



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

**PLATAFORMA DE REGULADORES DEL SECTOR AUDIOVISUAL
DE IBEROAMÉRICA (PRAI)**

GRUPO DE TRABAJO SERVICIOS OTT DE AUDIOVISUAL (GT OTT)

**DIAGNÓSTICO SOBRE LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT DE CONTENIDOS
AUDIOVISUALES EN IBEROAMÉRICA.
VERSIÓN 2.0 - 2024**

OCTUBRE 2024



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Contenido

1.	PRESENTACIÓN.....	6
2.	ASPECTOS CONCEPTUALES, METODOLÓGICOS Y DE CONTEXTO.....	8
a.	ASPECTOS CONCEPTUALES.....	8
b.	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	11
c.	APROXIMACIÓN AL CONTEXTO INTERNACIONAL DE REGULACIÓN DE LAS OTT, MÁS ALLÁ DE LA PRAI.....	12
3.	INSUMOS DE INFORMACIÓN APORTADOS EN 2024 POR LOS MIEMBROS DE LA PRAI SOBRE LA SITUACIÓN DE LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT EN IBEROAMÉRICA.....	15
3.1.	FACULTADES DE LOS ORGANISMOS AFILIADOS A LA PRAI PARA REGULAR PLATAFORMAS OTT DE SERVICIOS AUDIOVISUALES.....	15
3.1.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España.....	16
3.1.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) - España.....	20
3.1.3.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal.....	21
3.1.4.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	21
3.1.5.	Consejo de Comunicación (CC) – Ecuador.....	21
3.1.6.	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	22
3.1.7.	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina.....	22
3.2.	EXISTENCIA DE AUTORIDADES CON FACULTADES PARA REGULAR, VIGILAR Y/O SANCIONAR LAS PLATAFORMAS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.....	22
3.2.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España.....	23
3.2.2.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia.....	23
3.2.3.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal.....	24
3.2.4.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	24
3.2.5.	Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador.....	24



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.3.	EXISTENCIA DE ALGÚN TIPO DE REGULACIÓN SOBRE SERVICIOS OTT EN JURISDICCIÓN DEL ORGANISMO REGULADOR MIEMBRO DE LA PRAI.....	24
3.3.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España.....	25
3.3.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	28
3.3.3.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	28
3.3.4.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	28
3.3.5.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal.....	31
3.3.6.	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	32
3.3.7.	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina	32
3.4.	EXISTENCIA DE PROYECTOS DE REGULACIÓN EN TRÁMITE.	32
3.4.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España.....	33
3.4.2.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	33
3.4.3.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	33
3.4.4.	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	33
3.4.5.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	34
3.4.6.	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina	34
3.4.7.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	35
3.5.	EXISTENCIA DE UN DEBATE SOBRE PERTINENCIA Y FORMA DE REGULAR LAS PLATAFORMAS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.....	35
3.5.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España.....	36
3.5.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	36
3.5.3.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	36
3.5.4.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	36
3.5.5.	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	37
3.5.6.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	37
3.5.7.	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) – Argentina	37



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.6. EXISTENCIA DE PROYECTOS DE LEY EN TRÁMITE, INICIATIVAS O POLÍTICAS PÚBLICAS EN TRÁMITE O APROBADAS, EN MATERIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, QUE INCLUYAN DISPOSICIONES SOBRE SERVICIOS OTT.	37
3.6.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) – España	38
3.6.2. Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)	39
3.6.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	39
3.6.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	40
3.7. OBLIGACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT DE CONTAR CON OFICINAS O REPRESENTANTES.	41
3.7.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	41
3.7.2. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	42
3.7.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	42
3.7.4. Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)	42
3.7.5. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	45
3.7.6. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	45
3.8. ESTUDIOS O MONITOREOS DE LA OFERTA, DEMANDA Y CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE PLATAFORMAS OTT.....	46
3.8.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	47
3.8.2. Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)	47
3.8.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	48
3.8.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	48
3.8.5. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	50
3.9. ESTUDIOS O INFORMES ELABORADOS POR OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS QUE ABORDEN ASPECTOS RELACIONADOS CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS OTT	53
3.9.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	53
3.9.2. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	55



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.9.3.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	55
3.9.4.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	56
3.10.	BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL LOCAL, NACIONAL O INTERNACIONAL SOBRE LA REGULACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (INCLUYENDO CASOS DE AUTORREGULACIÓN Y/O CORREGULACIÓN)	57
3.10.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	57
3.10.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	60
3.10.3.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile.....	60
3.10.4.	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia	60
3.10.5.	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México.....	61
3.10.6.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	61
3.10.7.	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina	61
3.11.	SERVICIOS OTT SOBRE LOS QUE SE APLIQUEN LAS MISMAS REGLAS QUE A OTROS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y/O RADIODIFUSIÓN, EN ESPECIAL EN MATERIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.....	62
3.11.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	62
3.11.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	62
3.11.3.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal.....	63
3.12.	EXISTENCIA DE NORMAS SUPRANACIONALES SOBRE CONTENIDOS AUDIOVISUALES O SERVICIOS OTT APLICABLES EN SU JURISDICCIÓN O ADOPTADAS EN LA MISMA	63
3.12.1.	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España	64
3.12.2.	Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	65
3.12.3.	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal	66
3.13.	OTROS COMENTARIOS	66
3.13.1.	Consejo Nacional de Televisión (CNTV) – Chile.....	66
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

4.1.	SOBRE LAS FACULTADES DE LOS ORGANISMOS AFILIADOS A LA PRAI PARA REGULAR, VIGILAR Y/O SANCIONAR PLATAFORMAS OTT DE SERVICIOS AUDIOVISUALES.	66
4.2.	SOBRE LAS EXPERIENCIAS DE REGULACIÓN DE SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES EN LOS PAÍSES Y ORGANISMOS MIEMBROS DE LA PRAI.....	69
4.3.	SOBRE LA VIGENCIA DEL DEBATE SOBRE REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES Y PROYECTOS DE REGULACIÓN O DE LEY EN TRÁMITE.	73
4.4.	SOBRE LA OBLIGACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT DE CONTAR CON REPRESENTANTES U OFICINAS EN LOS PAISES.....	75
4.5.	SOBRE LA EXISTENCIA DE ESTUDIOS RELATIVOS A LOS SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES.....	76
4.6.	SOBRE BUENAS PRACTICAS IDENTIFICADAS.....	76
4.7.	RECOMENDACIONES.....	78

1. PRESENTACIÓN.

La Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) se erige como un foro de debate, discusión, intercambio de puntos de vista, experiencias, opiniones, criterios



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

y posiciones entre las autoridades reguladoras en el ámbito del sector audiovisual iberoamericano.

Los Grupos de Trabajo de la PRAI fueron planteados inicialmente en el Plan Estratégico 2018-2020 de la Plataforma, adoptado en el marco de la III Asamblea General Ordinaria de la PRAI, celebrada en la Ciudad de México. Allí, uno de los temas priorizados para la primera etapa de dichos grupos se enfocó en los servicios provistos a través de Internet, también conocidos como servicios o plataformas “*Over the Top*” (OTT).

El mencionado Plan Estratégico 2018-2020 planteaba como objetivo de este GT determinar la necesidad de regulación y/o desregulación de los servicios OTT en el campo de los contenidos audiovisuales, a través de la elaboración de documentos sobre los modelos de negocio, regulación y neutralidad de la red, así como sobre la oferta, demanda y consumo de contenidos audiovisuales en plataformas OTT en la región.

Posteriormente, para 2020 el uso de servicios de provisión de contenidos audiovisuales a través de plataformas digitales cobró una vital relevancia en la actividad social de los ciudadanos alrededor del mundo, tendencia favorecida en gran medida por la situación mundial de la pandemia causada por el Covid-19. En este contexto, surgió en diversos organismos reguladores el interrogante sobre la manera en que deben ser entendidos tales servicios, así como sobre la necesidad de regularlos. Es así como, durante la Asamblea General Ordinaria Virtual de la PRAI, celebrada en noviembre de 2020, se aprobó el Plan Estratégico 2020 – 2022, dando continuidad al Grupo de Trabajo sobre servicios OTT de audiovisual.

Así las cosas, el Plan Estratégico 2020-2022, atendiendo a esta nueva dinámica, dio alcance al objetivo inicial del Grupo de Trabajo buscando ahora realizar un levantamiento de información estructurado con el fin de conocer la situación de los servicios OTT desde la perspectiva tecnológica, de mercado y regulatoria en Iberoamérica, para que, a su vez, se realizase un diagnóstico para ser utilizado como insumo en la identificación de eventuales necesidades de integrar y emitir recomendaciones al respecto.

Producto de estos esfuerzos, entre 2021 y 2022 se produjo un primer documento de diagnóstico sobre el estado de la regulación de los servicios OTT en los países integrantes de la PRAI, que fue socializado en la Asamblea General de la Plataforma realizada en Cartagena en noviembre de 2022.

Posteriormente, en el Plan Estratégico 2023-2024 de la PRAI, nuevamente se estableció la continuidad del Grupo de Trabajo, esta vez conformado por los siguientes organismos reguladores:

- El Instituto Federal de Telecomunicaciones de México (IFT) - Colíder
- Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia (CRC) – Colíder
- Ente Nacional de Comunicaciones de Argentina (ENACOM)
- Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

En 2024 la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) de España, realizó solicitud expresa para incorporarse al Grupo, realizando importantes aportes al ejercicio de levantamiento de información diagnóstica.

En coherencia con la línea estratégica establecida, los integrantes del GT plantearon el Plan de Trabajo 2023 – 2024 y acordaron realizar la actualización del diagnóstico inicial, con el fin de dar seguimiento a la dinámica de la regulación de los servicios OTT en los países integrantes de la PRAI, para lo cual se generó la versión 2.0 del cuestionario de levantamiento de información entre los organismos reguladores, permitiendo así continuar con el análisis y la generación de conocimiento útil sobre aspectos relacionados con la oferta y consumo de servicios OTT y la posible generación de recomendaciones relacionadas con medidas regulatorias y no regulatorias en la materia.

De esta manera, el proceso de diagnóstico iniciado en 2022 y continuado en 2024 ha buscado identificar avances en la regulación de los Servicios OTT desde las siguientes ópticas:

- Regulación en materia de competencia económica;
- Regulación en materia de neutralidad de la red;
- Regulación sobre protección de audiencias;
- Regulación sobre protección de usuarios;
- Regulación sobre privacidad y protección de datos personales;
- Regulación sobre cuotas de pantalla;
- Regulación de tipo impositivo o tributario;
- Regulación sobre registros y reporte de información.
- Regulación sobre derechos de autor y/o creadores

En la presente edición del documento, en primer lugar se realiza una aproximación a los aspectos conceptuales de los llamados servicios OTT, abordando el alcance teórico de estos tipos de regulación. Luego se plantea una revisión general de experiencias internacionales de regulación de los servicios OTT audiovisuales, con alcance más allá del ámbito de los organismos y países integrantes de la PRAI.

Seguidamente se presenta el balance y consolidación de las respuestas presentadas por los reguladores que respondieron el cuestionario, incluyendo el detalle o explicación ofrecido por aquellos reguladores que respondieron “sí” a cada pregunta, al igual que las precisiones realizadas por los reguladores cuya respuesta fue “no”.

Finalmente, se presentan un breve análisis comparativo entre los resultados del diagnóstico socializado en 2022 y los resultados del instrumento aplicado en 2024 y se presentan algunas conclusiones y recomendaciones dirigidas a los organismos reguladores integrantes de la PRAI.

2. ASPECTOS CONCEPTUALES, METODOLÓGICOS Y DE CONTEXTO.

a. ASPECTOS CONCEPTUALES.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Con el objetivo de contribuir a delimitar el alcance del diagnóstico realizado, a continuación se presentan algunos conceptos fundamentales abordados en este documento:

- **Servicios OTT**

Dentro del término plataformas OTT (Over-The-Top), se incluyen una diversidad de servicios ofrecidos por internet entre los que encontramos **servicios de distribución de contenidos de audio o audiovisuales** (ie. Netflix, Amazon, YouTube, Claro, Blim, Spotify, Apple Music, Deezer), **servicios de voz** (ie. Skype, Viber, Whatsapp); **servicios de mensajería** (ie. Whatsapp, Telegram, Kakao Talk, Viber); **servicios de almacenamiento en nube** (ie. Dropbox, Google Drive, iCloud), y **servicios de redes sociales** (ie. Twitter, Facebook, Instagram).

- **Servicios OTT Audiovisuales**

Los **Servicios OTT Audiovisuales** (Over-The-Top) son plataformas que ofrecen contenido audiovisual bajo demanda, como películas, series, programas de televisión y videos, a través de internet sin la necesidad de operadores tradicionales como cable, satélite o radiodifusión terrestre. Estos servicios entregan el contenido directamente al usuario final mediante conexiones de banda ancha, permitiendo el acceso desde diversos dispositivos conectados a internet, como smartphones, tablets, computadoras y Smart TV.

Características principales de los Servicios OTT Audiovisuales:

- **Distribución por Internet:** Utilizan la infraestructura de internet para transmitir contenido, evitando intermediarios tradicionales.
 - **Acceso Multiplataforma:** Los usuarios pueden acceder al contenido desde múltiples dispositivos en cualquier momento y lugar.
 - **Contenido Bajo Demanda:** Ofrecen la posibilidad de seleccionar y ver contenido a conveniencia del usuario, sin seguir horarios preestablecidos.
 - **Modelos de Negocio Diversos:** Incluyen suscripciones de pago (SVOD), publicidad (AVOD), o combinaciones de ambos.
- **VoD (Video on Demand).**

Sistema que permite al usuario el acceso a contenidos de forma personalizada con la posibilidad de elegir y visualizar una película o programa en el momento exacto que se desee.

- **Regulación.**

De manera general, la regulación puede definirse como el conjunto de normas, directrices y políticas diseñadas, expedidas y aplicadas por una entidad gubernamental o autoridad reguladora para orientar, vigilar y controlar el funcionamiento de sectores específicos de la economía, servicios públicos o áreas de interés público.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

El Banco Mundial define la regulación como un conjunto de normas y procedimientos establecidos por organismos gubernamentales que buscan asegurar que el mercado opere de manera justa, estable y eficiente, reduciendo riesgos para el público y promoviendo el desarrollo económico sostenible. (World Bank, "Global Indicators of Regulatory Governance," página 11)

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) señala que la regulación es fundamental para establecer condiciones justas en el mercado, fomentar la competencia y proteger a los consumidores, además de garantizar la calidad y accesibilidad de servicios esenciales. (OECD, "Regulatory Policy and Governance," página 5)

En su marco de "Better Regulation," la Comisión Europea define la regulación como un medio para lograr el equilibrio entre el interés público y el funcionamiento del mercado, priorizando un enfoque que integre las reformas regulatorias en iniciativas más amplias del sector público (European Commission, "Better Regulation Guidelines," capítulo 2)

- **Tipos de Regulación de los Servicios OTT Audiovisuales.**

Las experiencias internacionales han permitido determinar que la regulación de los servicios OTT audiovisuales se ha abordado desde diferentes ópticas. A continuación se presentan los tipos de regulación más relevantes que han sido planteados teóricamente (por ejemplo en documentos de la OCDE, el BID o el Banco Mundial) o sobre los cuales se cuenta con experiencias concretas (como los de la Unión Europea a través del Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) en el que se hace alusión a algunas de esas categorías como cuotas de pantalla y protección de usuarios):

Principales ópticas de abordaje de la posible regulación de los servicios OTT:

- **Regulación en materia de competencia económica:**

Asegura que los servicios OTT no ejerzan prácticas anticompetitivas, promoviendo un mercado justo y evitando monopolios o comportamientos que puedan perjudicar a la competencia.

- **Regulación en materia de neutralidad de la red:**

Garantiza que los proveedores de servicios de internet no discriminen el tráfico de datos ni favorezcan ciertos servicios o aplicaciones sobre otros, asegurando igualdad de acceso a todos los contenidos en línea.

- **Regulación sobre protección de audiencias y usuarios:**

Incluye medidas para proteger a los usuarios, especialmente a los menores (niños, niñas y adolescentes), de contenidos inapropiados o perjudiciales, y establece mecanismos para que los usuarios puedan presentar quejas y obtener protección.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- **Regulación sobre privacidad y protección de datos personales:**

Regula cómo las plataformas OTT deben manejar y proteger la información personal de sus usuarios, cumpliendo con normativas como el GDPR (General Data Protection Regulation) en Europa o leyes similares en otros países.

