aplicar las mismas reglas a empresas “emergentes” de tecnología como Airbnb o Uber frenaría la innovación, pero hay quienes rechazan la idea y afirman que “la innovación no puede ser una herramienta para eludir la regulación” (Bello; 2015).

Como consigna la Unión Internacional de las Telecomunicaciones, “los reguladores no pueden contener la marea de cambios para mantener el status quo”<sup>4</sup>, por el contrario deben buscar el equilibrio en el ecosistema entre innovación, inversiones y competencia.

En Argentina, los servicios de video digital basados en internet no fueron regulados por las normativas actualmente vigentes. Aunque la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 (LSCA) de 2009 recupera la Directiva Europea sobre Audiovisual como fundamento y modelo en algunos de sus tramos (artículos 6, 7, 65 y 77 a 80), y por tanto, la definición de audiovisual podría extenderse hacia aquellas transmisiones que “son como televisión”<sup>5</sup>, lo cierto

---

3 En diferentes países se libran debates referidos al tratamiento y las condiciones de operación de estos servicios. En México, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) fijó en Julio de 2015 que los OTT no se encuentran sujetos al marco regulatorio aplicable a los operadores tradicionales. Sin embargo, el Organismo analizaba qué tipo de regulación impondría a estos nuevos actores. La dificultad radica en que cualquier normativa que incluya al sector, debe permitir el robustecimiento de las redes de los operadores tradicionales sin desalentar la innovación en el sector de los nuevos servicios. En Brasil, el avance de Netflix es visto con preocupación por los empresarios de la TV Paga, quienes buscan que el Gobierno le imponga a estas plataformas mayores cargas impositivas y cuotas de programación local.

4 Regulating ‘Over-the-Top’ Services <http://www.ictregulationtoolkit.org/2.5.1>

5 La Directiva menciona las transmisiones online que “son como televisión”, es decir “(...) que compiten por la misma audiencia que las emisiones de radiodifusión televisiva, y que, habida cuenta de la naturaleza y de los medios de acceso al servicio, el usuario puede tener una expectativa razonable de contar con la protección normativa (...) Sobre esta base (...) el concepto de ‘programa’ debe interpretarse de forma dinámica teniendo en cuenta la evolución de la radiodifusión televisiva”. Directiva Europea sobre Audiovisual.

es que la Normativa en general no se ocupa de la convergencia entre el sector audiovisual, telecomunicaciones e internet.

Por su parte, la Ley 27.078 Argentina Digital sancionada en 2014, se ocupa del escenario resultante de la convergencia tecnológica y ofrece una definición de Servicios TIC<sup>6</sup> que incluiría a las plataformas OTT. Sin embargo, la normativa aclara que estos servicios quedan sujetos “a su marco regulatorio específico” de momento inexistente.

El nuevo gobierno que asumió en diciembre de 2015, dictó una serie de decretos de necesidad y urgencia (DNU) que modifican sustancialmente los marcos normativos que regulan el sector de las comunicaciones. Luego de crear el Ministerio de las Comunicaciones (DNU 13/2015) y transferir a su órbita las principales atribuciones de AFSCA y AFTIC (autoridades federales encargadas de aplicar las leyes Audiovisual y Argentina Digital), el Poder Ejecutivo dispuso la intervención temporal y remoción de los directivos de ambas entidades (DNU 236/2015).

No obstante, fue el Decreto 267/2015 el que introdujo las principales modificaciones. Esta normativa creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom) en reemplazo de las autoridades preexistentes, y dio origen y mandato a una Comisión encargada de elaborar un Proyecto de Ley para la Reforma y Unificación de las leyes 26.522 y 27.078.

El Decreto modifica artículos clave de ambas leyes ya que, entre otras novedades, amplía los límites para la concentración de licencias y extiende sus plazos de explotación, facilita la transferencia de licencias entre empresas y autoriza el ingreso de empresas audiovisuales al sector de las telecomunicaciones. El texto argumenta que el escenario abierto por la convergencia tecnológica vuelve imperativo actualizar los marcos normativos y rediseñar las instituciones que controlan y aplican las leyes del sector para adecuarlas a los nuevos tiempos. Sin embargo, para algunos especialistas se trata más bien de un intento de “restauración” (Becerra; 2016) que busca llevar el estado normativo a la situación previa a la sanción de la LSCA en 2009. La convergencia tecnológica como recurso argumental en el cuerpo Decreto sería un “pretexto” (Bizberge, A. & Califano, B.; 2016) sin demasiado desarrollo ni profundidad toda vez que es entendida como “el mero cruce entre las industrias audiovisual y de telecomunicaciones y no como el advenimiento de una cultura digital que trastoca toda la cadena productiva de comunicación” (Becerra; 2016).

