

Anexo del Informe de actividades del Grupo de Trabajo sobre Servicios OTT de Audiovisual de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI)

Acercamiento a operadores OTT de contenidos audiovisuales

A. Introducción

La [Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica](#) (PRAI) es la agrupación de autoridades independientes de regulación de la comunicación audiovisual iberoamericana que tiene por objeto el intercambio eficaz de información y experiencias entre sus miembros sobre materias relacionadas con el sector audiovisual, así como establecer vías de colaboración y cooperación en el desarrollo de su función.

Entre los Grupos de Trabajo previstos por el [Plan Estratégico 2023-2024](#) de la Plataforma, se encuentra el Grupo de Trabajo sobre “Servicios OTT de Audiovisual”, el cual es co-liderado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones de México (IFT), y cuenta con la participación del Ente Nacional de Comunicaciones de Argentina (ENACOM), el Consell del Audiovisual de Cataluña (CAC) y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España (CNMC).

El Grupo de Trabajo tuvo como objetivo durante el período 2023-2024: **i.** dar seguimiento a las actividades del Grupo de Trabajo en periodos anteriores, a través de la actualización de la información obtenida mediante los levantamientos de información llevados a cabo respecto de la regulación de los servicios OTT en Iberoamérica; **ii.** definir mecanismos de acercamiento con operadores de plataformas OTT a fin de conocer su perspectiva sobre la situación actual de dichos servicios desde los ámbitos tecnológico, de mercado y regulatorio, así como **iii.** generar un diálogo entre reguladores, operadores OTT y sociedad civil, sobre las dinámicas de consumo y el panorama regulatorio de los servicios audiovisuales *online*.

En relación con los objetivos relativos a definir mecanismos de acercamiento con operadores de servicios OTT de contenidos audiovisuales de la región, con la finalidad de conocer su perspectiva sobre la situación actual de los mencionados servicios desde los ámbitos tecnológico, de mercado y regulatorio, así como generar un diálogo entre reguladores, operadores OTT y sociedad civil, sobre las dinámicas de consumo y el panorama regulatorio de los servicios audiovisuales *online*, el Grupo de Trabajo invitó a representantes de operadores OTT a participar en diversas actividades organizadas por el propio Grupo de Trabajo, así como por sus miembros.

En ese sentido, a continuación se hace una breve relatoría de los principales temas abordados por los operadores en el marco de los acercamientos sostenidos.

I. Jornada abierta “Evolución, consumo y nuevas tenencias de las OTT de servicios audiovisuales”¹

El Grupo de Trabajo organizó el 25 de abril de 2024 una Jornada Abierta en el marco de la Plataforma, la cual se tituló “Evolución, consumo y nuevas tenencias de las OTT de servicios audiovisuales”, y tuvo como objetivo conocer los resultados de estudios realizados por algunos reguladores de la región iberoamericana en materia de servicios OTT, así como la perspectiva de prestadores de dichos servicios sobre los ámbitos tecnológico y de mercado, y sobre el futuro y evolución de las plataformas OTT.

La Jornada Abierta contó con la participación de representantes de la plataforma **Roku México**, así como de la plataforma pública barcelonesa **La Xarxa+**, quienes aportaron su perspectiva como proveedores de los servicios de referencia.

Asimismo, participaron representantes del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) y de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC).

• Participación de la plataforma Roku México

En su participación, Fabiola García Salgado, representante de Roku México, refirió que Roku es un proveedor que alberga contenido streaming, Suscripción video-on-demand (SVOD), Advertising-based Video-on-Demand (AVOD) y Free, ad supported streaming televisión (FAST) en una sola plataforma, cuya incursión en el mercado OTT se da a través de tres puntos: i) introducir al mercado sus dispositivos generando una base de consumo; ii) una paulatina monetización a partir de oferta de contenidos y, iii) mediante la aplicación Roku Channel en la que cuenta con acceso a canales que son gratuitos.