- **Regulación sobre cuotas de pantalla:**

Exige que las plataformas incluyan un porcentaje mínimo de contenido local o nacional en sus catálogos, promoviendo la producción y distribución de contenido local.

- **Regulación de tipo impositivo o tributario:**

Establece las obligaciones fiscales para los servicios OTT, incluyendo impuestos sobre sus ingresos o beneficios y regulaciones sobre cómo deben pagar impuestos en los países en los que operan.

- **Regulación sobre registros y suministro de información:**

Incluye requisitos para que las plataformas OTT se registren ante las autoridades pertinentes, lo que puede facilitar la supervisión y el cumplimiento de las normativas locales. Igualmente, disposiciones para el reporte de información por parte de los operadores o plataformas.

- **Regulación sobre derechos de autor y/o creadores:**

Asegura que los derechos de autor y los derechos de los creadores de contenido sean respetados, incluyendo la remuneración adecuada y la protección contra la piratería y el uso no autorizado del contenido.

b. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

La actualización del diagnóstico se basó en la aplicación de un instrumento tipo encuesta, que se actualizó tomando como base el instrumento aplicado por el Grupo de Trabajo entre las vigencias 2021 y 2022, el cual se remitió a los doce miembros y los dos observadores de la PRAI.

Ocho de los doce organismos reguladores consultados, miembros de la PRAI, remitieron información, a saber:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia – CNMC, ESPAÑA
- Consejo del Audiovisual de Cataluña - CAC, ESPAÑA
- Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana – CACV, ESPAÑA



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Consejo Audiovisual de Andalucía – CAA, ESPAÑA
- Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV) CHILE
- Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC, COLOMBIA
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC, PORTUGAL
- Instituto Federal de Telecomunicaciones - IFT, MÉXICO

c. APROXIMACIÓN AL CONTEXTO INTERNACIONAL DE REGULACIÓN DE LAS OTT, MÁS ALLÁ DE LA PRAI.

Una revisión preliminar del contexto internacional permite identificar que existen diferentes organismos reguladores o países, más allá del ámbito o jurisdicción de la PRAI, que cuentan con experiencias en materia de regulación de los servicios OTT audiovisuales. En una exploración preliminar se encuentran reseñas a las experiencias de países como Francia, Corea del Sur, Alemania, Canadá, India, Australia, Turquía, Reino Unido e Irlanda.

A manera de ejemplo a continuación se mencionan las experiencias relevantes de Corea del Sur, Francia e Irlanda.

- Experiencia de Corea del Sur en regulación de los servicios OTT audiovisuales.

El caso surcoreano puede reseñarse como una experiencia en regulación de aspectos de competencia económica y neutralidad de la red. Más concretamente, actualmente este caso es citado como la experiencia pionera en regulación del llamado “fair share”

De esta manera, la experiencia de Corea del Sur en la regulación de servicios OTT audiovisuales, en particular en temas de “fair share” o participación equitativa en los costos de infraestructura, es un caso notable en el ámbito internacional. El gobierno surcoreano, a través de la Ley de Negocios de Telecomunicaciones y sus enmiendas, estableció que los grandes proveedores de contenido, como Netflix, Google y Meta, deben negociar y compensar a las empresas de telecomunicaciones locales por el uso intensivo de sus redes. Esta regulación surgió ante el rápido aumento de tráfico de datos generado por servicios de streaming, lo que causó una carga significativa en las infraestructuras locales sin que los proveedores de contenido contribuyeran directamente a los costos de mantenimiento de estas redes.

Un caso emblemático de esta política fue la disputa entre Netflix y SK Broadband, en la que Netflix inicialmente se rehusó a cubrir las tarifas por el uso de red, argumentando que los costos debían ser absorbidos por los operadores de telecomunicaciones. Sin embargo, los tribunales de Corea del Sur fallaron a favor de SK Broadband, argumentando que el modelo de “fair share” es aplicable en un “mercado de dos lados” donde ambas partes deben negociar los términos de intercambio de datos, estableciendo un precedente para que plataformas OTT contribuyan a los costos de infraestructura en el país. Esta resolución se alinea con el objetivo del gobierno



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

surcoreano de mantener redes de alta calidad sin sobrecargar financieramente a los consumidores finales.

La regulación en Corea del Sur exige que los cinco mayores proveedores de contenido (con más de un millón de usuarios diarios y al menos un 1% del tráfico total) participen en estas negociaciones, limitando su aplicación a los actores que generan una carga significativa en las redes nacionales. Se dice que esta política contribuye a proteger la infraestructura local y, en el caso surcoreano, ha contribuido al desarrollo de redes avanzadas como la fibra óptica y el 5G, mejorando la experiencia de los usuarios sin incrementar los costos de suscripción significativamente.

En resumen, Corea del Sur lidera una regulación pionera en la gestión de "fair share" para OTTs, buscando equilibrar los intereses de los proveedores de contenido y los operadores de telecomunicaciones, promoviendo una red sostenible y accesible para todos los usuarios.

- Experiencia de Francia en regulación de los servicios OTT audiovisuales.

Dentro de las categorías de regulación antes mencionadas, la experiencia francesa en regulación de servicios OTT audiovisuales aborda aspectos relacionados con cuotas de pantalla y competencia económica, principalmente.

La experiencia de Francia en la regulación de servicios OTT audiovisuales se centra en dos pilares principales: el fomento de contenido local a través de cuotas de inversión y la protección de la competencia en un mercado transformado por grandes plataformas digitales.

Francia fue el primer país en implementar la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales de la Unión Europea (AVMSD). En respuesta a la Directiva, Francia exige que plataformas de video bajo demanda (VOD) como Netflix, Amazon y Disney+ destinen al menos el 20% de sus ingresos en Francia a la producción de contenido cultural francés. Esta obligación es de las más altas en Europa, y aproximadamente el 80% de esta inversión debe canalizarse hacia producciones audiovisuales locales, incluyendo series, películas y documentales.

La Autoridad Reguladora de Comunicación Audiovisual y Digital (ARCOM), creada en 2022 mediante la fusión de los organismos previos CSA y HADOPI, supervisa el cumplimiento de estas obligaciones de contenido y regula temas adicionales, como la protección de derechos de autor y el combate a la piratería digital. ARCOM también establece restricciones en cuanto a la propiedad de los derechos por parte de las plataformas: las productoras locales mantienen los derechos de sus obras durante plazos específicos, lo que permite una mayor autonomía y evita que estas productoras se conviertan en meros proveedores de servicios para las plataformas internacionales.

La regulación francesa de servicios OTT es un modelo que combina apoyo a la producción nacional y medidas de competitividad, destacándose en la Unión Europea por su rigurosidad y alcance.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Fuente: TBI Vision, "How France is leading the world on streamer regulation"
<https://tbivision.com/2022/04/03/new-horizons-2/#close-modal>

- **Experiencia de Irlanda en regulación de los servicios OTT audiovisuales.**

La experiencia de Irlanda en regulación de los servicios OTT resulta muy interesante dado que en su territorio están domiciliadas la mayoría de OTTs y plataformas internacionales que tienen presencia en la Unión Europea (Netflix, Google, etc.). Su experiencia puede citarse como ejemplo de regulación de diferentes tipos, especialmente en aspectos como protección de audiencias y usuarios, privacidad y protección de datos personales, sobre cuotas de pantalla, sobre aspectos de tipo impositivo o tributario e igualmente sobre registros y suministro de información.

Ciertamente, la experiencia de Irlanda en la regulación de servicios OTT audiovisuales ha sido innovadora, especialmente con la aprobación de la Online Safety and Media Regulation Act 2022 (OSMR). Esta ley moderniza el marco regulatorio para medios en línea, aplicando normas específicas para los servicios de video bajo demanda (VoD) como Netflix y YouTube. Bajo esta legislación, se creó el organismo Coimisiún na Meán (Comisión de Medios), reemplazando a la anterior Autoridad de Radiodifusión de Irlanda y estableciendo una supervisión directa para garantizar el cumplimiento de estándares de contenido, accesibilidad y transparencia en publicidad y noticias, alineando a los servicios VoD con la normativa de radiodifusión tradicional.

El enfoque de la ley se centra en la seguridad en línea, designando un Comisionado de Seguridad en Línea encargado de emitir códigos de seguridad vinculantes para combatir la diseminación de contenido dañino, incluyendo ciberacoso y material que incita a desórdenes alimentarios o autolesiones. Este marco prevé además sanciones significativas para los servicios que incumplan las normativas, junto a la posibilidad de acciones legales y bloqueo de servicios.

Es relevante indicar que en mayo 14 de 2024, la Coimisiún na Meán de Irlanda expidió el documento "Guidelines for Audiovisual On-Demand Media Service Providers", algunas de cuyas directrices más relevantes son las siguientes:

Sobre proceso de registro: Da orientaciones a los proveedores de servicios de medios audiovisuales a entender y cumplir con sus obligaciones de registro bajo la Ley de Radiodifusión de 2009 y sus actualizaciones. Los proveedores deben notificar a la comisión y registrarse adecuadamente. Se detallan los criterios y el alcance de los servicios que requieren registro, incluyendo servicios de "catch-up" y otros tipos de servicios dentro del ámbito de aplicación.

Sobre protección del público y de los menores: Se enfatiza la protección de la audiencia, especialmente de los menores, a través de controles estrictos sobre el contenido y las comunicaciones comerciales. Esto incluye la supervisión de la exposición a materiales potencialmente perjudiciales y la promoción de la accesibilidad.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Sobre Accesibilidad e Inclusión: Los proveedores deben garantizar que los contenidos sean accesibles para personas con discapacidades auditivas y visuales, promoviendo la comprensión y disfrute de los programas.

Sobre Obligación de Retención de Contenidos: Se exige a los proveedores conservar copias de todo el material disponible en sus catálogos por un período especificado, con el fin de cumplir con posibles requerimientos de auditoría o revisión.

Sobre Regulación de Obras Europeas: En cumplimiento de la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales de la UE, los catálogos deben incluir al menos un 30% de obras europeas y facilitar su visibilidad para el público. Los proveedores también pueden estar sujetos a contribuciones financieras para apoyar la producción de contenidos europeos.

Sobre el Modelo de Gravamen: Para financiar las actividades regulatorias, Coimisiún na Meán impone un gravamen sobre los proveedores de servicios audiovisuales, calculado en base a los ingresos de los proveedores.

Estas directrices buscan garantizar que los servicios de medios audiovisuales On-Demand operen de manera justa y transparente, protegiendo tanto a los consumidores como a los creadores de contenido

3. INSUMOS DE INFORMACIÓN APORTADOS EN 2024 POR LOS MIEMBROS DE LA PRAI SOBRE LA SITUACIÓN DE LA REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT EN IBEROAMÉRICA.

La versión 2.0 del cuestionario aplicado entre los organismos reguladores miembros de la PRAI indagó sobre 10 aspectos relacionados con las competencias para regular los servicios OTT audiovisuales, proyectos en la materia, estado de la discusión o debate, estudios públicos y privados disponibles y buenas prácticas en la materia aplicadas o conocidas en jurisdicción de los diferentes organismos y países participantes.

En este apartado se incluye el detalle de la información aportada por los organismos que remitieron respuesta al cuestionario planteado, cuyas consideraciones individuales (sin editar) pueden resultar de interés para los diferentes miembros de la PRAI.

Con este insumo, en la parte final del documento se incluyen algunas conclusiones frente al proceso de avance y evolución que ha tenido este tema en los dos últimos años, desde que en 2022 se aplicó un instrumento similar.

3.1. FACULTADES DE LOS ORGANISMOS AFILIADOS A LA PRAI PARA REGULAR PLATAFORMAS OTT DE SERVICIOS AUDIOVISUALES.

PREGUNTA 1:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

“1. ¿El organismo que representa cuenta con facultades o atribuciones para regular, vigilar y/o sancionar plataformas OTT de contenidos audiovisuales?”:

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) - España
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Contestaron No:

- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.1.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

CNMC informa que sus facultades sobre Servicios OTT de Contenidos Audiovisuales están previstos en las siguientes normas:

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA)

La nueva Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), define en su **artículo 2** el servicio de comunicación audiovisual como aquel prestado con la finalidad principal propia o de una de sus partes disociables de proporcionar, bajo la responsabilidad editorial de un prestador del servicio de comunicación audiovisual, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales audiovisuales.

De esta manera, un servicio de comunicación audiovisual reúne los siguientes siete requisitos: 1) debe ser una actividad económica, 2) el prestador del servicio debe ostentar responsabilidad editorial sobre los contenidos que emite, 3) debe ser un servicio dirigido a una colectividad, 4) cuya función sea principalmente informar, entretener o educar al público general o constituya una comunicación comercial, 5) cuya principal propuesta sea la provisión de programas y contenidos, 6) siendo estos programas audiovisuales y 7) que se provea mediante redes de comunicaciones electrónicas.

Al haber optado la LGCA por una definición tecnológicamente neutra de lo que es un servicio de comunicación audiovisual, la misma aplica tanto a los servicios tradicionales de televisión como a los servicios OTT (cuando estos cumplan los requisitos antes mencionados), entre los que se incluirían los servicios de vídeo bajo demanda. Este sería el caso de OTT como, por



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

ejemplo, de Rakuten TV, Filmin, FlixOlé, etc., que están establecidos en España y, por lo tanto, sujetos a la supervisión de la CNMC.

Por tanto, en respuesta a la pregunta por las facultades de la **Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia** (en adelante, CNMC) en relación con los servicios OTT, estas son las mismas que aplican a los servicios de comunicación audiovisual en general, de acuerdo con el **artículo 9** de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de Creación de la CNMC (LCNMC): control e inspección de contenidos en medios audiovisuales (programación y publicidad), control de obligaciones en materia de protección al menor, promoción a la accesibilidad de las personas con discapacidad, verificación y supervisión de códigos de autorregulación, promoción y fomento de la obra audiovisual europea, supervisión de límites en la contratación exclusiva de contenidos audiovisuales, resolución de conflictos entre agentes del sector, entre otros.

Adicionalmente, la nueva Ley establece obligaciones específicas para los que denomina **usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma** (los denominados “vloggers o influencers”). Estas obligaciones, que se refieren a los principios generales, la protección de los menores y la protección del consumidor, no entrarán en vigor en tanto el Gobierno no apruebe el **Real Decreto** en el que, entre otros, se fijen los umbrales de audiencia y de ingresos que permitan identificar a dichos usuarios de especial relevancia.

En **diciembre de 2023**, el Gobierno presentó el proyecto de **Real Decreto** que concreta los principales requisitos que han de darse para considerar a un usuario de un servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma como “usuario de especial relevancia”. Se espera que el Real Decreto se apruebe a lo largo del primer semestre de 2024.

Respecto a los **prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma (PIV)**, el **artículo 9.9** de la LCNMC le atribuye la función de supervisar y controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a estos prestadores de servicio. Se engloban dentro de esta denominación a prestadores como YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, etc. La CNMC es competente en supervisar aquellas PIV que estén radicadas en España.

Las obligaciones que se aplican a las PIV se encuentran recogidas en la LGCA que incorpora a nuestro derecho interno, en su **artículo 89**, lo previsto en el artículo 28ter de la **Directiva 2018/1808 (Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual)**. Entre estas obligaciones, cabe destacar el establecimiento de mecanismos transparentes y de fácil uso que permitan a los usuarios notificar al prestador aquellos contenidos que vulnere las obligaciones del **artículo 88** de la LGCA, el cual indica las obligaciones de las PIV para la protección de los usuarios y de los menores frente a determinados contenidos audiovisuales. Además, se incluye la necesidad de establecer y aplicar procedimientos transparentes, eficaces y de fácil uso para el tratamiento y la resolución de las reclamaciones de los usuarios.

Respecto a la protección de los menores, cabe destacar la obligación de las PIV de incorporar de sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores. Estos sistemas, en todo caso, deberán impedir el acceso de los menores a los contenidos audiovisuales más nocivos, como



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

la violencia gratuita o la pornografía. Así como facilitar sistemas de control parental controlados por el usuario final.

Reglamento (UE) 2022/2065 relativo a un mercado de servicios digitales (Reglamento de Servicios Digitales o DSA)

El Reglamento de Servicios Digitales (DSA) forma parte del paquete de servicios digitales de la UE, que también incluye el Reglamento de Mercados Digitales (DMA). Tanto uno como otro tratan de proteger a los usuarios de las prácticas desleales, apoyando al mismo tiempo la innovación en la economía digital.