---

<sup>6</sup>[...] el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, como por ejemplo voz, datos, texto, video e imágenes, entre otros”. Ley 27.078, art. 6, inciso g.

No obstante, la regulación de las actividades basadas en tecnologías digitales “no se agota en el estudio de los plexos normativos” (Monje, 2012), sino que incluye otros aspectos como la apropiación de las tecnologías, el comportamiento de los actores económicos del sector y los códigos que condicionan el acceso (Lessing en Becerra; 2015: 21). Así, en lo que sigue, el trabajo se concentra en la formación económica del sector VOD OTT y describe de modo general a sus principales actores, estrategias de posicionamiento, formación de alianzas y rasgos salientes de la actividad.

### **Ecosistema del video a demanda, ¿sin lugar para los débiles?**

La masificación de Netflix en los Estados Unidos a partir del año 2009 alertó a la industria audiovisual tradicional que, desde entonces, ensaya modelos de *streaming* para volcar sus contenidos a la Red<sup>7</sup>. Asimismo, la aparición de ésta y otras nuevas plataformas, alteró el funcionamiento del servicio audiovisual tradicional. Un estudio realizado en noviembre de 2015 sobre 1700 proveedores de TV paga de 31 países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, en inglés) determinó que la irrupción de los OTT está afectando el esquema de precios de la TV Paga. Ante la amenaza del *cord-cutting* (aquellos suscriptores que abandonan la televisión paga y optan por opciones online a demanda), los operadores responden con precios más competitivos y servicios más flexibles (Campbell; 2016).

Aunque su modelo de negocio no está libre de amenazas, Netflix devino paradigmático en materia de video a demanda. Como observa Páez Triviño (2014), este OTT “ha impuesto tendencias tanto en el diseño de los catálogos como en los grados de interactividad y métodos de búsqueda al interior de las interfaces de las plataformas” (2014: 284). A su vez, además de ordenar y facilitar el acceso a un catálogo de títulos, extiende su incumbencia hacia la producción de contenidos originales con los que fortalece su posición al disputar el interés de la audiencia y el reconocimiento de la industria.

Netflix presta servicios en casi todos los países del mundo, a excepción de China, Siria y Corea del Norte, y solo en Estados Unidos tiene unos 40 millones de usuarios, cifra que

---

<sup>7</sup> Distintas cadenas de TV y estudios de los Estados Unidos, entre ellos NBC, FOX y ABC/Disney, operan desde 2007 la plataforma VOD OTT conjunta Hulu. Otras televisoras como CBS o HBO también tienen sus plataformas que comercializan en modalidad independiente o a través de operadores de TV paga según el mercado. Por su parte, Comcast presentó un OTT que ofrece señales lineales a través de internet.

prácticamente duplica la base de abonados de Comcast, el mayor operador de TV Paga no satelital de todo el continente.

Pese a dominar ampliamente el mercado del video digital a demanda, Netflix no está solo. Proveedores de contenido, empresas de televisión paga, fabricantes de dispositivos y otras empresas nativas de internet comenzaron una carrera frenética que, en pocos años, multiplicó por cientos el número de plataformas VOD OTT existentes en el mundo<sup>8</sup>. No obstante, los analistas estiman que, en los mercados desarrollados, este segmento está cerca de la saturación. En Estados Unidos la penetración de YouTube alcanza el 94%, mientras que Netflix llegaría a 71% en los próximos 3 años, quedando ambos con estrecho margen de crecimiento (Juárez; 2015).

Sin embargo, en América Latina, las deficiencias en la infraestructura de banda ancha, los altos niveles de piratería y las complejidades que persisten en algunos países para realizar pagos a través de internet, ralentizaron la adopción de este tipo de servicios y todavía cuentan con amplio margen para crecer, especialmente entre los segmentos de menores ingresos.