Sobre el panorama de consumo, la representante de Roku México señaló que de acuerdo a los datos arrojados por los estudios realizados en conjunto con Comscore, se observó un crecimiento de la *Connected Television* (CTV) en América Latina y México y contrastó las dinámicas de consumo en la región. En este sentido, la representante de Roku México resaltó como las plataformas OTT en el mercado han evolucionado y se han adaptado para ofrecer una cada vez mayor diversidad de servicios.

Respecto al tema de la aplicación de regulaciones para las plataformas OTT, la representante de Roku México señaló que el servicio brindado por tal operador se adapta a la regulación de cada mercado, aplicando en su plataforma algunos parámetros de regulación dirigidos a los medios tradicionales, por ejemplo, la clasificación de contenidos o avisos sobre el tipo de contenido.

• Participación de la plataforma La Xarxa+

¹ La grabación de la Jornada Abierta se encuentra en el portal de la PRAI en el enlace: <https://prai.tv/>

Por su parte, Miquel Herrada, representante de La Xarxa+ señaló que dicha plataforma es una empresa pública de Barcelona, con soporte de los medios de comunicación audiovisuales locales en Cataluña².

Asimismo, refirió que se trata de una plataforma OTT bajo registro, gratuita, que alberga las emisiones en directo de operadoras de Cataluña, y que cuenta con un catálogo amplio de contenido bajo demanda organizado temáticamente en canales verticales.

Por otra parte, el representante de La Xarxa+ refirió que la plataforma está concebida para ayudar a las televisiones locales y permite que una única plataforma albergue diferentes plataformas, ya que desde el punto de vista de eficiencia económica, ciertos canales locales no tienen la posibilidad de desarrollar su propia OTT, lo que ha permitido a los medios locales conectar con nuevos públicos o audiencias, así como ayudar a que las televisiones locales obtengan la transformación digital necesaria para evolucionar de la Televisión Digital Terrestre (TDT) a un modo de distribución alternativo de consumo no lineal en TDT, encontrando contenidos audiovisuales en internet.

Por otro lado, mencionó que la Xarxa+ cuenta con una proyección a 2031 para seguir expandiéndose.

- **Participación del Consejo Audiovisual de Cataluña**

Mónica Durán Ruiz, responsable de relaciones internacionales del CAC y Secretaria Ejecutiva de la PRAI, refirió en su participación diversos instrumentos en los que se publican resultados de estudios y análisis sobre el entorno audiovisual en Cataluña.

Entre dichos estudios, se refirió especialmente al **Boletín de información sobre el audiovisual de Cataluña**,³ el cual contiene, entre otros, la publicación periódica de un estudio cuatrimestral basado en los datos obtenidos de una encuesta cuatrimestral denominada "Estudio general de medios", relativa a datos de penetración del audiovisual de Cataluña, sobre hábitos de consumo, suscripciones a plataformas TV IPTV, suscripciones de servicios OTT de pago, entre otros datos con menor periodicidad como el uso de plataformas y sobre consumo de contenidos de audio.

En ese sentido, la representante del CAC resaltó que algunos resultados reflejan que las nuevas generaciones prefieren el consumo de contenidos mediante el uso de plataformas audiovisuales, de donde surge la pregunta sobre la tendencia a una posible desaparición del consumo de contenidos a través de medios de comunicación tradicionales.

² Dentro de la Xarxa operan 55 televisoras locales y 148 emisoras de radio, cada una mantiene su estructura de propiedad, es decir, son estaciones de titularidad pública o privadas cuyos titulares son compañías o empresas.

³ Los diversos números del Boletín se pueden descargar en el enlace: <https://www.cac.cat/es/acords-recerca/biac-%28-informes-del-sector-quadrimestrals-%29>

- **Participación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia**

Por su parte, el Comisionado Sadi Contreras, de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia presentó el estudio "Rol de los Servicios OTT en el Sector de las Comunicaciones de Colombia"⁴, el cual se alimenta de datos obtenidos de encuestas realizadas en el segundo semestre del 2023, con la finalidad de medir hábitos y consumo, tenencia y uso desde el lado de la demanda y puedan allegarse de información sobre la relación entre los servicios de telecomunicaciones tradicionales y las OTT, como un insumo para la toma de decisiones regulatorias.