La DSA es una norma pionera que regula la responsabilidad y obligaciones de los servicios intermediarios (como redes sociales, *marketplaces*, motores de búsqueda, tiendas de aplicaciones y plataformas de alojamiento en línea) dentro de la Unión Europea (UE). El Reglamento pretende garantizar los derechos fundamentales de los usuarios, incluidos los derechos del consumidor, frente a contenidos y servicios ilícitos en Internet, y crear un entorno digital más seguro, transparente y predecible para los ciudadanos y las empresas.

El Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública designó el pasado mes de enero a la CNMC como **Coordinador de Servicios Digitales (DSC)** nacional en virtud de la DSA y por lo tanto, será responsable de la ejecución y supervisión del Reglamento en España, así como de la coordinación de las autoridades competentes nacionales. Además de la CNMC, la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) será responsable de la supervisión de ciertos artículos del Reglamento.

La DSA dota al DSC de amplias facultades de supervisión, investigación y sanción sobre los prestadores de servicios intermediarios establecidos bajo su jurisdicción. De manera que el DSC podrá solicitar el acceso a los datos y sistemas algorítmicos de moderación y recomendación de contenidos y publicidad y ordenar inspecciones e imponer multas a los intermediarios en caso de infracción del Reglamento. También serán responsables de certificar a los alertadores fiables (entidades con preferencia en relación con la notificación de contenidos ilícitos) y a los órganos extrajudiciales de resolución de litigios.

La DSA incluye **obligaciones** para todos los servicios intermediarios digitales. A continuación, se indican de manera no exhaustiva las obligaciones más destacables:

- los prestadores de servicios de intermediación que no tengan un establecimiento en la UE deben designar un representante legal en uno de los EEMM;
- los prestadores de servicios de intermediación deben designar un punto único de contacto como interlocutor con autoridades y usuarios;
- obligaciones específicas para las condiciones generales del prestador de servicios de intermediación;



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- puesta en marcha de un sistema de notificación sencillo que permita a los usuarios o entidades notificar contenidos ilegales;
- publicar anualmente un informe sobre sus procesos de moderación de contenidos;
- puesta en marcha de un sistema interno de gestión de reclamaciones para que los usuarios apelen las decisiones de moderación de contenido;
- informar de manera razonada a los usuarios cuando su contenido sea restringido o eliminado;
- informar a las autoridades de cualquier sospecha de delito que entrañe una amenaza a la vida o la seguridad de una persona, incluso en el caso de abuso sexual infantil;
- garantizar un elevado nivel de privacidad, seguridad y protección de los menores en las plataformas en línea;
- prohibición de las interfaces de usuario engañosas si impiden al destinatario tomar una decisión libre e informada (“*dark patterns*”);
- prohibición de la publicidad en línea basada en la elaboración de perfiles y dirigida a menores;
- etiquetar claramente los anuncios en sus interfaces;
- garantizar la transparencia de los sistemas de recomendación;
- garantizar la trazabilidad de los comerciantes en los mercados en línea o;

Para las plataformas y motores de búsqueda de muy gran tamaño (VLOP y VLOSE), el Reglamento establece un conjunto de obligaciones específicas y más estrictas, como la de realizar evaluaciones periódicas de los riesgos sistémicos y aplicar medidas para su reducción; llevar a cabo auditorías anuales independientes y adoptar medidas en caso de crisis extraordinarias. La supervisión de estas obligaciones recae en exclusiva en la Comisión Europea.

Reglamento 2022/1925/UE sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (DMA)

El Reglamento de Mercados Digitales o DMA trata de garantizar unas condiciones de competencia equitativa en el ámbito digital, estableciendo derechos y normas para las grandes plataformas en línea («guardianes de acceso»), de manera que ninguna de ellas abuse de su posición. Entre las obligaciones que se establecen para dichos guardianes, cabe destacar:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Garantizar que darse de baja de los servicios básicos de plataforma sea tan fácil como suscribirse;
- Garantizar la interoperabilidad de las funcionalidades básicas de los servicios de mensajería instantánea
- Dar a los usuarios profesionales acceso a sus datos de rendimiento, de comercialización y de publicidad en la plataforma;
- Informar a la Comisión Europea de las adquisiciones y fusiones que lleven a cabo.

El Consejo adoptó el Reglamento de Mercados Digitales el 18 de julio de 2022, y este entró en vigor el 2 de mayo de 2023.

A través del **Real Decreto-ley 5/2023, de 28 de junio**, el Gobierno de España modificó la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, que habilita a la CNMC para la realización de investigaciones conforme al Reglamento de la DMA. Asimismo, la CNMC podrá concretar los mecanismos de cooperación y coordinación con la CE y establecer las facultades con las que cuenta el organismo para realizar dichas investigaciones. Podrá llevar a cabo investigaciones sobre casos de posible incumplimiento en el territorio nacional de los artículos 5, 6 y 7 del citado Reglamento, que especifican las nuevas obligaciones y prohibiciones que deben cumplir los llamados guardianes de acceso, es decir, las plataformas con poder de mercado.

3.1.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) - España

El artículo 2.10 de la [Ley 13/2022, de 7 de julio, general de comunicación audiovisual](#), establece, entre otros supuestos, que se considera como un servicio de televisión de ámbito autonómico:

“...”) b) El servicio de comunicación audiovisual que se presta sobre la base de una comunicación previa ante la autoridad audiovisual competente de ámbito autonómico de conformidad con lo previsto en el título II y en la normativa autonómica correspondiente, siempre que se cumplan de forma simultánea las siguientes condiciones:

1.º Cuando el prestador tiene su sede central en una Comunidad Autónoma y las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en dicha Comunidad Autónoma.

2.º Cuando el servicio de comunicación audiovisual se dirija mayoritariamente a usuarios establecidos en dicha Comunidad Autónoma por la naturaleza, temática o idioma de los contenidos audiovisuales que se emiten a través de dicho servicio. (...)”

Este redactado implica lo siguiente:

- Todas las OTT, al no utilizar espectro radioeléctrico –como si lo hace la TDT, deben comunicar previamente a la autoridad competente - en Catalunya, el CAC, el inicio de sus emisiones en línea y detallar su oferta (catálogo) de contenidos.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Si estas OTT están domiciliadas en Catalunya y sus contenidos se dirigen mayoritariamente a usuarios establecidos en Catalunya a por la naturaleza, temática o idioma del servicio OTT, la competencia sobre estas OTT es del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Por ejemplo, serían competencia del CAC estas OTT: <https://www.ccma.cat/3cat/#onboarding=true> (OTT servicio público catalán); La Xarxa+ <https://www.laxarxames.cat/home> (OTT de televisiones locales); FILMIN (servicio OTT de carácter comercial) https://www.filmin.es/?utm_source=esp&utm_medium=webedia%3Futm_source%3Desp%2Cwebedia

3.1.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal

(ERC) Las competencias derivadas de la Directiva AVMS que se han traspuesto a la Ley de Servicios Audiovisuales y de Televisión a la Carta en plataformas que están bajo jurisdicción nacional.

Según el Reglamento de Servicios Digitales, como entidad responsable de los organismos y contenidos de los medios de comunicación, también tendremos poderes regulatorios, cuya definición está en curso.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron No:

A su vez, algunos organismos que no tienen facultades regulatorias ampliaron su respuesta, según se detalla a continuación:

3.1.4. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

El Consejo Nacional de Televisión es el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la Televisión Chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio-culturales, en un contexto de creciente internacionalización.

3.1.5. Consejo de Comunicación (CC) – Ecuador

La Ley Orgánica de Comunicación en su reforma aprobada en el 2022 por el Estado Ecuatoriano, tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar y fomentar el ejercicio de los derechos a la comunicación. Sin embargo, para efectos de esta ley, se considera medios de comunicación social a las organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a los concesionarios de frecuencia de radio y televisión, que ejerce la difusión masiva de contenidos comunicacionales, a través de medios impresos, radio, televisión y audio y video por suscripción y por lo tanto no incluye las plataformas OTT.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.1.6. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Aun cuando este Instituto no tiene de manera expresa las facultades en la legislación para regular, vigilar y/o sancionar plataformas OTT de contenidos audiovisuales, el IFT realiza, por sí mismo, a través o en coordinación con las dependencias y entidades competentes, así como con instituciones académicas y los particulares, el desarrollo tecnológico en materia de medios y contenidos audiovisuales, así como la planeación, diseño y ejecución de estudios e investigaciones en materia de medios y consumo de contenidos audiovisuales, de medios tradicionales y digitales; a propósito de la convergencia de ambos modelos de comunicación y, de la configuración de destinos perfiles de audiencias que confluyen en dichos ámbitos.

En este sentido es que el Instituto ha realizado diversos estudios e investigaciones referentes a la oferta y demanda de los servicios OTT, los cuales pueden consultarse en la página del Instituto y en el micrositio Somos Audiencias.

3.1.7. Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

La normativa no considera a las OTT como sujeto regulado a los efectos de la aplicación de algunos de los artículos referidos a servicios audiovisuales y/o servicios TIC.

3.2. EXISTENCIA DE AUTORIDADES CON FACULTADES PARA REGULAR, VIGILAR Y/O SANCIONAR LAS PLATAFORMAS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES.

PREGUNTA 2:

“¿2. Existe alguna autoridad en su jurisdicción que cuente con facultades para regular, vigilar y/o sancionar las plataformas OTT de contenidos audiovisuales?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Contestaron No:

- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.2.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

La **Constitución española**, en el **artículo 149.1 27ª de su Título VIII**, distribuye las competencias en materia de medios de comunicación entre Estado y Comunidades Autónomas (CCAA). Dicho artículo recoge la competencia estatal para dictar las normas básicas relativas al régimen de los medios de comunicación social, competencia que es compatible con las facultades de ejecución y desarrollo de las CC.AA.

La LGCA establece las normas básicas de la prestación del servicio de comunicación audiovisual, siendo competencia de las Comunidades Autónomas (CCAA). A su vez, corresponde a cada Comunidad Autónoma, bajo el prisma del carácter básico que la LGCA ostenta, la determinación en su respectivo ámbito competencial de las cuestiones relativas a la supervisión, control y, en su caso, la potestad sancionadora en relación con los servicios de comunicación audiovisual cuyo ámbito de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, sea local o autonómico. La LGCA, en su artículo 2.10, establece la definición del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico.

Por lo tanto, en España se establece el siguiente **reparto competencial**:

- La CNMC es responsable de la supervisión de los servicios de comunicación audiovisual de ámbito nacional (incluidas las OTT audiovisual), así como de las plataformas de intercambio de vídeos (artículo 153.2).
- Las 17 CCAA y dos ciudades autónomas son responsables de la supervisión de los servicios de ámbito autonómico y local.

En España, existe una única autoridad de ámbito nacional (CNMC) y 19 autoridades autonómicas con competencias regulatorias en el sector audiovisual, aunque cabe destacar que únicamente en Andalucía (CAA), Cataluña (CAC) y Comunidad Valenciana (CACV) existen autoridades independientes de sus respectivos gobiernos autonómicos.

3.2.2. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

El Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC) cuenta con algunas facultades específicas para regular, vigilar y/o sancionar a las plataformas OTT de contenidos audiovisuales, únicamente en los aspectos establecidos en el Artículo 154 de la Ley 1955 de 2019, por la cual se adoptó el Plan Nacional de Desarrollo 2018 – 2022, en el que se establece:

«ARTÍCULO 154. PRODUCCIÓN Y CONTENIDO LOCAL EN SERVICIOS DE VIDEO BAJO DEMANDA. Los servicios bajo demanda (Subscription Video on Demand -SVOD-) que se prestan a través de Internet (Over the Top-OTT-), deberán disponer, para los usuarios en Colombia, de una sección fácilmente accesible para el usuario en la que se incluyan obras audiovisuales de origen nacional.

El Gobierno nacional expedirá, dentro de los doce meses siguientes a la expedición de la presente Ley, los aspectos necesarios para dar cumplimiento al presente artículo



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

teniendo en cuenta las disposiciones de los tratados internacionales firmados por Colombia»

La Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC, que es el Regulador independiente colombiano, no cuenta con facultades para regular, vigilar y/o sancionar a las plataformas OTT, sus competencias se limitan al servicio público de televisión.

3.2.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Además de las competencias del ERC, existen otras entidades con competencias a nivel de plataformas en línea, en concreto ANACOM (su misión es regular el sector de las comunicaciones, incluidas las comunicaciones electrónicas y postales y, sin perjuicio de su carácter de entidad administrativa independiente, ayudar al Gobierno en estas materias), que en Portugal fue nombrada Coordinadora de Servicios Digitales.

Sin embargo, es el ERC el encargado de regular los contenidos audiovisuales online. Según la Directiva AVMS, cuando se detecta contenido ilegal o dañino en plataformas OTT, las irregularidades se informan al país de origen.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron No:

De los organismos que contestaron No, Chile y Ecuador explicaron su respuesta:

3.2.4. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

El CNTV es un órgano constitucional autónomo con personalidad jurídica y patrimonio propio, y se relaciona con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno. Es la única institución en Chile que está facultada para regular medios de comunicación ex post.

3.2.5. Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador

De acuerdo al Art. 9.1 de La Ley Orgánica de Comunicación en su reforma aprobada en el 2022 por el Estado Ecuatoriano, los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios regularán su propio comportamiento, relaciones internas y externas en las prácticas comunicacionales por medio de códigos de ética o de conducta, políticas editoriales y/o informativas, los cuales deberán difundirse en sus portales web o en instrumentos que se encuentren a disposición del público en general cuando sean adoptados.

El ejercicio de la actividad periodística y de comunicación debe regirse por estándares éticos y de autorregulación, en ningún caso por estándares o regulaciones impuestas por el Estado.

3.3. EXISTENCIA DE ALGÚN TIPO DE REGULACIÓN SOBRE SERVICIOS OTT EN JURISDICCIÓN DEL ORGANISMO REGULADOR MIEMBRO DE LA PRAI.

PREGUNTA 3.1:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

“3.1. ¿Existe algún tipo de regulación sobre servicios OTT en su jurisdicción?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Contestaron No:

- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.3.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

Regulación en materia de competencia económica

El **Reglamento 2022/1925 sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital (DMA)** impone obligaciones y restricciones a las plataformas y servicios de los guardianes de acceso y refuerza el control regulador, contribuirá a evitar el abuso de poder en el mercado. Su objetivo consiste en garantizar que ninguna plataforma o proveedor de servicios domine el mercado en detrimento de las empresas, los consumidores y la dinámica general del mercado.

Regulación en materia de neutralidad de la red

No se han introducido novedades legislativas en este ámbito con respecto a lo indicado en el informe anterior.

Regulación sobre protección de audiencias y protección de usuarios

La nueva LGCA adapta la Directiva 2018/1808, de servicios de comunicación audiovisual a la actual situación del mercado, en el que han surgido nuevos agentes y donde se han desarrollado nuevos servicios audiovisuales impulsados por las tecnologías digitales. Con este objetivo, la LGCA incluye dentro de su ámbito de aplicación a los servicios de plataforma de intercambio de vídeos en el ámbito de aplicación (incluidas aquellas redes sociales que cumplan con la definición de dichas plataformas que se incluye en la DSCA) y les impone una serie de obligaciones de protección a los menores y al público en general.

En materia de **protección de los menores**, las principales novedades de la LGCA son las siguientes:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

1. Refuerzo de la protección de los menores

El **artículo 95** y siguientes obligan a todos los prestadores a facilitar información sobre el contenido que puede ser perjudicial para menores mediante sistemas de calificación por edades.

Otra novedad en este ámbito es la obligación impuesta a las plataformas de intercambio de vídeos de operar sistemas de verificación de edad y establecer mecanismos para calificar los contenidos en función de la edad. También deberán incluir una funcionalidad para que los usuarios que suban vídeos declaren si dichos vídeos contienen publicidad.

La LGCA incorpora asimismo la posibilidad de que los servicios prestados por operadores establecidos en España que se dirijan en exclusiva al público de otro Estado miembro puedan cumplir con la normativa de calificación de edad y de señalización de dicho país de destino, previa autorización de la CNMC.

Además, se restringe a determinadas franjas horarias la emisión tanto de publicidad de bebidas alcohólicas en televisión (en función de la graduación de la bebida anunciada) como de publicidad de esoterismo y paraciencias, juegos de azar y apuestas, limitada a la franja horaria de 1:00 horas a 5:00 horas, con alguna excepción.