### Suscriptores VOD OTT América Latina

(Total por grupo empresarial, Marzo 2015)

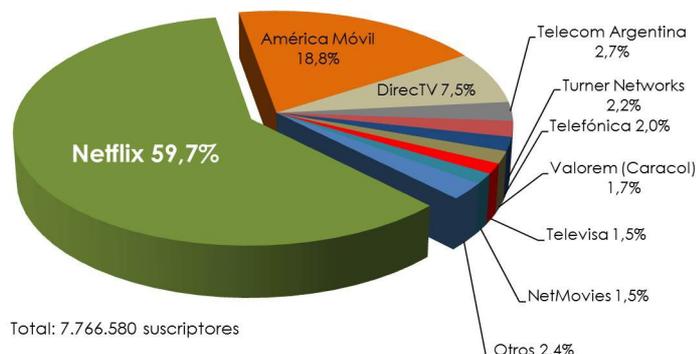


Gráfico 1: Suscriptores VOD OTT en América Latina - Fuente: Dataxis

8A 2015 en Estados Unidos había unas 65 plataformas operativas. En América Latina eran 86 plataformas de 40 grupos económicos distintos, según datos de Dataxis. En el caso Argentino, según la clasificación que plantea Páez Triviño (2014), podrían identificarse tres tipos de servicios VOD OTT según el distribuidor: 1) Servicios OTT-VOD nativos de internet como Netflix, MUBI, VESVI o Qubit.tv; 2) Servicios de TV Everywhere, ofertados por operadores de TV paga a modo de complemento de la suscripción principal, por ejemplo: Cablevisión Play, DirecTVOnDemand, ESPN Play, Fox Play, HBOGO, Movie City Play, HOT GO, Space Play TNT Plus; 3) Servicios Telco-VOD, ofertados por otras empresas de telecomunicaciones como servicios independientes, por ejemplo: OnVideo de Telefónica, Arnet Play de Telecom y Claro Video de América Móvil. A este esquema se suman otras plataformas de contenido "pirata", siendo las iniciativas argentinas Cuevana y Popcorn Time, dos de las más renombradas.

Según estimaba la consultora Dataxis, a marzo de 2015 había en América Latina 7.766.580 suscriptores a servicios VOD OTT. Netflix concentraba casi el 60% del mercado total, seguido de lejos por empresas de la talla de América Móvil y DirecTV. En Argentina, se estima que unos 550 mil hogares pagan por *streaming* de video y se calcula que lo usan 1.300.000 personas, el 45,2% de los cuales elige Netflix.

Las estrategias de integración y formación de alianzas entre diferentes actores aparecían como vías para ganar competitividad en un mercado concentrado. En 2006 las emisoras de televisión abierta de Reino Unido BBC, ITV y Channel 4 intentaron desarrollar una plataforma OTT para ofrecer sus contenidos conjuntamente en internet. El proyecto, denominado Kangaroo, finalmente topó con objeciones del regulador y no pudo concretarse. En 2013, los canales chilenos de TV abierta Mega, 13, Chilevisión y la pública TVN, iniciaron conversaciones para desarrollar una plataforma conjunta de televisión por internet. Estos casos, sumados a otros como Hulu, que nuclea a las *networks* norteamericanas NBC y FOX, con participación de ABC/Disney, y el acuerdo de varias *majors* vinculadas a múltiples sectores que conforman la cadena de valor del video online para realizar una estrategia conjunta (Mann; 2014), son muestra de lo complejo del panorama y evidencian la fragilidad de cualquier estrategia que plantee una disputa en solitario.

En suma, es posible resumir algunos rasgos salientes en el comportamiento de los actores económicos del sector y la forma actual que exhibe este mercado:

- El número de plataformas VOD OTT se multiplicó aceleradamente en los últimos años, y el suministro de contenido es potencialmente infinito. En mercados desarrollados el segmento se acerca a un punto de saturación.
- No obstante, la demanda se concentra mayormente en unos pocos jugadores, siendo Netflix el actor excluyente.
- Las estrategias de integración y formación de alianzas entre diferentes actores aparecían como vías para ganar competitividad.
- Las empresas que lideran este mercado operan a escala global y actúan simultáneamente como plataformas de distribución y como productoras de contenido original.
- La operación de estos servicios genera tensiones con los actores tradicionales del sector de las comunicaciones electrónicas y abre discusiones respecto del marco normativo y esquema impositivo que cabe aplicarles.

Las propuestas de video a demanda del Estado argentino que se analizan a continuación en este trabajo, se inscriben en el escenario descrito en este apartado, por lo que resulta pertinente, y a la vez inquietante, la pregunta que plantea George Yúdice sobre: “cómo abordar lo público cuando lo público está siendo proporcionado por lo privado (...) que parece ofrecer un servicio público e, incluso, hacerlo mejor que cualquier Estado del mundo” (Yúdice en [Wroblewski](#); 2015).