Entre los resultados que refirió el Comisionado Sadi, destacó que cerca del 100% de las personas reportaron tener al menos un televisor, ya sea Smart TV o televisor básico, siendo este el equipo de mayor penetración en los hogares colombianos; asimismo, 4 de cada 10 colombianos manifestaron acceder a alguna plataforma de contenido audiovisual; siendo la plataforma líder Netflix, la cual fue mencionada por el 46% de los usuarios, seguida por las plataformas YouTube, Amazon Prime y Disney+ con el 10% respectivamente.

Asimismo, señaló que, independientemente de la señal de acceso, se consumen noticias y telenovelas a través de señales analógica y digital, así como películas y series a través de plataformas OTT, por lo que no existe en Colombia una tendencia al reemplazo del uso de las OTT respecto de los medios de comunicación tradicionales.

II. Seminario Internacional de Mercados y Regulación Audiovisual (SIMRA)⁵

El Seminario se llevó a cabo los días 25 y 26 de junio de 2024 en la sede del Instituto Federal de Telecomunicaciones de México (IFT), y tuvo por objeto constituir una plataforma de intercambio de conocimientos y experiencias que enriquezca la comprensión de la evolución del ecosistema mediático y su impacto en la sociedad y la cultura contemporánea.

Durante el desarrollo del Seminario, se compartieron experiencias y perspectivas sobre la evolución del actual ecosistema mediático, los retos regulatorios de la industria audiovisual en línea, acerca de la Inteligencia Artificial (IA) en los medios y contenidos audiovisuales en Internet y su impacto en los modelos de negocio, la evolución de las OTT audiovisuales desde la perspectiva del mercado, y los principios y reglas de protección de usuarios y audiencias de estos servicios, entre otros tópicos.

⁴ Disponible en el enlace: <https://www.crcom.gov.co/es/noticias/comunicado-prensa/crc-presenta-estudio-sobre-uso-servicios-over-top-permite-conocer-las#:~:text=Los%20servicios%20Over%20The%20Top,y%20Disney%20Plus%2C%20entre%20otras>.

⁵ Las grabaciones del Seminario se encuentran en el canal de YouTube del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en el enlace: <https://www.youtube.com/@IFTmx>; especialmente en el enlace: https://www.youtube.com/watch?v=h97Y1us0_js.

Como parte de los retos regulatorios de los servicios OTT, se destacó lo que significa regular el nuevo entorno digital, debiendo ser afrontado desde dos enfoques que deben conciliarse, por un lado, la protección de las audiencias y por el otro el fortalecimiento de las plataformas digitales. El objetivo que se planteó es lograr servicios con calidad en los contenidos, que respeten y garanticen los principios de diversidad, pluralidad, de audiencias y de grupos vulnerables que abarcan niñas, niños y adolescencias, creando así un entorno digital seguro, así como buscar la protección, sin olvidar el crecimiento económico.

Desde un panorama económico, se expuso que una intervención regulatoria debe tener una justificación, en este caso de una falla de mercado y así corregir el problema existente, siempre sin buscar generar costos negativos que puedan afectar a participantes dentro del mismo mercado y a la diversidad de los servicios OTT.

Se señaló que la experiencia internacional es un elemento vital para poder replicar lo que ha servido en otros países y aprender de aquellos casos donde no han tenido éxito, entendiendo que la regulación no debe significar una barrera a la libre competencia, en detrimento de libre competencia, necesitando un estudio extenso dado que puede afectar no sólo a las audiencias sino también a los participantes del mercado.

Igualmente, se refirió que se requiere un diálogo en conjunto, buscando la protección efectiva a través de políticas de prevención que engloben y protejan a las audiencias de manera incluyente, previendo a las infancias y audiencias vulnerables.

Asimismo, el Titular de la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones de México, realizó la presentación titulada "La evolución de la oferta de contenidos y plataformas", la cual obra adjunta al presente Anexo y fue elaborado con el objetivo de compartir y analizar información respecto de la oferta del contenido audiovisual en las plataformas OTT de video en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Estados Unidos, México y Uruguay.