2. Inclusión de los servicios de plataforma de intercambio de vídeos en el ámbito de aplicación

La Directiva 2108/1808, de servicios de comunicación audiovisual incluye, por primera vez, a los prestadores plataformas de intercambio de vídeos (PIV) en su ámbito subjetivo. Estos agentes no se califican como prestadores de servicios de comunicación audiovisual, pues no ostentan la responsabilidad editorial de los programas y contenidos que ponen a disposición del público, pero sí están obligados a adoptar medidas para la protección de sus usuarios en general y de los menores en particular.

La LGCA incorpora a nuestro derecho interno, en su **artículo 89**, lo previsto en el **artículo 28ter** de la DSCA, contemplando las siguientes obligaciones:

- a) Incluir y poner en práctica en las cláusulas de condiciones del servicio de las plataformas de intercambio de vídeos las obligaciones establecidas en el artículo 88 sobre determinados contenidos audiovisuales.
- b) Establecer y operar mecanismos transparentes y de fácil uso que permitan a los usuarios notificar o indicar al correspondiente prestador los contenidos que vulneren las obligaciones establecidas en el artículo 88.
- c) Establecer y operar sistemas a través de los cuales los prestadores del servicio expliquen a los usuarios el curso que se ha dado a las notificaciones o indicaciones a que se refiere la letra anterior.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- d) Establecer y aplicar sistemas de fácil uso que permitan a los usuarios del servicio calificar los contenidos que puedan vulnerar las obligaciones establecidas en el artículo 88.
- e) Establecer y operar sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores que, en todo caso, impidan el acceso de estos a los contenidos audiovisuales más nocivos, como la violencia gratuita o la pornografía.
- f) Facilitar sistemas de control parental controlados por el usuario final con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.
- g) Establecer y aplicar procedimientos transparentes, eficaces y de fácil uso para el tratamiento y la resolución de las reclamaciones de los usuarios a los prestadores del servicio, en relación con la aplicación de las medidas a que se refieren las letras anteriores.
- h) Facilitar medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática y poner en conocimiento de los usuarios la existencia de esas medidas y herramientas.
- i) Facilitar que los usuarios, ante una reclamación presentada por ellos y no resuelta satisfactoriamente, puedan someter el conflicto a un procedimiento de resolución alternativa de litigios de consumo, de acuerdo con lo previsto en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Todo ello sin perjuicio de que los usuarios puedan acudir a la vía judicial que corresponda.

Además, el apartado 2 de dicho artículo contempla el fomento del uso de la corregulación, conforme a los artículos 14 y 15 LGCA, para la aplicación de las citadas medidas.

Regulación sobre privacidad y protección de datos personales

El artículo 2.4 g) del Reglamento (UE) 2022/2065, relativo a un mercado único de servicios digitales (DSA) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE, estipula que todas sus disposiciones se entenderán sin perjuicio de las normas establecidas por otros actos jurídicos de la Unión que regulen otros aspectos de la prestación de servicios intermediarios en el mercado interior o que especifiquen y completen el presente Reglamento, en particular el Derecho de la Unión en materia de protección de datos personales, en particular el Reglamento (UE) 2016/679 y la Directiva 2002/58/CE.

Regulación sobre cuotas de pantalla



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Regulación sobre cuotas de pantalla

La disposición final novena de la LGCA decreta la extinción del anterior Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, una vez establecido formalmente el nuevo Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual con la entrada en vigor del Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre.

Regulación sobre derechos de autor y/o creadores

No se han introducido novedades legislativas en este ámbito.

Otra óptica

Ver respuesta 1 respecto a la adopción y entrada en vigor del Reglamento de DSA y del Reglamento de DMA.

3.3.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

En la Ley 13/2022, de 7 de julio, general de la comunicación audiovisual, se implementan las previsiones derivadas de la [Directiva Europea de servicios de comunicación audiovisual](#) sobre los prestadores OTT (en los términos de la Directiva y de la Ley 13/2022, prestadores de servicios audiovisuales bajo demanda).

3.3.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Se ha establecido regulación en materias impositivas para las OTT, de neutralidad de la red y sobre los derechos de autor, medidas de las cuales el CNTV no es parte ya que no tiene facultades para regular OTT.

3.3.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

El Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), en cumplimiento del Artículo 154 de la Ley 1955 de 2019, expidió el Decreto No. 681 de 21 de mayo de 2020, en el cual reglamentó mecanismos para que los usuarios de los servicios de video bajo demanda que funcionan sobre Internet en Colombia cuenten en su catálogo con una sección claramente identificada y fácilmente accesible a las obras audiovisuales de origen nacional. Dentro de las categorías señaladas, esta regulación puede ser clasificada como relacionada con cuotas de pantalla.

Adicionalmente, un aspecto no mencionado en la versión anterior del cuestionario es que en Colombia existe regulación de tipo impositiva o tributaria aplicable a los servicios OTT, en dos sentidos.

En primer lugar, desde 2018, la reforma tributaria del momento aprobó el cobro de IVA a los servicios digitales en los que se incluyen los servicios OTT audiovisuales. Esta tributación no



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

recae sobre las plataformas OTT, a pesar de ser las intermediarias para el recaudo, sino que recae en los usuarios y se refleja en un incremento en las tarifas que es asumida por los suscriptores de dichos servicios por demanda.

En segundo lugar, en 2022, la reforma tributaria presentada por el nuevo gobierno y aprobada por el Congreso, incluyó una disposición fiscal que sí recae sobre los operadores de los servicios OTT. De esta manera, en la Ley 2277 de 2022, «POR MEDIO DE LA CUAL SE ADOPTA UNA REFORMA TRIBUTARIA PARA LA IGUALDAD Y LA JUSTICIA SOCIAL Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES» se estableció la TRIBUTACIÓN POR PRESENCIA ECONÓMICA SIGNIFICATIVA EN COLOMBIA.

La nueva obligación tributaria para las plataformas de servicios OTT se incluyó en el Artículo 57 de la Ley que modifica el **Artículo 20-3 del Estatuto Tributario**, e impone el **impuesto sobre la renta** y complementarios a las personas no residentes o entidades no domiciliadas en el país con **presencia económica significativa** en Colombia. Según este artículo, estarán sujetos a dicho impuesto aquellos que presten servicios digitales destinados a usuarios ubicados en el territorio nacional, si logran ingresos brutos de **31,300 UVT** o más en el año gravable anterior o en el actual.

El artículo establece que:

«(...) Para la prestación de servicios digitales desde el exterior se encuentran sujetos al impuesto sobre la renta, siendo necesario cumplir los numerales anteriores, las personas que presten cualquiera de los siguientes:

2.1. Los servicios de publicidad online,

2.2. Los servicios de contenidos digitales, sean online o descargables, incluyendo las aplicaciones móviles, libros electrónicos, música y películas.

2.3 Los servicios de transmisión libre, incluyendo programas de televisión, películas, “streaming” música, transmisión multimedia “podcasts” y cualquier forma de contenido digital.

2.4. Cualquier forma de monetización de información y/o datos de usuarios ubicados en el territorio nacional y que han sido generados por la actividad de dichos usuarios en mercados digitales.

2.5. Los servicios online de plataformas de intermediación.

2.6. Las suscripciones digitales a medios audiovisuales incluyendo, entre otras, noticias, magazines, periódicos, música, vídeo, juegos de cualquier tipo.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

2.7. *La gerencia, administración o manejo de datos electrónicos incluyendo el almacenamiento web, almacenamiento de datos en línea, servicios de intercambio de archivos o de almacenamiento en /a nube.*

2.8. *Los servicios o el licenciamiento de motores de búsqueda online, estandarizados o automatizados, incluyendo "software" personalizado.*

2.9. *El suministro de derecho de uso o explotación de intangibles.*

2.10. *Otros servicios electrónicos o digitales con destino a usuarios ubicados en el territorio nacional.*

2.11. *Cualquier otro servicio prestado a través de un mercado digital con destino a usuarios ubicados en el territorio nacional.*

PARÁGRAFO 1. Para efectos del numeral 1.1. del presente artículo se presume que existe una (s) interacción (es) deliberada (5) y sistemática (s) en el mercado colombiano, esto es, con cliente(s) y/o usuario(s) ubicado(s) en el territorio nacional cuando:

La persona no residente o entidad no domiciliada en el país mantenga una interacción o despliegue de mercadeo con trescientos mil (300.000) o más clientes y/o usuarios ubicados. en el territorio colombiano durante el año gravable anterior o el año gravable en curso; o

La persona no residente o entidad no domiciliada en el país mantenga o establezca la posibilidad de visualizar precios en pesos colombianos (COP) O permitir. el pago en pesos colombianos (COP). (...)

El Artículo también establece que estas reglas empezarán a regir el 1 de enero de 2024 y que el Gobierno Nacional reglamentará las obligaciones de retención y declaración como también los mecanismos de recaudo.

Así las cosas, mediante el Decreto 2039 el 27 de noviembre de 2023 se reglamentó el citado Artículo 20-3 del Estatuto Tributario definiendo condiciones más precisas para la aplicación de la "TRIBUTACIÓN POR PRESENCIA ECONÓMICA SIGNIFICATIVA -PES EN COLOMBIA".

Este decreto introduce diversas modificaciones y adiciones al **Decreto 1625 de 2016**, que es el marco normativo único en materia tributaria. A continuación, se destacan las principales disposiciones del decreto:

- **Definiciones Clave:** Se establecen definiciones importantes como "clientes", "usuarios", "interfaz digital" y "servicios digitales" alineándose con estándares internacionales. Los clientes son aquellos que contratan bienes o servicios en el país, mientras que los usuarios utilizan plataformas digitales identificándose a través de credenciales. La interfaz digital incluye sitios web, aplicaciones móviles y otros medios tecnológicos que facilitan la interacción con los usuarios, en tanto que los servicios



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

digitales son aquellos prestados a través de internet o redes electrónicas con mínima intervención humana.

- **Sujeción al Impuesto:** Las personas o entidades no residentes en Colombia que tengan presencia económica significativa deben cumplir con obligaciones tributarias. Para estar sujetas al impuesto, deben: Mantener interacciones sistemáticas en el mercado colombiano (tener más de 300.000 suscriptores en el país) y obtener ingresos brutos de 31,300 UVT o más en el año gravable anterior o actual. La obligación tributaria incluye optar entre declarar y pagar el impuesto sobre la renta a través de un formulario específico o pagar mediante retención en la fuente (pagos que se descontarán de la declaración anual).
- **Obligaciones de Registro:** Los contribuyentes deben inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) y cumplir con requisitos específicos para mantener su registro, garantizando la correcta identificación y formalización de sus obligaciones tributarias.
- **Prelación de Agentes de Retención:** Se establece un orden de prelación para los agentes responsables de la retención del impuesto, incluyendo entidades financieras y pasarelas de pago, para facilitar el proceso de recaudación.
- **Entrada en Vigencia:** Las disposiciones del decreto comenzarán a aplicarse a partir del 1 de enero de 2024, asegurando así un tiempo adecuado para la adaptación de los contribuyentes a las nuevas normativas

Este decreto representa un avance significativo en la regulación de la tributación para plataformas de servicios digitales que operan en Colombia, estableciendo un marco normativo que busca garantizar la equidad tributaria en un entorno digital en expansión, asegurando que las plataformas de servicios no residentes que operan en Colombia contribuyan adecuadamente a los ingresos fiscales del país.

De otra parte, adicional a lo señalado, se debe mencionar que la Superintendencia de Industria y Comercio tiene competencias para proteger los derechos de los usuarios de los servicios de comunicaciones. A través de la Dirección de Protección a Usuarios de Servicios de Comunicaciones, la Superintendencia supervisa las instrucciones que imparta en materia de protección a usuarios de dichos servicios de comunicaciones.

Finalmente, frente a la regulación en materia de derechos de autor, la Dirección Nacional de Derechos de Autor es el órgano institucional que se encarga del diseño, dirección, administración y ejecución de las políticas gubernamentales en materia de derecho de autor y derechos conexos.

3.3.5. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal

En Portugal existe un conjunto de entidades sectoriales (en concreto, entidades reguladoras) a las que se conceden las competencias enumeradas. Las principales diferencias con relación a



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

2021 surgen de la entrada en vigor del Reglamento de Servicios Digitales, cuya aplicación aún está en curso.

3.3.6. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

El 09 de diciembre de 2019 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley del Impuesto sobre la Renta, de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios y del Código Fiscal de la Federación”,¹ el cual estableció un régimen fiscal a cargo de los servicios OTT.

En ese sentido, el único tipo de regulación que recae sobre este tipo de servicios es la relativa al área impositiva o fiscal.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.3.7. Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

En diciembre de 2017 se produjo una reforma tributaria que grava a las OTT con el 21% de IVA (Ley 27.430), reglamentada e implementada desde 2018. Anteriormente, solo en la Ciudad de Buenos Aires (Resolución AGIP N° 593/2014) y la provincia de Santa Fe se aplicaba un impuesto a los Ingresos Brutos sobre estos servicios (artículo 177 del Código fiscal santafesino).

En diciembre de 2019 la Ley de Solidaridad y Reactivación Productiva N° 27.541 creó el Impuesto País (Para una Argentina Inclusiva y Solidaria). El decreto reglamentario 99/2019 en su art. 17 estableció una alícuota del 8% para los consumos de servicios digitales en el exterior.

3.4. EXISTENCIA DE PROYECTOS DE REGULACIÓN EN TRÁMITE.

PREGUNTA 3.2:

“3.2. ¿Se está contemplando la emisión de alguna regulación al respecto? En caso afirmativo, ¿qué tipo de regulación sería y en qué consiste?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

¹ Disponible en el enlace:

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5581292&fecha=09/12/2019



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Contestaron No:

- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.4.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

Existe la necesidad de adaptación del ordenamiento jurídico interno español a lo dispuesto en la DSA, cuya entrada en vigor se produjo el 17 de febrero de este año.

3.4.2. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Existe, a nivel de propuesta, la idea de ampliar las facultades del CNTV para poder llegar a algún tipo de regulación de plataformas de streaming, pero no se ha concretado nada aún.

Además, el CNTV ha generado insumos respecto del tema:

<https://cntv.cl/estudio-repositorio/cntv-y-desafios-regulatorios-a-50-anos/> (2020)

3.4.3. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

Como se mencionó en el apartado anterior, ya se cuenta con legislaciones recientes relacionadas con cuotas de pantalla y de tipo tributario aplicables a los servicios OTT. En la respuesta a la pregunta No. 4 se hace alusión a algunos proyectos de ley identificados durante la revisión realizada.

Mientras tanto, la CRC continúa realizando un seguimiento al comportamiento de usuarios de servicios de telefonía, mensajería y audiovisuales de comunicaciones (incluyendo los servicios OTT audiovisuales) y su impacto sobre los servicios de comunicaciones tradicionales, que eventualmente permitan identificar si existen indicios de sustitución o cambios en las dinámicas del mercado, que ameriten el trámite de posibles medidas regulatorias o no regulatorias.

3.4.4. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Este Instituto Federal de Telecomunicaciones tiene conocimiento de una “Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado y de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en materia de servicios digitales de contenido audiovisual”, presentada el 10 de septiembre de 2019 por el Senador Ricardo Monreal Ávila.²

²Disponible en el enlace: https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/2/2019-09-12-1/assets/documentos/Inic_Sen_Monreal_LIVAyLFTyR_120919.pdf



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Dicha propuesta, tiene por objeto, entre otros, establecer que los “servicios de contenidos audiovisuales prestados a través de Internet constituyen un servicio de televisión y audio restringido”, así como que para su prestación será necesario contar con una autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Asimismo, la referida iniciativa establece a cargo de los denominados “prestadores de servicios de audio y video restringido por Internet” la obligación de garantizar que el menos el treinta por ciento de su catálogo esté conformado con producción nacional que sea generada por una persona física o moral que no forme parte de dicho agente o de su grupo de interés.

Es de señalar que dicha iniciativa se encuentra en análisis y discusión desde el año 2019.

Por otro lado, el 13 de abril del año en curso, se publicó en la Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, la “Iniciativa que adiciona diversas disposiciones a la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, para establecer un gravamen a empresas extranjeras que comercialicen contenidos audiovisuales a través de Internet”, presentada por la diputada Reyna Celeste Ascencio Ortega.³

Entre otras cuestiones, dicha Iniciativa establece lo siguiente:

- Propone un impuesto del 7 por ciento al consumo de contenidos audiovisuales de empresas extranjeras de servicios OTT;

Propone que las empresas extranjeras audiovisuales que no cuenten con establecimiento en territorio nacional deberán pagar una tasa del 15 por ciento; elevando la tasa impositiva a fin de obligar a las plataformas extranjeras a que establezcan un domicilio en territorio nacional donde los usuarios puedan ejercer sus derechos.