## **Los VOD OTT estatales en Argentina**

### **1. CDA**

La plataforma Contenidos Digitales Abiertos (CDA) se inscribe en el despliegue de la Televisión Digital Terrestre (TDT). Tras adoptar la norma nipona-brasileña ISDB-T en 2009, se diseñó una compleja arquitectura institucional que, con cabecera en el Ministerio de Planificación de la Nación, llevó adelante la implementación de la TDT en sus aspectos técnicos y de contenidos. El Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales, impulsó concursos federales y nacionales que resultaron en la producción de cientos de horas de material audiovisual, principalmente miniserias de entre 8 y 13 capítulos y documentales.

CDA fue ideada como una ventana de exhibición libre y gratuita en internet para estos contenidos, que integran un reservorio denominado Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA).

La plataforma fue lanzada a comienzos de 2012, pocos meses después de la llegada de Netflix a la Argentina. Desde sus inicios el Ministerio de Planificación celebró acuerdos con los fabricantes LG, Sony, Philips y Samsung que incorporaron los contenidos CDA en las ofertas disponibles en algunos de sus modelos *Smart TV*. También se desarrollaron aplicativos para Android y iOS que permiten acceder a los contenidos desde dispositivos móviles. El material se encuentra codificado en alta definición, pero se ofrece un *streaming* adaptativo de menor calidad según las limitaciones del hardware y la conexión de acceso.

En los planes originales, CDA sería compatible con los decodificadores del plan Argentina Conectada para que, quienes accedieran a la Televisión Digital Abierta (TDA), pudieran visualizar estos contenidos desde sus televisores. Además, se integraría con otros proveedores de VOD como OnVideo (Telefónica) y Arnet Play (Telecom), y se crearía una Red

Latinoamericana para el intercambio de contenidos bajo demanda con otros países de la región<sup>9</sup>. No obstante, a 2016 no se reportaban avances sobre aquellos proyectos inaugurales. A comienzos de 2015 la empresa informó que sus contenidos habían superado los seis millones de visualizaciones<sup>10</sup>.

## 2. Conectate

El nacimiento de esta plataforma de video se enmarca en el surgimiento del Canal Encuentro del Ministerio de Educación de la Nación, que comenzó a emitir en marzo 2007. En el Decreto de su creación se indica a la empresa estatal Educar S.E., responsable del proyecto, que entre sus actividades debe incluir el desarrollo de “innovaciones tecnológicas y educativas combinando interactivamente las posibilidades de internet y de la televisión educativa en beneficio de la calidad de la educación argentina” (Decreto 533/2005).

Conectate.gov.ar, plataforma desarrollada y administrada por Educar S.E., reúne contenidos de los canales Encuentro, PakaPaka, DeportTV y el portal educ.ar. Los usuarios pueden optar entre descargar los contenidos en sus computadoras o visualizarlos en *streaming*. El sistema requiere la creación de un usuario y una clave para poder ingresar y acceder gratuitamente al catálogo completo.

En diciembre de 2013 Educar lanzó el aplicativo de Conectate para dispositivos móviles que permite el visionado y descarga de buena parte del catálogo online. Está disponible para los sistemas operativos Android y iOS. El portal Conectate.gov.ar “ofrece una calidad de video 'móvil' optimizada para ser reproducida en redes 3G de telefonía”<sup>11</sup>. Además, como parte de sus políticas de accesibilidad, el aplicativo incluye lenguaje de señas en algunos contenidos para facilitar la inclusión de personas con discapacidad auditiva.

Según puede leerse en los términos de uso de la plataforma, “está prohibida la copia, redistribución, retransmisión, publicación, edición o explotación comercial del material descargado”. Además, el usuario debe abstenerse de “reproducirlos o copiarlos, distribuirlos, permitir el acceso del público a través de cualquier modalidad de comunicación pública”;

---

<sup>9</sup> Estos planes fueron detallados por Alejandro Montalbán, Coordinador de Asistencia a la Producción de CDA, durante la presentación de la plataforma en el evento Patria Grande Conectada que se realizó en marzo de 2012 en Tecnópolis.