En el marco del Seminario se llevó a cabo el Conversatorio "Evolución de las OTT audiovisuales, la perspectiva desde el mercado", en el cual participaron las plataformas OTT Dailymotion y Roku México.

- **Participación de la plataforma Dailymotion**

La representante de Dailymotion, Erika Aupart, mencionó que su plataforma es conocida como "el YouTube francés", y se trata de una iniciativa del gobierno francés que creció en el mercado europeo con una visión y acercamiento hacia el usuario final, que proporciona herramientas y tecnología a personas o instituciones que quieran tener un canal o administrar su biblioteca en video.

Asimismo, refirió que cuenta con contenido gratuito y prevé políticas de

autorregulación; en donde los usuarios deben calificar el contenido, señalando si es apto para infancias y se consideran abiertos a todo público.

Igualmente señaló que en materia de regulación de publicidad Dailymotion se encuentra alineado a nivel internacional a ciertas directrices que cuidan tanto al anunciante, como a la audiencia; se adapta a las regulaciones de acuerdo a las necesidades del creador de contenido.

Con respecto a la regulación de las OTT, resaltó que estas plataformas tienen que trabajar de manera conjunta con los reguladores a efecto de que estos entiendan el ecosistema y así determinar qué se puede regular y qué no, manifestando su apertura para trabajar de la mano de los reguladores a efecto de transmitirles el conocimiento respecto al funcionamiento de la plataforma, así como los requisitos para abrir un canal, mediante talleres, conversatorios y/o mesas de trabajo.

- **Participación de Roku México**

Por su parte, Fabiola García, representante de Roku México, mencionó que, si bien es cierto no existen regulaciones que impongan exigencias a sus contenidos, esta plataforma se autorregula ya que el compromiso lo tiene con el consumidor y con sus audiencias.

Por cuanto hace a la regulación, indicó que las plataformas tienen apertura para trabajar con reguladores para que estos entiendan su funcionamiento y que esto sirva a los propios reguladores para que comprendan qué es lo que deben considerar para poder emitir regulaciones. Respecto a la publicidad señaló que se realiza a través de algoritmos y sistemas de programación; en ese sentido, se programan a partir de nomenclatura específica que permite que la publicidad llegue a ciertas audiencias.

Finalmente, apuntó que las plataformas han aprendido qué contenidos incluir en sus algoritmos, tratándose esto de un tipo autorregulación, toda vez que las mismas plataformas han estado alfabetizando al usuario, señalándole qué tipo de contenido sí puede subir y cuál no, sin necesidad de la existencia de una regulación escrita; sin embargo, confirmó la existencia de ciertas normas básicas comunes aplicables a los contenidos como no violencia, no drogas, etc., que las personas siguen, pues saben y conocen que sus contenidos pueden ser cancelados o estar restringidos por parte de la plataforma.

III. Participación de RTVC Play en el marco del Grupo de Trabajo

A invitación del Grupo de Trabajo, en una de sus sesiones ordinarias participó un representante de la plataforma OTT denominada RTVCPlay de Colombia.

El representante de la plataforma señaló que RTVCPlay es una plataforma de servicios OTT en la que convergen todos los contenidos del Sistema de Medios Públicos colombiano; así como una marca con vida y personalidad propias, capaz de crear contenidos independientes y exclusivos para su entorno.

Asimismo, mencionó que las características que hacen única a la marca RTVCPlay consisten en que RTVCPlay es convergente por naturaleza, es decir, sus contenidos provienen de todas las marcas de RTVC; en tanto que es “el área desde la cual RTVC abre nuevos espacios de innovación y se apropia de espacios baldíos de la era digital”.

Asimismo, señaló que cuenta con una voz particular que le permite acercarse a diferentes audiencias; al tiempo que maneja canales de comunicación propios para estar en contacto con ese público y tiene autonomía editorial para crear contenidos originales, con independencia administrativa y conceptual.

Respecto a la historia de RTVCPlay refirió que la plataforma surgió en 2016, como un proyecto de inversión del gobierno central, en 2017 inició la producción de contenidos originales, no obstante que la mayoría del catálogo aún provenía de las marcas hermanas. Para 2019 la plataforma aumentó su presencia en los dispositivos tecnológicos con el lanzamiento de su app móvil y en 2020 se convirtió en área misional del Sistema de Medios Públicos.