3.4.5. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

(ERC)La regulación en curso en términos del Reglamento de Servicios Digitales, la cual debería estar terminada en mayo de 2024.

3.4.6. Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Con relación a proyectos y debates recientes sobre la regulación de los servicios pagos de video a demanda por streaming, en 2019 se presentó un proyecto de ley (5396-D-2019) para que el 10% del IVA que tributan las plataformas digitales sea destinado al Fondo de Fomento Cinematográfico (y el 11% restante a hacienda pública).

Este proyecto no registró avances en su gestión.

³ <http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/64/2021/abr/20210413-V.html#Iniciativa26>



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

Se han realizado charlas informativas sobre esta temática en las comisiones especializadas en medios y libertad de expresión tanto en la Cámara de Diputados como en la de Senadores. Hay varios debates y propuestas sectoriales pero por el momento no hay un proyecto de ley que se esté discutiendo en el Congreso.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron No:

3.4.7. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

La Ley 13/2022, de 7 de julio, es de reciente aprobación. En este sentido, de momento, se están implementando las previsiones de la Ley.

En el Parlament de Catalunya se ha estado tramitando el [Proyecto de Ley de la comunicación audiovisual de Catalunya](#), con los principales objetivos de adaptar la actual norma catalana ([Ley 22/2005, de 29 de diciembre](#)) a la gran transformación de este sector en ámbitos como la convergencia de medios de comunicación y el cambio de hábitos comunicativos del público, y de defender el sector audiovisual catalán.

Concretamente, en cuanto a los medios de comunicación audiovisual, el Proyecto de ley amplía las medidas para proteger el catalán y el aranés no sólo en la programación de los servicios lineales de comunicación audiovisual públicos y privados (radio y televisión) sino también en los catálogos de los servicios a petición, además del ámbito digital y de las redes sociales, los sistemas operativos y equipos de consumo.

ATENCIÓN: Dada la convocatoria de elecciones al Parlament de Catalunya, por medio del [Decreto 60/2024, de 12 de marzo](#), previstas para el 12 mayo de 2024, esta iniciativa legislativa de actualización de la Ley de la comunicación audiovisual catalana ha decaído, junto con el resto de iniciativas que se encontraban actualmente en tramitación en el Parlament. Esperamos que la tramitación del Proyecto de ley pueda retomarse durante la próxima legislatura parlamentaria

3.5. EXISTENCIA DE UN DEBATE SOBRE PERTINENCIA Y FORMA DE REGULAR LAS PLATAFORMAS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

PREGUNTA 3.3:

“3.3. ¿Existe un debate dentro de su jurisdicción sobre la pertinencia y la forma de regular las plataformas OTT, en especial las de transmisión de contenidos audiovisuales?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Contestaron No:

Únicamente Consejo de Comunicación (CC) – Ecuador, señalo que este debate no es relevante en el país.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.5.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

En el ámbito español, se considera que el debate se ha resuelto con la aprobación de dos normas de ámbito europeo, el mencionado Reglamento de DSA y el Reglamento de DMA, que constituyen un conjunto único de normas que se aplican en toda la UE con dos objetivos principales:

- Crear un espacio digital más seguro en el que se protejan los derechos fundamentales de todos los usuarios de servicios digitales
- Establecer unas condiciones de competencia equitativas para fomentar la innovación, el crecimiento y la competitividad, tanto en el mercado único europeo como a escala mundial.

3.5.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

Durante la elaboración del Proyecto de ley referenciado en la pregunta anterior, la ponencia parlamentaria correspondiente convocó a personas profesionales del sector audiovisual para que dieran su parecer respecto al contenido del Proyecto de ley, especialmente por lo que respecta a la regulación de las plataformas OTT y las plataformas de intercambio de videos.

Consulten [aquí](#) un resumen de la comparecencia ante la ponencia parlamentaria del Presidente del CAC/PRAI.

3.5.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Es un debate a nivel de Congreso y expertos.

3.5.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

La regulación de las plataformas OTT es un tema de debate muy vigente en Colombia, entre los diferentes actores públicos y privados del sector telecomunicaciones e igualmente a nivel académico.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

En 2024, el Taller Internacional de Regulación tuvo como tema central el relacionado con los mercados y servicios digitales, lo que implica abordar las diferentes posturas y el intercambio de experiencias sobre aproximaciones a la regulación de las plataformas OTT.

Adicionalmente, según se reportó previamente en 2022, los operadores de TV por suscripción, a través de una consulta pública realizada por la CRC en el marco del proyecto de Actualización Normativa en Materia de Contenidos, así como en los comentarios a la formulación del problema del proyecto de Reportes de Información de Contenidos Audiovisuales, manifestaron como una de sus principales preocupaciones que la (nueva) normativa no tenga en cuenta el impacto de las plataformas OTT en el mercado.

También se trata de un debate que está ganando relevancia en las discusiones a nivel académico y de la sociedad civil.

3.5.5. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Como se desprende de la respuesta anterior, existen diversas propuestas de regular servicios OTT de contenidos audiovisuales. Asimismo, en diversos foros realizados en materia de telecomunicaciones se ha abordado la necesidad de regular o no este tipo de servicios.

3.5.6. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

El debate existe, concretamente sobre la identificación de contenidos ilegales y las formas de actuar ante contenidos sensibles, en particular aquellos cuyo acceso debería restringirse a niños y jóvenes.

3.5.7. Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) – Argentina

Tal como se respondió en la pregunta anterior, se han realizado debates públicos e informativos en el marco del Congreso nacional y existen distintos pronunciamientos de actores y gremios del sector. Pero al no contar con proyectos específicos en tratamiento legislativo respecto de regulación audiovisual o TIC para los OTT audiovisuales no hay por el momento mayores precisiones.

3.6. EXISTENCIA DE PROYECTOS DE LEY EN TRÁMITE, INICIATIVAS O POLÍTICAS PÚBLICAS EN TRÁMITE O APROBADAS, EN MATERIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, QUE INCLUYAN DISPOSICIONES SOBRE SERVICIOS OTT.

PREGUNTA 4:

“4. ¿Existen proyectos de ley en trámite, iniciativas o políticas públicas en trámite o aprobadas, en materia de contenidos audiovisuales, que incluyan o contemplen regulaciones o condiciones relacionadas con la prestación de servicios OTT?”

Contestaron Sí:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) – España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.6.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) – España

Entre las principales iniciativas legislativas y políticas en materia de contenidos audiovisuales, que incluyan o contemplen regulaciones o condiciones relacionadas con la prestación de servicios OTT, se encuentran los siguientes procesos legislativos:

- Aprobación de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), de 7 de julio de 2022.
- Aprobación del Real Decreto por el que se crea el Registro estatal de prestadores y publicidad del régimen de propiedad de los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- En diciembre de 2023, el Gobierno presentó el proyecto de Real Decreto que concreta los umbrales de audiencia y de ingresos que han de darse para considerar a un usuario de un servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma como “usuario de especial relevancia”. Se espera que el Real Decreto se apruebe a lo largo del primer semestre de 2024.

Por otra parte, el Gobierno de España ha anunciado la elaboración de un Proyecto de Ley para la protección integral de los menores en Internet. En esta misma línea, el Gobierno ha puesto en marcha un comité de expertos que durante los próximos seis meses analizará el impacto de las tecnologías en los menores y diseñará un plan para garantizar su protección de los riesgos de Internet y promueva un uso responsable de los dispositivos digitales. La CNMC es una de las autoridades que integra el grupo.

Otra iniciativa pública en este ámbito es la publicación por parte de la CNMC en diciembre de 2023 de una consulta pública sobre los criterios para garantizar la idoneidad de los sistemas de verificación de edad en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataformas sobre contenidos perjudiciales para el menor.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3.6.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

Hasta hace unas semanas se estaba tramitando el Proyecto de ley de actualización de la Ley de la comunicación audiovisual de Catalunya. Dada la convocatoria de elecciones al Parlament de Catalunya, esta tramitación ha decaído, a la espera de la nueva composición parlamentaria que surja de los resultados de las elecciones previstas para el 12 de mayo de 2024.

Ver respuesta a la pregunta 3.2.

3.6.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

1. *Proyecto de ley que regula plataformas digitales:*
 - <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlID=15047&pr mBOLETIN=14561-19>
 - *Propuesta ingresada en septiembre de 2021, se encuentra aún en trámite.*
2. *Proyecto de ley que modifica diversos cuerpos legales, con el objeto de otorgar protección a las personas frente a contenidos falsos o discursos de odio publicados o difundidos en plataformas digitales*
 - <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlID=16131&pr mBOLETIN=15603-07>
 - *Propuesta ingresada en diciembre de 2022, tramitación terminada, pendiente de publicación final.*
3. *Proyecto de ley que regula la difusión de contenidos, información y servicios en plataformas digitales y redes sociales*
 - <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlID=15276&pr mBOLETIN=14785-24>
 - *Propuesta ingresada en diciembre de 2021, se encuentra aún en trámite.*
4. *Proyecto de ley que modifica la ley N°18.168, General de Telecomunicaciones, para exigir de los proveedores de internet, de modo obligatorio y sin costo para el cliente, un mecanismo de bloqueo de contenidos inapropiados para menores*
 - <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlID=14098&pr mBOLETIN=13558-15>
 - *Propuesta ingresada en junio de 2020, aún en trámite.*
5. *Proyecto de ley que modifica la ley N° 18.168, Ley General de Telecomunicaciones, con el objeto de regular el acceso a contenidos en internet dañinos para menores de edad.*
 - <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlID=15891&pr mBOLETIN=15375-15>
 - *Propuesta presentada en septiembre de 2022, aún en trámite.*
6. *Proyecto de ley que modifica la ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, para exigir a proveedores de acceso a internet la implementación de mecanismos de verificación de edad, a fin de restringir el acceso de menores a contenido sexual explícito*



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- <https://www.camara.cl/legislacion/ProyectosDeLey/tramitacion.aspx?prmlD=16998&prMBOLETIN=16431-15>

Propuesta presentada en noviembre de 2023, aún en trámite.

3.6.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

No se identificaron iniciativas específicas nuevas disponibles a la fecha para consulta. Se destaca la normativa o reglamentación recientemente aprobada, mencionada en los numerales anteriores, sobre cuotas de pantalla e imposición de nuevas obligaciones tributarias para los servicios OTT.

Sin embargo, considerando que la Ley de Televisión Colombiana data de 1995, desde diversos sectores, especialmente el académico y la sociedad civil, se plantea la necesidad de realizar una actualización integral de esta normatividad, ajustándola a las realidades del auge digital que hoy prevalece, modernizando la organización del sector y las competencias regulatorias y de vigilancia y control de las entidades que lo conforman, incluyendo por supuesto el alcance de las funciones de la CRC respecto a los servicios OTT audiovisuales. Esta necesidad eventualmente puede dar origen a un proyecto de ley en el mediano plazo.

Adicionalmente, retomando la revisión realizada en el último diagnóstico, se identificaron algunos proyectos de ley presentados en los últimos años.

Sobre aspectos impositivos, adicional a las normas recientemente aprobadas, también han existido proyectos de ley que abordan aspectos relacionados con los servicios OTT, como el proyecto 484 de 2020 “Por medio del cual se establece un impuesto territorial a las plataformas electrónicas o digitales y similares” que fue archivado al ser conceptualizado como no viable, especialmente por deficiencias en sus planteamientos de una doble tributación a nivel territorial no compatible con los últimos desarrollos legales en la materia.

De otra parte, cabe mencionar que, en 2023, el proyecto de ley del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 incluía un artículo que modificaba las funciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), ampliando sus competencias para requerir el reporte de información por parte de los operadores de servicios OTT.

El artículo fue aprobado en el primer debate realizado en la Cámara de Representantes, pero posteriormente fue suprimido del proyecto de ley, pues grupos de presión difundieron mediáticamente argumentos en contra de su aprobación, señalando riesgos a la intimidad y la posibilidad de acceso a información privada de los usuarios sin orden judicial, particularmente de aplicaciones de mensajería. La CRC aclaró que el artículo no tenía este alcance y precisó que únicamente se trataba de la ampliación de una función que ya cumple el regulador, por ejemplo respecto a los operadores de telecomunicaciones, quienes deben reportar los datos agregados en materia de usuarios o suscriptores, ingresos, planes, condiciones de contratación y tráfico (cuántas llamadas se hacen, cuántos mensajes se envían y cuántos GB se consumen a través de estos servicios), entre otros, lo cual permite contar con insumos para la toma de



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

decisiones en relación con los servicios y mercados regulados por la CRC, así como poner a disposición del país cifras oficiales en el portal de datos abiertos de esta entidad.

Pese a que la iniciativa no prosperó, la necesidad de contar con información de las plataformas OTT para la toma de decisiones regulatorias subsiste y es cada vez más evidente con el creciente auge de los servicios digitales, por lo que no se descarta que en un futuro próximo la propuesta regulatoria sea incluida en otro proyecto de Ley.

De otra parte, pese a no referirse específicamente a regulación de servicios OTT audiovisuales se identificó el Proyecto de Ley 261 de 2024 - Senado, *“Por medio de la cual se regula el acceso de niños, niñas y adolescentes a los servicios de redes sociales, plataformas digitales de interacción social, internet y se dictan otras disposiciones-Ley de protección a menores de edad en redes sociales-”*, el cual al referirse a plataformas digitales puede tener impacto sobre los servicios OTT de contenidos audiovisuales que operan en Colombia.

3.7. OBLIGACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT DE CONTAR CON OFICINAS O REPRESENTANTES.

PREGUNTA 5:

“5. ¿Dentro de su jurisdicción, los servicios OTT tienen la obligación de contar con oficinas o representantes?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) – Argentina

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

3.7.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

De acuerdo con la LGCA, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual han de inscribirse en el **Registro estatal o autonómico**, según corresponda en función de su ámbito de actuación. Entre los datos objeto de inscripción en el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual debe incluirse el punto de contacto con el prestador a



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

disposición el espectador para la comunicación directa con el responsable editorial y garantizar el derecho de queja y réplica. Así mismo, los prestadores de servicios de intercambio de vídeos establecidos en España están obligados a registrarse en el Registro estatal.

Por otra parte, el Reglamento DSA, en su **artículo 11**, establece que *“Los prestadores de servicios intermediarios designarán un punto único de contacto que les permita ponerse en comunicación directamente, por vía electrónica, con las autoridades de los Estados miembros, con la Comisión y con la Junta a que se refiere el artículo 61 con respecto a la aplicación del presente Reglamento”*.

Además, el **artículo 12** indica que *“Los prestadores de servicios intermediarios designarán un punto único de contacto que permita a los destinatarios del servicio comunicarse directa y rápidamente con ellos, por medios electrónicos y de manera sencilla, también permitiendo a los destinatarios del servicio elegir los medios de comunicación, que no se basarán únicamente en herramientas automatizadas”*.

Por último, el **artículo 13** señala que los prestadores de servicios intermediarios que no tengan un establecimiento en la Unión pero que ofrezcan servicios en la Unión designarán, por escrito, a una persona física o jurídica para actuar como su representante legal en uno de los Estados miembros en los que el prestador ofrezca sus servicios.

3.7.2. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Deben tener domicilio tributario, para enterar el impuesto al valor agregado del 19% (IVA), que deben cobrar mensualmente a los abonados, y que deben enterar en arcas fiscales.

3.7.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

(ERC) Los servicios que estén bajo la jurisdicción del Estado portugués deberán registrarse en el ERC con contactos identificados.

Los servicios audiovisuales que se dirijan a audiencias situadas en territorio portugués, pero que tengan jurisdicción en otro Estado miembro, si son servicios audiovisuales bajo demanda, están obligados a identificar a un representante del operador a efectos de realizar inversiones en obras europeas.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron No:

Quienes contestan No, precisan:

3.7.4. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

En principio no habría una obligación de domicilio. La Directiva de servicios de comunicación audiovisual, así como las legislaciones que la implementan en cada uno de los 27 Estados miembros de la Unión Europea, establecen en su articulado las previsiones relativas a la consideración del domicilio del prestador de servicios bajo demanda (OTT).