<sup>10</sup> El OTT estatal gratuito CDA de Argentina sobrepasó los 6 millones de videos vistos. Consultado en febrero de 2016 en <<http://nextvlatam.com/el-ott-estatal-gratuito-cda-de-argentina-sobrepaso-los-6-millones-de-videos-vistos>>.

<sup>11</sup> ¡Conectate en el celular! Consultado en febrero de 2016 en <[http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Noticias/getDetalle?rec\\_id=121367](http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Noticias/getDetalle?rec_id=121367)>.

restricciones que, aplicadas con rigor, limitarían por ejemplo la exhibición de estos materiales en el contexto escolar, una paradoja siendo que docentes y alumnos son sus principales destinatarios.

Con relación a su vinculación a las demás plataformas OTT del Estado, existen acuerdos puntuales por los que Canal Encuentro cede contenidos a CDA y Odeón, pero no así un vínculo regular ni integración estratégica entre este proyecto y los demás.

### 3. Odeón

A comienzos de 2015, ARSAT, empresa estatal de servicios de telecomunicaciones y el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) suscribieron un convenio para crear una plataforma de video a demanda para la difusión y comercialización de contenidos nacionales, regionales e internacionales. El primero se encargó de los aspectos técnicos y la comercialización, y el segundo de la gestión de derechos, el diseño gráfico y la estrategia de comunicación.

El servicio, bautizado con el nombre de Odeón, demandó una inversión inicial de 31 millones de pesos por parte del INCAA y de más de tres millones de pesos en desarrollo tecnológico por parte de ARSAT. Odeón está disponible en múltiples dispositivos dentro de la República Argentina, y a futuro también en países de la región según lo permitan los derechos de distribución. La plataforma comenzó a operar a fin de noviembre de 2015 y, según cifras publicadas por ARSAT, en sus primeros dos meses alcanzó los 300 mil usuarios registrados<sup>12</sup>.

Aunque no se trata del “primer servicio de Video a Demanda de contenidos nacionales” tal como se anuncia en algunas piezas de difusión<sup>13</sup>, sí es el primero en proponer un modelo de distribución integrador donde confluyen contenidos originales de las demás plataformas estatales que, hasta antes de su aparición, funcionaban como proyectos independientes con escasos puntos de contacto. Por el contrario, en Odeón convergen contenidos gratuitos de CDA (BACUA), Conectate (Educar S.E.) y Prisma (RTA, S.E.).

Además de los contenidos gratuitos, en el corto plazo se sumarán las modalidades transaccional y por suscripción, e incluso el acceso a contenidos específicos mediante la reproducción de publicidad.

---

<sup>12</sup>Ya somos 300 mil. Consultado en febrero de 2016 en <https://twitter.com/OdeonVOD/status/6917878783938564>.

<sup>13</sup>Spot de presentación de Odeón. Consultado en febrero de 2016 en <https://www.youtube.com/watch?v=jhAI9Rx8MD8>.

#### 4. *Prisma*

Los primeros pasos para digitalizar el extenso Archivo Histórico de RTA. S.E y detener su deterioro, comenzaron en 2008 cuando el entonces Sistema Nacional de Medios Públicos firmó un acuerdo de cooperación con el Instituto Nacional del Audiovisual de la República Francesa (INA) mediante el cual este organismo aportaría su experiencia en la materia y dictaría capacitaciones sobre inventariado, almacenamiento, restauración y explotación. Las tareas de digitalización comenzaron en 2010, y en 2013 el Poder Ejecutivo creó mediante Decreto 378/2013, el Archivo Histórico de los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional, al que encomendó la “administración y conservación de todos los registros sonoros, documentales, videográficos y cinematográficos actualmente existentes” en las dependencias de RTA S.E.

El Decreto indica que la empresa estatal integrada por Canal 7 y Radio Nacional, deberá “posibilitar el acceso universal a los registros en calidad no *broadcasting* y de baja definición”.

El material digitalizado se organizó en un portal llamado Prisma que fue lanzado a fines de 2015. Prisma permite acceder a una cantidad creciente de contenidos del Archivo Histórico de RTA, pero también a otros provenientes del Archivo General de la Nación y la Biblioteca Nacional. El archivo de Canal 7 se compone de más de 55 mil horas de contenido registradas desde 1956; la mayor parte corresponde a eventos artísticos y deportivo y el resto a noticias.