IV. Reunión con la Comisión Europea en relación con la regulación de plataformas de Internet a través de la *Digital Services Act*

El 3 de octubre de 2024, los miembros del Grupo de Trabajo sostuvieron una reunión con un representante de la Comisión Europea en torno a la regulación que lleva a cabo la Comisión respecto de plataformas de Internet a través de la *Digital Services Act*.

Al respecto, el representante de la Comisión Europea refirió que los principios universales de la Unión Europea para la regulación de las plataformas consisten en *i.* mejorar la seguridad de los ciudadanos y la libertad de expresión de todos; *ii.* garantizar la innovación y *iii.* Prevenir la fragmentación legal del mercado interno de la Unión Europea.

Asimismo, señaló que la *Digital Services Act* obliga a los proveedores de servicios de alojamiento a informar a sus usuarios de las decisiones de moderación de contenido que toman y explicar las razones detrás de esas decisiones en las llamadas “declaraciones de motivos”.

Para mejorar la transparencia y facilitar el escrutinio de las decisiones de moderación de contenido, los proveedores de plataformas en línea deben enviar estas declaraciones de motivos a la base de datos de transparencia de la DSA. La base de datos permite rastrear las decisiones de moderación de contenido tomadas por los proveedores de plataformas en línea casi en tiempo real.

También ofrece varias herramientas para acceder, analizar y descargar la información que las plataformas necesitan poner a disposición cuando toman decisiones de moderación de contenido, lo que contribuye al monitoreo de la difusión de contenido ilegal y dañino en línea.

Cuenta con una estructura de aplicación de varios niveles, siendo el primero a nivel nacional con autoridades independientes cuya supervisión es directa, en coordinación con otras autoridades nacionales competentes, luego sigue la Junta Europea de Servicios Digitales, que emite recomendaciones y garantiza la aplicación de la DSA y, por último la Comisión Europea que, aplica directamente las normas a las plataformas en línea de gran tamaño (VLOP) y asesora en litigios transfronterizos, entre otros.

Este sistema permite una supervisión sólida con circuitos de retroalimentación constantes. No solo existe una supervisión regulatoria sobre todos los aspectos, sino que la Comisión puede intervenir emitiendo directrices específicas. Pero también la industria puede participar activamente estableciendo códigos de conducta o compartiendo las mejores prácticas.

Entre los efectos de su aplicación se destaca la aplicación de más control sobre las opciones de personalización en plataformas como TikTok, LinkedIn, Facebook, Instagram, X y Snapchat; mayor seguridad y privacidad para niños y adolescentes.

B. Conclusiones de los acercamientos a operadores OTT de contenidos audiovisuales

A manera de conclusiones del ejercicio de acercamiento a proveedores de servicios OTT de contenidos audiovisuales de la región se estima pertinente señalar lo siguiente:

- Diversas plataformas OTT de contenidos audiovisuales de la región actualmente cuentan con mecanismos autorregulatorios en favor de sus audiencias, principalmente dirigidos hacia las audiencias infantiles, así como en materia de publicidad;
- A través de plataformas OTT como La Xarxa+ o RTVCPlay es posible que contenidos locales o de medios públicos lleguen a nuevas audiencias; en ese sentido, a través de dichas plataformas se incentiva una mayor pluralidad y diversidad de contenidos y medios en el ecosistema digital de medios y contenidos audiovisuales.
- Las plataformas de servicios OTT de contenido audiovisual con las que se tuvo acercamiento se encuentran dispuestas a colaborar con los organismos reguladores de la región, con la finalidad de que estos comprendan su funcionamiento, así como apertura para mantener una comunicación al respecto;
- Muchos de los organismos reguladores de contenidos audiovisuales de la región elaboran diversos tipos de estudios, encuestas y otros insumos respecto a la penetración, la oferta y la demanda de contenidos audiovisuales a través de plataformas OTT, lo anterior con objeto de conocer el desarrollo del ecosistema digital en la región.