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

El domicilio determina la competencia de la autoridad reguladora. En la Unión Europea rige el principio de país de origen de las emisiones. Esto quiere decir que un regulador OTT está sujeto únicamente a la normativa del país de la UE en el cual tenga el domicilio, o preste principalmente sus actividades. La Directiva de servicios de comunicación audiovisual establece una serie de criterios para determinar la jurisdicción del país miembro de la Unión Europea respecto a las OTTs domiciliadas en los territorios de la Unión.

Como ya hemos manifestado anteriormente, la Ley 13/2022, de 7 de julio, incorpora al ordenamiento jurídico español la citada Directiva europea. En concreto, el artículo 3 establece las reglas para determinar que un prestador de servicios de comunicación audiovisual está domiciliado en el estado español:

Artículo 3. Ámbito de aplicación.

1. El servicio de comunicación audiovisual está sujeto a lo dispuesto en esta ley siempre que el prestador de dicho servicio se encuentre establecido en España.

2. A los efectos del apartado anterior, se considera que un prestador del servicio de comunicación audiovisual está establecido en España en los siguientes supuestos:

a) Cuando el prestador tiene su sede central en España y las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en España.

b) Cuando el prestador tiene su sede central en España, aunque las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en otro Estado miembro de la Unión Europea, siempre que una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaje en España.

c) Cuando el prestador tiene su sede central en otro Estado miembro de la Unión Europea, las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en España, y una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaja en España.

d) Cuando el prestador tiene su sede central en España y una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual trabaja en España y en otro Estado miembro.

e) Cuando el prestador inició por primera vez su actividad en España, siempre y cuando mantenga un vínculo estable y efectivo con la economía de España, aunque una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual no trabaje ni en España ni en ningún Estado miembro.

f) Cuando el prestador tiene su sede central en España, pero las decisiones sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en un Estado que no forma parte de la Unión Europea, o viceversa, siempre que una parte significativa del personal que realiza las actividades del servicio de comunicación audiovisual trabaje en España.

g) Cuando el prestador al que no se le aplique lo establecido en las letras anteriores se encuentre en alguno de los siguientes casos: 1.º Utiliza un enlace ascendente con un satélite situado en España. 2.º Utiliza una capacidad de satélite perteneciente a España, aunque no use un enlace ascendente con un satélite situado en España.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

3. El prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está sujeto a lo dispuesto en esta ley siempre que se encuentre establecido en España, de conformidad con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

4. El prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma que no esté establecido en un Estado miembro se considerará establecido en España a efectos de la presente ley cuando dicho prestador:

a) Tenga una empresa matriz o una empresa filial establecida en España,
o b) forme parte de un grupo y otra empresa de ese grupo esté establecida en España. A estos efectos se entenderá por: 1.º) «Sociedad matriz»: Una sociedad que controla una o varias empresas filiales. 2.º) «Empresa filial»: Una empresa controlada por una sociedad matriz, incluidas las empresas filiales de una empresa matriz de mayor jerarquía. 3.º) «Grupo»: Una empresa matriz, todas sus empresas filiales y todas las demás empresas que tengan vínculos organizativos, económicos y jurídicos con ellas.

5. A efectos de la aplicación del apartado anterior, cuando la empresa matriz, la empresa filial o las demás empresas del grupo estén establecidas en distintos Estados miembros, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si está establecida en España su empresa matriz o, en su defecto, si lo está su empresa filial o, en su defecto, si lo está la otra empresa del grupo. Y

6. A efectos de la aplicación del apartado 5, cuando existan varias empresas filiales y cada una de ellas esté establecida en un Estado miembro diferente, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si la filial establecida en España inició su actividad en primer lugar, siempre que mantenga una relación estable y efectiva con la economía de España. Cuando existan varias empresas que formen parte del grupo y cada una de ellas esté establecida en un Estado miembro diferente, se considerará que el prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma está establecido en España si una de dichas empresas inició su actividad en España en primer lugar, siempre que mantenga una relación estable y efectiva con la economía de España.

7. El prestador del servicio de comunicación audiovisual que estando establecido en otro Estado miembro dirija sus servicios al mercado español estará obligado a cumplir con lo establecido en la sección 3.ª del capítulo III del título VI.

8. Están excluidas con carácter general del ámbito de aplicación de esta ley, y solo les serán de aplicación las disposiciones que expresamente se refieran a ellos:

a) Las redes y servicios de comunicaciones electrónicas utilizados para el transporte y difusión de la señal del servicio de comunicación audiovisual, sus recursos asociados y los equipos técnicos necesarios para la recepción de la comunicación audiovisual, cuyo régimen será el propio de las telecomunicaciones.

b) Las personas físicas o jurídicas que únicamente difundan o transporten la señal de programas audiovisuales cuya responsabilidad editorial corresponde a terceros.

c) Los sitios webs privados y las comunicaciones audiovisuales que no constituyan medios de comunicación de masas en los términos definidos en la Directiva 2010/13/UE del Parlamento



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), que no estén destinadas a una parte significativa del público y no tengan un claro impacto sobre él y, en general, cualesquiera actividades que no compitan por la misma audiencia que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual o los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

3.7.5. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

En Colombia no existe una disposición legal específica que establezca que los servicios OTT tengan la obligación de contar con oficinas o representantes en el país. No obstante, las nuevas disposiciones tributarias pueden conllevar esta posibilidad, puesto que la formalización del Registro Único Tributario requiere al contribuyente informar una dirección de notificación y contar con un representante legal responsable de la gestión tributaria ante las autoridades nacionales.

En este contexto, con independencia de la obligación legal de contar con oficinas o representantes, las plataformas de streaming (OTT) que cuentan con oficinas físicas o representantes en Colombia, junto con el alcance de su presencia en el país, son:

- Netflix: Tiene oficinas en Bogotá y ha invertido significativamente en la producción de contenido local. Ha colaborado con productores y talentos colombianos para crear series y películas que se distribuyen tanto nacional como internacionalmente.
- Amazon Prime Video: Amazon cuenta con oficinas en Bogotá dedicadas principalmente a temas relacionados con su plataforma de comercio electrónico, también ofrece Amazon Prime Video en el país.
- Disney+: Cuenta con oficinas en Bogotá desde la cual gestionan su presencia en marketing y relaciones comerciales en el país.
- Claro Video y Movistar Play: Como extensiones de las empresas de telecomunicaciones Claro y Movistar, estas plataformas cuentan con una fuerte presencia física en Colombia. Tienen oficinas y personal que gestionan servicios de streaming junto con sus ofertas de telecomunicaciones.
- Caracol Play y RCN: Estas plataformas pertenecen a canales de televisión colombianos y operan desde Colombia. Tienen oficinas físicas y se centran en la producción y distribución de contenido nacional.
- RTVCPlay: Es la plataforma de streaming de la Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC). Al ser un medio público, tiene oficinas y operaciones dentro del país.

3.7.6. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Actualmente, la legislación no prevé la obligación por parte de las plataformas OTT de contenidos audiovisuales de contar con oficinas o representantes.

Sin embargo, según el Decreto por el que se reformaron y adicionaron diversas disposiciones de la Ley del Impuesto al Valor Agregado y de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en materia de servicios digitales de contenido audiovisual, que ya se refirió en el presente cuestionario, se estableció a cargo de los “residentes en el extranjero sin establecimiento en México que proporcionen servicios digitales a receptores ubicados en territorio nacional” el requisito de designar un representante legal y proporcionar un domicilio en territorio nacional para efectos de notificación y vigilancia del cumplimiento de las obligaciones fiscales.

En ese sentido, para efectos de sus obligaciones fiscales, los prestadores de servicios OTT de contenidos audiovisuales tienen como requisito el de designar un representante legal y proporcionar un domicilio en territorio nacional para tales fines.

3.8. ESTUDIOS O MONITOREOS DE LA OFERTA, DEMANDA Y CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES A TRAVÉS DE PLATAFORMAS OTT

PREGUNTA 6:

“6. ¿El organismo realiza el monitoreo de la oferta, demanda y consumo de contenidos audiovisuales a través de plataformas OTT, o cuenta con estudios, informes o algún otro tipo de información al respecto (interna o externa)? Dentro de los estudios mencionados pueden considerarse particularmente aquellos relacionados directamente con OTT (incremento de oferta, demanda y consumo de contenidos audiovisuales), así como con infraestructura y tecnología que sea utilizada para el consumo de OTT (penetración de banda ancha móvil y fija, dispositivos terminales móviles y fijos, etc.)”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Ninguno explica su respuesta.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

Quienes contestaron Sí, explican:

3.8.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

La CNMC elabora con periodicidad semestral una **encuesta a hogares e individuos sobre su consumo audiovisual**. La última disponible, que se llevó a cabo en el cuarto trimestre de 2022 e incluyó a 5.350 hogares y 9.149 individuos, arrojó las siguientes conclusiones principales:

- Cada vez hay más individuos que consumen contenidos audiovisuales a través de Internet, de manera abierta o de pago. En el cuarto trimestre de 2022, casi la mitad de los españoles (47%) consumieron contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana, un 3% más que en el mismo trimestre del año anterior
- A través de plataformas online de pago, como Netflix, HBO o Amazon Prime Video. A finales de 2022, este tipo de plataformas de pago estaban presentes en el 59,2% de los hogares con acceso a Internet.
- Casi la mitad de los españoles (47%) consumen contenidos audiovisuales online al menos una vez a la semana. Las series (64,2%) desbancan a los informativos (61,7%) en el ranking de contenidos audiovisuales más vistos, liderado por las películas (75,8%).

Además, la CNMC realiza anualmente el **Informe Económico Sectorial de las Telecomunicaciones y el Audiovisual**. De la última edición publicada, correspondiente al año 2022, una de las principales magnitudes a destacar es que la facturación al cliente final por todos los servicios de comunicaciones electrónicas y audiovisuales en 2022 superó los 24 mil millones de euros y aumentó un 0,8%

con respecto a 2021, un incremento inferior al registrado en 2021, que fue del 3,1%.

En cuanto a la promoción de la obra audiovisual europea, la última edición del **Informe Bial Cuota Obra Europea**, correspondiente al periodo 2019-2021, aporta la siguiente información:

- Los datos estadísticos correspondientes al período comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2021, en relación con la promoción de las obras europeas en los servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición.
- Los datos estadísticos correspondientes al período comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2021, en relación con la promoción y distribución de las obras europeas en los servicios lineales.

En “CNMC Data” existe información más actualizada de los datos del sector: **<https://data.cnmc.es/>**

3.8.2. Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)

Los informes/iniciativas del CAC lo son en relación con la vertiente de contenidos.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- [Boletín sobre Información del Audiovisual en Cataluña \(BIAC\)](#) En este boletín se actualizan cada 4 meses los datos relativos a las suscripciones a los servicios IPTV y OTT de pago.
- [Informe CAC sobre la presencia del catalán en Netflix](#) (Mayo de 2020)
- [Informe del CAC analizando la presencia de obras audiovisuales europeas en los catálogos de Amazon Prime Video, Disney+, Filmin y HBO](#) (Junio de 2021)
- [A partir de la campaña navideña de 2018-2019, hasta la actualidad, el CAC ha introducido en los informes sobre las campañas publicitarias navideñas de juguetes, el análisis de esta publicidad en las plataformas de intercambio de videos \(YouTube, etc.\)](#) (el último informe se ha publicado en febrero de 2024)

3.8.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

1. *X Encuesta Nacional de TV (2021), se actualiza cada 3 años.*
 - <https://cntv.cl/estudio-repositorio/x-entv-2021-principales-resultados/>
2. *Desafíos regulatorios en la Era Digital (2020)*
 - <https://cntv.cl/estudio-repositorio/desafios-regulatorios-en-la-era-digital/>
3. *Mapa de la TV en Chile y Consumo de Medios (2023). Presenta datos estadísticos sobre formas y hábitos de consumo de medios audiovisuales, junto con características sociodemográficas de las audiencias (sexo, edad y GSE), uso de dispositivos, plataformas y tecnologías; actualización semestral.*
 - <https://cntv.cl/mapa-de-la-tv-en-chile-y-consumo-de-medios/>
4. *"Debates sobre la regulación y desafíos regulatorios en tiempos de convergencia" (2023). Conversatorio donde participaron: Ana Bizberge: Doctora en Ciencias Sociales, Investigadora; Universidad de Buenos Aires y Universidad General San Martín; Joan Barata: Experto en libertad de expresión y regulación de medios; Martín Becerra: Doctor en Ciencias de la Información, profesor titular; Universidad Nacional de Quilmes y Universidad de Buenos Aires.*
 - <https://www.youtube.com/watch?v=4SnF7zaSo1U>
5. *"Experiencias comparadas, avances latinoamericanos y preocupaciones latentes" (2023). Conversatorio donde participaron: Chiara Sáez: Doctora en Comunicación, Investigadora; FCEI Universidad de Chile, responsable del proyecto regulación convergente; Gustavo Gómez: Director Ejecutivo; Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM); Patricia Peña: Experta en comunicación y tecnologías digitales, políticas públicas y convergencia tecnológica, académica e investigadora; FCEI Universidad de Chile.*
 - <https://www.youtube.com/watch?v=dVQz9sup2ug&t=1s>

3.8.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

La CRC contrata anualmente la realización de un estudio denominado "El Rol de los Servicios OTT en el Sector de las Comunicaciones de Colombia". La metodología aplicada es estimación de modelo econométrico con base en los resultados de una encuesta.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

Actualmente se cuenta con los resultados de los estudios de 2018, 2019, 2021, 2022 y 2023. Los principales resultados se pueden consultar en la plataforma de datos de la CRC denominada Postdata, en los siguientes vínculos web:

<https://www.postdata.gov.co/dataset/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2018>

<https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2019>

<https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2021>

<https://www.postdata.gov.co/dataset/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2022>

<https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023>

A continuación se transcriben los principales hallazgos del Estudio versión 2023:

El conocimiento de las dinámicas de los servicios OTT dentro del sector de comunicaciones hace parte de la agenda de la CRC desde 2017, pues constituye un insumo muy relevante para la formulación de políticas públicas y regulación en busca del desarrollo del sector TIC. En la publicación de los resultados de la versión 2023, la CRC presenta el estudio sobre el rol de los servicios “Over the Top” (OTT) a partir de los resultados de las encuestas aplicadas a 1.199 empresas y 2.691 hogares colombianos. Este estudio permite medir los hábitos de consumo, tenencia y uso de equipos o dispositivos por parte de las empresas y hogares colombianos, así como tener un mejor entendimiento sobre el estado y la evolución de las preferencias sobre los servicios OTT y tecnologías y su relación con los servicios de comunicaciones tradicionales.

A continuación, se listan algunos de los principales resultados del estudio para el segmento hogares:

Resultados en hogares:

- El 97% de las personas reportan tener al menos televisor, ya sea Smart TV o televisor básico, siendo este el equipo de mayor penetración en los hogares colombianos.
- El 39% de los hogares tienen accesos a algún tipo de computador (portátil o de escritorio) y el 10% a dispositivos tipo Tablet.
- En promedio los hogares cuentan con 1.4 televisores de tipo Smart TV. Se evidencia que esta proporción se mantiene para el Televisor Básico y caja para streaming entre los hogares que dicen tener al menos uno de estos dispositivos.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

- El 44% de los hogares cuenta con servicios empaquetados de internet fijo, telefonía fija y televisión por suscripción. Esta modalidad de servicio se destaca en regiones como Antioquia, Cundinamarca y suroccidente, mientras que a nivel municipal resaltan los aquellos clasificados en el grupo de municipios de desempeño alto y moderado.
- El sistema de señal cerrada es el más utilizado para recibir la señal de televisión. La TDT es más utilizada en televisores básicos.
- El 92% de los colombianos manifiesta tener teléfono celular para su uso personal.
- 4 de cada 10 colombianos manifiestan acceder a alguna plataforma de contenido audiovisual. Siendo la plataforma líder Netflix mencionada por el 46% de los usuarios, seguida por YouTube, Amazon Prime y Disney+ con el 10% respectivamente.
- El 59% de los colombianos manifiesta haber consumido música el último mes, el 22% de manera frecuente, mientras que el 37% lo hace de manera más esporádica.

3.8.5. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como órgano regulador del Estado Mexicano, tiene dentro de sus atribuciones realizar estudios e investigaciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, así como elaborar proyectos de actualización de las disposiciones legales y administrativas que resulten pertinentes, para ello, invierte en la realización de diversos instrumentos a fin de dimensionar el comportamiento de los consumidores de los contenidos audiovisuales.