El material se encuentra alojado en los servidores de YouTube desde donde se realiza la reproducción. Este hecho extingue la posibilidad de ampliar el acceso al contenido más allá de su visionado *online* e impide, por ejemplo, habilitar opciones de descarga directa u otras no contempladas por la plataforma. La posibilidad de un acceso directo al contenido público sin la mediación de la institución televisiva, se obtura cuando un nuevo intermediario toma el relevo en un proceso de “neointermediación” (Jakubowicz; 2006).

En el proyecto original se preveía un esquema de “catalogación colectiva”, en el que RTA S.E. se ocuparía de realizar una primera clasificación, para luego sumar a diferentes instituciones del sistema educativo, e incluso a la ciudadanía en su conjunto, quienes aportarían datos y conocimientos sobre los hechos de la historia reflejados en los archivos. Sin embargo, no fue posible sortear las barreras tecnológicas que supone llevar este proyecto a la práctica, dado que, al colocar el contenido en manos de un tercero, “la operabilidad de dicho producto escapa de las manos de la empresa productora”. (Puente, S. & Arias, F.; 2013: 94).

## Desafíos y perspectivas

La imagen audiovisual tiende a la ubicuidad y se multiplican las opciones de visionado de contenidos fuera de la televisión. Ante la diversificación de pantallas, cobra sentido la diversificación de las inversiones públicas en el sector audiovisual (de Moragas y Prado, 2010).

No obstante, la incursión del Estado en un terreno como internet abre tensiones con las fuerzas del mercado ya que, desde su óptica, "(...) los proveedores privados son capaces de ofertar contenidos lo suficientemente diversos y plurales" con lo cual las operaciones con dinero del Estado son vistas como una forma de competencia desleal (Miguel de Bustos, 2010).

Contrariamente a la radiodifusión tradicional que se gestó, en el contexto latinoamericano, como monopolio estatal, los nuevos servicios digitales suponen el ingreso del Estado a un juego creado y dominado por unas pocas empresas privadas que operan a escala global. Estas empresas ofrecen prestaciones de alta calidad e imponen los estándares de funcionamiento del sector, presentando duras condiciones de competencia.

La integración y formación de alianzas amplias entre diferentes actores aparecerían como estrategias para ganar competitividad en un mercado concentrado. No obstante, en los casos analizados, las conexiones institucionales entre las diferentes experiencias eran incipientes.

Los recientes cambios en la conducción del Estado introducen un factor de incertidumbre adicional respecto de la centralidad que tendrán estos proyectos de expansión del sector público en internet. No obstante, la coordinación y armonización hacia el interior de la oferta pública estatal de video a demanda se plantea como una vía, no solo para optimizar recursos tecnológicos, humanos y de contenidos, sino también como requisito para diseñar una propuesta sustentable en un segmento atomizado pero sin lugar para los débiles.

## Bibliografía

- AA.VV. (2015). "Report on OTT services". Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC). [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <[http://berec.europa.eu/eng/document\\_register/subject\\_matter/berec/download/0/5431-draft-berec-report-on-ott-services\\_0.pdf](http://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/download/0/5431-draft-berec-report-on-ott-services_0.pdf)>.
- AA.VV. (2015). "Regulating 'Over-the-Top' Services". Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.ictregulationtoolkit.org/2.5.1>>.
- AA.VV. (2010). "Directiva Europea de servicios de comunicación audiovisual". Parlamento Europeo y Consejo de Europa. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=ES>>.

- Arroyo, L. et al. (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Tecnos.
- Becerra, M. (2016) "Restauración". *Blog del autor*. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<https://martinbecerra.wordpress.com/2016/01/14/restauracion/>>.
- Becerra, M. (2015). *De la Concentración a la Convergencia. Políticas de Medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós
- Bello, P. (2015). "Actualidad y desafíos de la industria en Servicios de Comunicaciones". Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASJET). [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <[https://docs.google.com/presentation/d/1wcQdhwr4GrkjVRbAW2limrqm3PmiCDB6-TfddZfVj1M/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.gea62a42d4\\_0\\_1152](https://docs.google.com/presentation/d/1wcQdhwr4GrkjVRbAW2limrqm3PmiCDB6-TfddZfVj1M/pub?start=false&loop=false&delayms=3000&slide=id.gea62a42d4_0_1152)>.
- Bizberge, A. & Califano, B. (2016). "El pretexto de la convergencia". *Diario Página/12*. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-289663-2016-01-06.html>>.
- Calvi, J.C & Santini R.M. (2011) "La Cultura de Internet" en Álvarez Monzoncillo J. coord. (2011) *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Madrid. Fundación Telefónica.
- Campbell, T. (2016). "Report: OTT affecting pay-TV pricing". *IPTV News*. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en < en <http://www.iptv-news.com/2016/02/report-ott-affecting-pay-tv-pricing/>>.
- De Moragas, M. & Prado, E. (2010) *Repensar la televisión pública en el contexto digital*. Universitat Autònoma de Barcelona. [en línea] Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.portalcomunicacion.com/both/opc/tvp.pdf>>.
- Jakubowicz, K. (2010). El futuro de los medios públicos, *Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación*, vol. 3-4, junio-diciembre de 2010, pp. 221-238, Madrid, España.
- Jakubowicz, K. (2006). *PSB: the Beginning of the end or a new Beginning in the 21st Century*. RIPE pp.14 y ss. [en línea] Consultado en febrero de 2016 <[http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/Jakubowicz\\_KeynotePaper.pdf](http://ripeat.org/wp-content/uploads/2010/03/Jakubowicz_KeynotePaper.pdf)>.
- Juárez, L. (2015). "Servicios OTT están cerca de la saturación en Estados Unidos". *Media Telecom*. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/noticias/item/98199-servicios-ott-est%C3%A1n-cerca-de-la-saturaci%C3%B3n-en-estados-unidos>>.
- Grau, B. (2015). "Telecom and Media. How to ride the OTT wave". Arthur D. Little Consulting. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <[http://www.adlittle.com/downloads/tx\\_adlreports/ADL-ExaneBNPParibas\\_2015\\_TelcoMediaOtt\\_ExecSum.pdf](http://www.adlittle.com/downloads/tx_adlreports/ADL-ExaneBNPParibas_2015_TelcoMediaOtt_ExecSum.pdf)>.
- Mann, C. (2014). "Industry majors form Streaming Video Alliance". *Advanced Television*. [en línea]. Consultado en diciembre de 2015 en <<http://advanced-television.com/2014/11/14/industry-majors-form-streaming-video-alliance>>.

- Mastrini, G. (2010). Medios públicos y derecho a la comunicación: una aproximación desde América Latina. *Lecciones del Portal*. [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://portaldecomunicacion.com>>.
- Miguel Bustos, J. C (2010). *De la radiotelevisión pública a Internet, la adaptación de las autonómicas y sus contenidos al entorno digital*. Universidad del País Vasco. [en línea] Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.aecpa.es/congresos/10/ponencias/272/>>.
- Monje, D. (2012). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Tesis doctoral. Depósito realizado en el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SeDiCI) Repositorio Institucional de la Univ. de La Plata. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10915/26307>
- Paez Triviño, M.A (2014). VOD: la televisión sin programación y multipantalla. Aproximación al estudio de los servicios de video bajo demanda en la Argentina. En Benasayag, A. et.al *Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación: ENACOM 2014*, pp. 279-285, Guaymallén: UMAZA. [en línea] Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.umaza.edu.ar/archivos/file/ENACOMDigital.pdf>>.
- Puente, S. & Arias F. (2013). *Convergencia y Nuevos Contenidos Audiovisuales. Estrategias desarrolladas y resultados obtenidos por las productoras de contenidos en la Ciudad de Buenos Aires*. EdunTref. Universidad Tres de Febrero.
- [Wroblewski](#), K. (2015). "Internet en manos de sectores privados hoy está disputando el poder a los Estados. Entrevista a George Yúdice". *Diario La Nación* [en línea]. Consultado en febrero de 2016 en <<http://www.lanacion.com.ar/1792906-internet-hoy-esta-disputando-el-poder-a-los-estados>>.

## Regulación

Decreto 267/2015: Creación del Ente Nacional de Comunicaciones. [Modificación Ley 26.522 y 27.078](#).

[Decreto 236/2015: Intervención AFSCA – AFTIC](#)

Decreto 13/2015: Ministerio de Comunicaciones

Decreto 378/2013: Archivo Histórico de Los Servicios de Radiodifusión Sonora y Televisiva del Estado Nacional

Decreto 533/2005: Programas de Televisión Educativa y Multimediales

Ley 27.078/2014: Argentina Digital

Ley 26.522/2009: Servicios de Comunicación Audiovisual

Ley 26.206/2006: Nacional de Educación

Artículo recibido el 1-3-2016 | Aceptado el 12-9-2016 | Publicado 25-11-2016

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/>  
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