En este sentido es que el Instituto ha publicado alrededor de 25 estudios cuantitativos y cualitativos de 2015 a la fecha. Específicamente las investigaciones y estudios realizados a partir de 2021 son:

ENCUESTAS

1. **ENCUESTA NACIONAL DE CONSUMO DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (ENCCA 2020-2021, 2022 Y 2023):** la cual destina una sección específica del consumo de contenidos audiovisuales a través de internet. Para conocer su metodología y resultados se incluye la relación de hipervínculos donde se puede consultar.
 - **ENCCA 2020-2021**
 - **ENCCA 2022**
 - **ENCCA 2023**
2. **ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES (ENDUTIH 2021, 2022):** El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), realiza la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022. Su finalidad es obtener datos sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones en los hogares, así como su utilización por los individuos de 6 años o más en México. Lo anterior, a fin de contar con datos para apoyar la toma de decisiones en materia de políticas públicas. También ofrece elementos de análisis en estudios nacionales e internacionales para las y los usuarios interesados en la materia.

- **ENDUTIH 2021**
- **ENDUTIH 2022**

REPORTES, INFOGRAFÍAS

3. **REPORTES DE OFERTA Y DEMANDA DE PLATAFORMAS OTTS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO:** en estos se pueden observar las principales características tanto de la oferta como de la demanda de estos servicios, así como las tendencias en los últimos años. Para conocer su metodología y resultados se incluye la relación de hipervínculos donde se puede consultar.

- **OFERTA Y DEMANDA DE OTTS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO 2021**
- **COMPARATIVO OFERTA Y DEMANDA DE OTTS CONTENIDOS AUDIOVISUALES MÉXICO LATINOAMÉRICA 2021**
- **INFOGRAFÍA: OFERTA DE OTTS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO 2021**
- **INFOGRAFÍA: DEMANDA DE OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO 2021**
- **INFORME: DEMANDA DE OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO 2022**
- **INFOGRAFÍA: DEMANDA DE OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO 2022**

ESTUDIOS CUALITATIVOS

4. **ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y ACTITUDES DE LAS AUDIENCIAS RESPECTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES QUE TRANSMITEN:** el cual tuvo el objetivo de identificar las competencias y habilidades que permiten a las audiencias utilizar los medios de comunicación de forma crítica y ética, logrando comprender su papel, funciones, técnicas, uso e impacto; así como evaluar por qué, cuándo y cómo usar las herramientas que éstos proporcionan. Participaron personas de 5 a 64 años de edad, habitantes de ocho ciudades del país; así como especialistas en medios de comunicación, derechos humanos y educación. En este se detallaron aspectos relacionados a la infraestructura tecnológica de las audiencias destinadas al consumo de contenidos a través de internet, así como a sus hábitos de exposición y apropiación a estos.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

5. **ESTUDIO CUALITATIVO RELACIÓN DE LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y ADULTAS DE PUEBLOS Y COMUNIDADES INDÍGENAS CON LA RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET:** el cual tuvo el objetivo de identificar, analizar y explicar la relación de las audiencias de los pueblos y comunidades indígenas con la radio, la televisión e internet; se analizó la utilidad que estos medios tienen en su vida cotidiana, sus expectativas respecto a su uso y, las formas en las que estas expectativas son cubiertas en el marco de sus realidades personales, familiares y comunitarias. Participaron niñas y niños, adolescentes y personas adultas, de siete comunidades indígenas del país. En este, se detallaron los hábitos de consumo y dinámicas de apropiación de medios y contenidos audiovisuales (entre ellos OTTs).
6. **REPRESENTACIÓN DE LA DIVERSIDAD SEXUAL EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES:** tuvo el objetivo de detallar y comprender la opinión que las audiencias mayores de edad tienen respecto de la representación que los medios de comunicación hacen de la diversidad sexual a través de sus contenidos. Participaron personas pertenecientes al espectro de la diversidad sexual, habitantes de ocho ciudades del país y especialistas en la materia. El estudio cuenta con un apartado específico en el que se detalla el consumo de medios digitales, así como la infraestructura tecnológica para este objetivo. Asimismo, se analizaron contenidos de plataformas OTTs y redes sociales, esto desde la perspectiva de la igualdad y la no discriminación.
7. **HÁBITOS DE CONSUMO DE MEDIOS EN POBLACIONES RURALES:** tuvo el objetivo de identificar, analizar y explicar la utilidad de la radio, televisión e internet en la vida diaria de las poblaciones rurales en el país, tanto en población infantil como en adulta. En este participaron niñas, niños, adolescentes y personas adultas, de ocho poblaciones rurales del país. En el cual se detallaron los hábitos de consumo y dinámicas de apropiación de medios y contenidos audiovisuales (entre ellos OTTs) en personas habitantes de localidades rurales del país delimitadas por niveles de marginación muy bajos y muy altos.

ANUARIOS ESTADÍSTICOS

8. **ANUARIOS ESTADÍSTICOS:** Se elabora con la información del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), aquella proporcionada por los operadores del sector de telecomunicaciones y la publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Secretaría de Economía (SE) y el Consejo Nacional de Población (CONAPO). El Anuario está estructurado en dos apartados: 1) Análisis nacional y 2) Análisis por entidad federativa. Los indicadores presentados para el análisis nacional se clasifican en ocho secciones:
 1. Indicadores económicos de las TyR
 2. Servicios fijos de telecomunicaciones
 3. Servicios móviles de telecomunicaciones
 4. Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)
 5. Usuarios de servicios de telecomunicaciones
 6. Indicadores con perspectiva de género
 7. Indicadores de radiodifusión



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

8. Consumo de radio y televisión.

- **ANUARIO ESTADÍSTICO 2021**
- **ANUARIO ESTADÍSTICO 2022**
- **ANUARIO ESTADÍSTICO 2023**

Con estos Estudios e Investigaciones, el IFT contribuye con la ciudadanía y la sociedad del conocimiento a profundizar en la reflexión respecto al avance del consumo de contenidos audiovisuales a través de las plataformas digitales.

3.9. ESTUDIOS O INFORMES ELABORADOS POR OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS O PRIVADAS QUE ABORDEN ASPECTOS RELACIONADOS CON LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS OTT

PREGUNTA 7:

“7. ¿Existen en su jurisdicción otros estudios o informes elaborados por otras entidades públicas o privadas que aborden aspectos relacionados con la prestación de servicios OTT?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Ninguno explica su respuesta. Manifiestan no conocer o que no les consta su existencia.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

Quienes contestaron Sí, explican:

3.9.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

España, Hub Audiovisual de Europa



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

La página web del “*España, Hub Audiovisual de Europa*” contiene una sección que compila los principales informes sectoriales de organismos públicos nacionales e internacionales (<https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/panorama/informes-sectoriales>)

Por otra parte, el Hub presentó en abril de 2023, el informe de seguimiento del Plan de Impulso al Sector Audiovisual (“*España, Hub Audiovisual de Europa*”). Este documento dedica un apartado a reflejar los resultados sobre el análisis de fuentes internas y externas en relación con el sector específico de vídeo OTT en España, además de recoger el impacto que tienen en este sector las políticas transversales de igualdad y economía sostenible.

Una de las conclusiones es que el crecimiento de los operadores tradicionales bajó de la media, mientras que el crecimiento en el conjunto los 100 operadores más destacados se debieron a los proveedores de servicios de vídeo por suscripción (*Streaming Video on Demand*, en adelante SVoD). En este sentido, el número de hogares con televisión por suscripción ha seguido aumentando constantemente a pesar de la caída de los ingresos, lo que refleja la tendencia de los hogares a elegir opciones de bajo coste y complementarlos con servicios OTT.

En relación con estos servicios, se afirma que el número de usuarios de vídeo OTT en España aumentó hasta alcanzar los 40,1 millones en 2021, lo que supone un incremento de casi 9 millones con respecto a los datos de 2017 (31,3 millones). El segmento mayoritario son las plataformas de acceso a contenido gratuito con publicidad (*Advertising-based Video on Demand*, en adelante AVoD), con 31,6 millones de usuarios en 2021, si bien el mayor crecimiento porcentual lo ha experimentado el SVoD, que ha sumado más de 7 millones de personas a los 3,5 millones con los que contaba en 2017, para alcanzar prácticamente los 11 millones en 2021.

En este estudio se citan asimismo datos extraídos del informe de la consultora PwC para la asociación de productores PATE de 2021, según los cuales la aparición de las plataformas de *streaming* para consumo de contenidos audiovisuales parece haber contribuido a la disminución del consumo ilegal de contenidos audiovisuales, que habría disminuido un 12% en el periodo comprendido entre 2015 y 2018.

Respecto al peso de los ingresos por publicidad en el sector OTT, según los datos de Statista Market Forecast en el año 2021 supusieron en España más del 48% de las ganancias totales de la industria.

Para acercarse a la situación actual de estos servicios en España, son de interés las estimaciones que hacen las consultoras Barlovento y Geca sobre cuota de mercado de las plataformas de vídeo bajo de demanda (Video on Demand Vod):

BARLOVENTO

La última versión publicada de este estudio mensual sobre el alcance de mercado de las plataformas OTT y las preferencias de contenidos y hábitos de consumo entre los usuarios de estos servicios en España, con datos del mes de febrero de 2024, arroja los siguientes resultados:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- El 93,5% de los españoles han accedido este mes a plataformas *streaming*. Cada individuo tiene acceso a un promedio de casi seis plataformas.
- YouTube es la plataforma de AVoD más vista con un 70,3% de alcance en los hogares españoles.
- Prime Video es la plataforma de SVoD más vista con un alcance del 50,8%.
- Movistar Plus+ es la plataforma de vídeo bajo demanda de cadenas de televisión (*Broadcaster Video on Demand, BVoD*) más vista con un 27,4% de alcance en los hogares españoles.

GECA

De la 19ª Oleada del Barómetro OTT trimestral de esta consultora audiovisual sobre las audiencias de las OTT en España y hábitos de consumo de sus usuarios, publicada en febrero de 2024, se pueden extraer estas conclusiones:

- Prime Video (67,1%) aumenta su cuota de mercado y logra su cuarto liderazgo consecutivo. Disney+ y HBO Max registran descensos significativos en un trimestre, con pocos estrenos relevantes en estas plataformas. Lo mismo ocurre con DAZN, que aumenta sus tarifas. SkyShowtime parece sacar rédito de su inclusión en el paquete de Movistar+
- Los usuarios de Netflix siguen siendo los más activos: el 96% ha visto ficción, documentales o programas en los últimos 3 meses en esta OTT. Le sigue Prime Video, con un 90% de usuarios activos en el periodo con relación a su penetración. En el polo opuesto se sitúan Mitele Plus (plataforma digital a la carta del grupo Mediaset España) y Apple TV+, con una desviación superior al 40% entre consumo y capacidad de acceso.

RTVE Play conserva su liderazgo entre los servicios VoD de canales con un 26,6% de cuota de mercado (+1 punto respecto a la oleada anterior).

3.9.2. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Existen varias publicaciones e investigaciones más por parte del mundo privado, la academia y organizaciones de la sociedad civil.

3.9.3. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia

Se cuenta principalmente con estudios de tipo académico realizados por estudiantes de maestrías o pregrados en comunicación de diferentes instituciones universitarias, entre los cuales se puede mencionar los siguientes documentos:



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

- Mendoza María Isabel. El futuro de la televisión por suscripción en Colombia ante la creciente adopción los servicios Over The Top (OTT). Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA). Bogotá. 2023.

Link:

<https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/5342?locale-attribute=en>

- Andreína Sarai Zúñiga(*), Carlos Andrés; Arango Lopera(**), Diego Fernando; Guisao(***) y Pilar Gómez Mosquera(****). Experiencias de investigación sobre televisión pública en Colombia. Revisión de trabajos recientes. (*) Teleantioquia; (**) (**) Universidad de Medellín, Facultad de Comunicación. 2024.

Link:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9435232.pdf>

- Piraján Aranguren, Héctor Iván. “Propuesta Regulatoria Para las Plataformas OTT de Contenidos Audiovisuales en Colombia”. Universidad Santo Tomas. Facultad de Ingeniería de Telecomunicaciones. Maestría en Telecomunicaciones y Regulación TIC. 2018.

Link:

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15374/2018pirajanhector.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

- Pertúz Avilés, Edith Mayerly. Plataformas OTT en Colombia: Consecuencias de su penetración sobre la televisión pública. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Bogotá. Noviembre de 2021.

Link:

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/831adbf4-94d4-42b4-8bf6-bf297e062fb4/content>

3.9.4. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Los estudios encontrados al respecto son de ANACOM y están disponibles en el sitio web del regulador de telecomunicaciones:

2023 - <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1772081>

2022- <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1736643>

2021- <https://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=1713912>



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

3.10. BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL LOCAL, NACIONAL O INTERNACIONAL SOBRE LA REGULACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (INCLUYENDO CASOS DE AUTORREGULACIÓN Y/O CORREGULACIÓN)

PREGUNTA 8:

“8. ¿Conoce buenas prácticas a nivel local, nacional o internacional sobre la regulación de contenidos audiovisuales (incluyendo casos de autorregulación y/o corrección?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) – Argentina

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador

Únicamente Ecuador indicó que no conoce experiencias.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

Quienes contestaron Sí, explican su respuesta:

3.10.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

Autocontrol

Entre los ejemplos de buenas prácticas en este ámbito cabe citar el papel de Autocontrol, organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España, constituido como asociación sin ánimo de lucro e integrado por anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones profesionales.

Su objetivo es trabajar por una publicidad responsable, leal, veraz, honesta y legal, para lo cual cuenta, entre otros mecanismos de autorregulación, con un instrumento general como es el Código de Conducta Publicitaria que vincula a todas las empresas adheridas a Autocontrol, que se comprometen a cumplir sus normas y a someterse al Jurado de la Publicidad, que es el órgano encargado del control de su cumplimiento.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Además, esta asociación cuenta con distintos códigos de conducta publicitaria sectoriales entre los que destaca, por su incidencia en el ámbito de los contenidos audiovisuales en sentido amplio, el Código de Conducta Confianza Online, que tiene por objeto garantizar, para el desarrollo de la economía digital, un elevado nivel de protección de los datos personales.

Directiva 2018/1808, de Servicios de comunicación audiovisual

En el terreno normativo, el **artículo 4 bis** de la citada Directiva (UE) 2018/1808 señala que los Estados miembros animarán a que se use la corregulación y se promueva la autorregulación mediante códigos de conducta adoptados a nivel nacional en los ámbitos objeto de esta norma y en la medida permitida por sus ordenamientos jurídicos. Se establecen como requisitos de dichos códigos de conducta los siguientes: gozar de amplia aceptación entre los principales interesados, exponer de manera clara e inequívoca sus objetivos, prever un seguimiento y evaluación periódicos, transparentes e independientes de la consecución de los objetivos perseguidos, prever los medios para una aplicación efectiva, incluidas sanciones efectivas y proporcionadas

Se indica en los considerandos de la Directiva que la experiencia ha demostrado que tanto los instrumentos de autorregulación como los de corregulación pueden desempeñar un importante papel a la hora de otorgar un alto grado de protección a los consumidores. Con relación al caso concreto de las plataformas de intercambio de videos, y en especial respecto de algunas medidas técnicas que estas deben implementar, la Directiva apuesta específicamente por la corregulación, por considerar que resultarían más eficaces si se adoptan con el apoyo activo de los propios prestadores de servicios.

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

La norma que traspone al ordenamiento jurídico nacional esta Directiva europea, la citada LGCA, destaca igualmente el papel que pueden desempeñar la autorregulación y corregulación efectivas como complementos de los mecanismos legislativos, judiciales y administrativos vigentes y su valiosa contribución con vistas a la consecución de los objetivos de esta ley, en particular, a la protección de los usuarios.

Se apunta igualmente que, en un sector tan dinámico como el audiovisual, los mecanismos de la autorregulación y la corregulación permiten adaptar la protección al usuario a la nueva realidad del sector, más allá de lo previsto inicialmente por la normativa.

De acuerdo con este planteamiento, el **artículo 15 de la LGCA** insta a la autoridad audiovisual competente a promover el uso de la autorregulación y la corregulación mediante la adopción voluntaria de códigos de conducta elaborados por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o las organizaciones que los representen, en cooperación, en caso necesario, con otros interesados como la industria, el comercio o las asociaciones u organizaciones profesionales o de usuarios.

En particular, la norma menciona expresamente la conveniencia de recurrir a la autorregulación y la corregulación para el logro de objetivos como fomentar el pluralismo interno de los



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

prestadores; velar por el cumplimiento de la legislación en materia de igualdad entre mujeres y hombres y evitar el sexismo; garantizar una mayor visibilidad de las personas con discapacidad; y la observancia de los principios de veracidad, calidad de la información, objetividad e imparcialidad.

El **artículo 98.2** de la LGCA prevé que la CNMC firmará un acuerdo de corregulación, de acuerdo con lo previsto en el artículo 15.2, entre otros, con los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, lineal y a petición y con los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, garantizando la participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las organizaciones representativas de los usuarios de los medios, con el fin de coadyuvar al cumplimiento de las obligaciones establecidas en materia de calificación de edad. Este Código está en proceso de elaboración y se espera adoptar a lo largo de 2024.

Reglamento (UE) 2022/20635 de Servicios Digitales (DSA)

Otra de las normas de ámbito europeo citadas, el Reglamento de Servicios Digitales (DSA), establece en su **artículo 45** que la CE y la Junta Europea de Servicios Digitales fomentarán y facilitarán la elaboración de códigos de conducta voluntarios en el ámbito de la Unión para contribuir a la debida aplicación del presente Reglamento, teniendo en cuenta en particular las dificultades concretas que conlleva actuar contra diferentes tipos de contenidos ilícitos y riesgos sistémicos.

En el caso de que se produzcan riesgos sistémicos significativos que afecten a varias plataformas en línea de muy gran tamaño o motores de búsqueda en línea de muy gran tamaño, la CE podrá invitar a los prestadores afectados de que se trate, y a otras partes interesadas pertinentes, a participar en la elaboración de códigos de conducta, en particular estableciendo compromisos de adopción de medidas específicas de reducción de riesgos, así como un marco de información periódica sobre las medidas que se puedan adoptar y sus resultados.

Código de buenas prácticas en materia de desinformación

Este instrumento voluntario establece una gama más amplia de compromisos y medidas para combatir la desinformación en línea, con compromisos para los signatarios (plataformas, anunciantes, verificadores de datos, etc.) de actuar en ámbitos como desmonetizar la difusión de la desinformación; garantizar la transparencia de la publicidad política; empoderar a los usuarios; reforzar la cooperación con los verificadores de datos; y proporcionar a los investigadores un mejor acceso a los datos.

Código de conducta para la lucha contra la incitación ilegal al odio en Internet

Otra iniciativa relevante a nivel europeo es el Código de Conducta para la Lucha contra la Incitación Ilegal al Odio en Internet, presentado en mayo de 2016 por la Comisión Europea y cuatro grandes empresas del sector de las tecnologías de la información (Facebook, Microsoft, Twitter y YouTube). Instagram, Google+, Snapchat, Dailymotion y Jeuxvideo.com se adhirieron posteriormente al Código. Todas los miembros y partes interesadas se reúnen periódicamente



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

en el seno del Grupo de Alto Nivel sobre la Lucha contra el Racismo y la Xenofobia para debatir retos y avances.

Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA)

Finalmente, ha de destacarse el papel del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA, por sus siglas en inglés), integrado por los organismos reguladores nacionales independientes en el ámbito de los servicios audiovisuales.

Una de las principales funciones del ERGA es intercambiar experiencias y mejores prácticas sobre la aplicación del marco regulador de los servicios de comunicación audiovisual. En el apartado “*ERGA reports and opinions*” de la página web de este Grupo (<https://erga-online.eu/>) se pueden consultar los informes y guías publicados en relación con la aplicación de la normativa audiovisual vigente en la Unión Europea. ERGA ha realizado varios informes y análisis en materia de corregulación.

3.10.2. Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC)

A nivel comparado son interesantes las regulaciones alemanas, francesas, inglesas e irlandesas.

Francia, ARCOM <https://www.arcom.fr/television-et-video-la-demande>

Alemania, DLM, Videotrends 2023 <https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/video-trends-2023>. Cabe tener en cuenta que en Alemania, cada región tiene un regulador. En Berlín, la DLM, nombre de la plataforma federal de todos los reguladores regionales, tiene una oficina. Reino Unido OFCOM y la on-line safety Act <https://www.ofcom.org.uk/news-centre/2023/online-safety-ofcom-role-and-what-it-means-for-you>

Irlanda, CNAM <https://www.cnam.ie/broadcasting/> el regulador irlandés es muy interesante dado que en su territorio están domiciliadas la mayoría de OTTs y plataformas internacionales que tienen presencia en la Unión Europea (Netflix, Google, etc.)

3.10.3. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile

Que las regulaciones audiovisuales pueden incidir en la libertad de expresión, por lo tanto, deben ser las mínimas estrictamente necesarias para que no se restrinja o afecte innecesariamente la libertad de expresión, de creación, de informar y de ser informado.

Que el regulador debe establecer estándares (vinculantes, si posee facultad para ello) para que los contenidos respeten los derechos humanos, eviten los contenidos dañinos para la infancia, la adolescencia y que respeten y promueva la libertad de expresión, el pluralismo político y la diversidad social.

3.10.4. Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- *El caso de España, la “Ley Audiovisual” establece la posibilidad que tiene cualquier persona natural y jurídica para “solicitar a la autoridad audiovisual competente el control de la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente o los códigos de autorregulación”.*
- *La figura del defensor del auditorio en México, que se genera en el marco de un régimen de autorregulación y cuya actuación se sujeta al código de ética de cada concesionario.*

Adicionalmente, el abordaje realizado por España, Francia e Irlanda, propiciado por un marco legal favorable en la Unión Europea, es un referente importante para Colombia y los reguladores latinoamericanos adscritos a la PRAI.

3.10.5. Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México

Una de las regulaciones pioneras en materia de servicios OTT audiovisuales consiste en la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual),⁴ la cual tuvo su última modificación en el año 2018.⁵

Al respecto, en virtud de que dicha Directiva se refiere de manera genérica a servicios de comunicación audiovisual, y no al medio a través del cual se transmiten los contenidos audiovisuales (vg. televisión radiodifundida, etc.), abarca también a los servicios OTT de contenidos audiovisuales para efectos de su regulación.

3.10.6. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

(ERC) La implementación de prácticas de identificación de contenidos publicitarios por parte de influencers portugueses (autorregulación).

La implementación de contenidos accesibles, en particular mediante subtítulos y lengua de signos portuguesa.

3.10.7. Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Estamos en conocimiento que a nivel internacional existen diversos abordajes en términos regulatorios. Mientras que en la región latinoamericana prevalecen por el momento las regulaciones impositivas, estamos también al tanto de los avances en el ámbito europeo, donde este tipo de prestadores (y los de intercambio de video) son reconocidos como servicios audiovisuales. Esto implica un registro para estas plataformas, cuotas de catálogo de producción europea y protección de infancias, entre otras medidas que definió la Directiva Europea modificada en 2018 y actualmente en actualización en las legislaciones nacionales. Es

⁴ Disponible en el enlace: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=ES>

⁵ Modificación disponible en el enlace: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

un tema de suma importancia por lo cual es muy interesante el intercambio de experiencias que puede hacerse en la PRAI.

3.11. SERVICIOS OTT SOBRE LOS QUE SE APLIQUEN LAS MISMAS REGLAS QUE A OTROS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y/O RADIODIFUSIÓN, EN ESPECIAL EN MATERIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES

PREGUNTA 9:

“9. ¿Existen servicios OTT sobre los que se apliquen las mismas reglas que a otros servicios de telecomunicaciones y/o radiodifusión, en especial en materia de contenidos audiovisuales?”

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal

Contestaron No:

- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia
- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) – Argentina

Solo Chile indica que: La regulación que se realiza a servicios de telecomunicaciones, televisión y/o radiodifusión, no aplica a OTT en Chile. Se requiere de una modificación legal para ello.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

Quienes contestaron Sí, explican su respuesta:

3.11.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

De acuerdo con la legislación vigente, los servicios OTT que cumplen condiciones para ser considerados servicios de comunicación audiovisual lineal o a petición, o servicio de comunicación audiovisual radiofónico, están sujetos a las condiciones que con carácter general se establecen para estos servicios, bajo el principio de neutralidad tecnológica.

3.11.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

En la Unión Europea hay la figura de lo que se conoce como televisión por IP o IPTV. Para ejemplos, por favor accedan al BIAC del CAC.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

Es el servicio de televisión en línea bajo demanda que ofrecen los que originariamente sólo eran prestadores de telefonía/ de telecomunicaciones. y que, con el tiempo han ido incrementando su oferta de servicios incluyendo el acceso a internet y servicios audiovisuales de pago.

A estos prestadores se les aplica la normativa en materia de telecomunicaciones y/o de servicios digitales cuando estos realizan el servicio de contenedor de los contenidos. Se les aplica la normativa audiovisual cuando estos prestadores son los responsables de configurar los contenidos, es decir, ostentan la responsabilidad editorial del canal de televisión bajo demanda que ofrecen en su catálogo de canales OTT.

Por otro lado, las plataformas de intercambio de videos como YouTube son consideradas que están dentro del ámbito de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual y, por tanto, de las legislaciones de los estados de la UE que implementen la Directiva.

Esta misma Directiva establece los criterios cumulativos para considerar cuándo un servicio de red social también se incluye como servicio audiovisual.

3.11.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal

(ERC) La idea central del Reglamento de Servicios Digitales es que lo que es ilegal fuera de línea también lo es en línea, por lo que pronto habrá una mayor implementación y especificaciones de la aplicabilidad de reglas y conceptos en el universo en línea.

3.12. EXISTENCIA DE NORMAS SUPRANACIONALES SOBRE CONTENIDOS AUDIOVISUALES O SERVICIOS OTT APLICABLES EN SU JURISDICCIÓN O ADOPTADAS EN LA MISMA

PREGUNTA 10:

“10. ¿Existen normas supranacionales sobre contenidos audiovisuales o servicios OTT aplicables en su jurisdicción o adoptadas en la misma? En caso de respuesta positiva, explique cómo se maneja la aplicación de normas con diferentes alcances”.

Contestaron Sí:

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) – Portugal

Contestaron No (Sin explicar su respuesta):

- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) - Chile
- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) - Colombia



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

- Consejo de Comunicación (CC) - Ecuador
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) - México
- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) - Argentina

Solo Chile indica que la discusión está a nivel de Congreso y expertos.

Detalle de la respuesta de los Organismos Reguladores que contestaron Sí:

Quienes contestaron Sí, indican:

3.12.1. Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - España

La normativa emitida por las instituciones de la Unión Europea constituye fuente de derecho y es vinculante para todos los Estados miembros, por lo tanto, también para España.

Tipos de actos legislativos

- **Reglamentos:** los reglamentos son actos legislativos vinculantes. Deben aplicarse en su integridad en toda la UE.

Estos son los principales reglamentos europeos en materia de servicios audiovisuales o servicios OTT:

- Reglamento (UE) 2022/2065 de Servicios Digitales (DSA), que afecta introduce un marco horizontal (*lex generalis*) que regula las obligaciones de los servicios de intermediación (incluidas las plataformas). La DSA es complementaria de la legislación sectorial existente, como por ejemplo la Directiva 2018/1808 de servicios de comunicación audiovisual, y no afecta a la aplicación de las leyes de la UE que regulan determinados aspectos de la prestación de servicios de la sociedad de la información, que se aplican con carácter de *lex specialis*.
- Reglamento (UE) 2022/1925 de Mercados Digitales (DMA), que complementa la ejecución del Derecho de la competencia.
- Reglamento (UE) 2024/900, de 13 de marzo de 2024, sobre transparencia y segmentación en la publicidad política, que complementa la DSA al incluir determinadas obligaciones generales de transparencia para los intermediarios en línea (incluidas las plataformas) en lo que respecta a la transparencia de la publicidad en línea, y el marco más amplio de la UE para el mercado de servicios digitales.
- Propuesta de Reglamento Ley Europea de Libertad de Medios de Comunicación (EMFA). El pasado 27 de marzo de 2024, el Consejo de la UE aprobó este Reglamento que establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior de la UE e introduce medidas destinadas a



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamerica

proteger a los periodistas y a los prestadores de servicios de medios de comunicación de las injerencias políticas, facilitando al mismo tiempo su actividad transfronteriza dentro de la UE.

El Reglamento se publicará en el DOUE en abril de 2024, y entrará en vigor 20 días después de su publicación.

Este Reglamento se fundamenta, en primer lugar, en la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual de 2018, que regula la coordinación a escala de la Unión de las legislaciones nacionales sobre medios de comunicación audiovisual.

El Reglamento complementa (y es igualmente coherente con ellas) a la DSA y la DMA, que establecen marcos horizontales en los que se fijan normas armonizadas en materia de servicios en línea. La propuesta aborda cuestiones pendientes que afectan específicamente al sector y que los dos instrumentos horizontales no tratan plenamente.

Asimismo, el EMFA complementa las normas de la UE en materia de competencia, que no abordan de manera directa las repercusiones que las concentraciones de mercado podrían tener sobre el pluralismo o la independencia de los medios de comunicación, y en materia de ayudas estatales, que se aplican caso por caso (a menudo ex post) y no resuelven en grado suficiente los problemas creados por la asignación no equitativa de los recursos estatales a los prestadores de servicios de medios de comunicación.

- **Directivas:** son actos legislativos en los cuales se establecen objetivos que todos los países de la UE deben cumplir. Sin embargo, corresponde a cada país incorporar las directivas de la UE a las legislaciones de los Estados miembros. Este proceso se denomina transposición.

La principal Directiva de la UE de aplicación en el sector audiovisual es la Directiva 2018/1808, de servicios de comunicación audiovisual. La Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA) incorpora al ordenamiento jurídico español esta directiva.

3.12.2. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

Como hemos ido referenciando a lo largo del cuestionario, las Directivas europeas en materia de servicios de comunicación audiovisual, así como todas las normativas europeas en materia de servicios digitales, ética de la inteligencia audiovisual, protección de datos personales, protección de la persona consumidora de servicios audiovisuales, derecho de la competencia, libertad de prensa (European Media Freedom Act) etc.

Hay normativa adoptada a nivel de la Unión Europea que necesitará de una previa incorporación al ordenamiento jurídico interno –es decir a través de una ley nacional; y hay normativa europea



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

que es de aplicación directa –es decir sin necesidad de una previa transposición legislativa, con el fin de evitar retrasos en la efectividad y eficacia de las normas adoptadas.

3.12.3. Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) - Portugal

Sí, todas las normas que emanan de la normativa europea pueden en ocasiones solaparse con la legislación nacional, lo que habrá que analizar caso por caso y esto puede ocurrir con los nuevos diplomas europeos que están en trámite legislativo.

3.13. OTROS COMENTARIOS

PREGUNTA 11:

“11. ¿Quisiera agregar algún otro comentario relacionado con la regulación de servicios OTT?”

3.13.1. Consejo Nacional de Televisión (CNTV) – Chile

Existe relativo consenso, -al interior de la industria, regulador y actores políticos de Chile-, en la necesidad de regular los contenidos audiovisuales, en el entendido que esto no significa necesariamente restringir la libertad de expresión, por el contrario, pueden resguardarse principios tan importantes como el pluralismo (tanto interno como externo) y la diversidad, mediante la regulación.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Las conclusiones presentadas a continuación, se focalizan en los mismos aspectos relevantes abordados en el diagnóstico realizado por el Grupo de Trabajo entre 2021 y 2022, a saber: Competencias para regular los servicios OTT, experiencias en regulación de servicios OTT, estado del debate y proyectos de regulación, estudios relevantes y buenas prácticas identificadas.

4.1. SOBRE LAS FACULTADES DE LOS ORGANISMOS AFILIADOS A LA PRAI PARA REGULAR, VIGILAR Y/O SANCIONAR PLATAFORMAS OTT DE SERVICIOS AUDIOVISUALES.

Una primera conclusión general obtenida a partir del análisis de la información levantada, es que existe una brecha significativa entre los miembros europeos de la PRAI y sus pares latinoamericanos en materia de facultades para regular, vigilar y/o sancionar servicios OTT audiovisuales, puesto que en el caso de los organismos de España y Portugal sí se cuenta con facultades para regular servicios y plataformas OTT, mientras que en Latinoamérica las facultades regulatorias de los organismos en materia de contenidos audiovisuales están limitadas al servicio de televisión.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

En consonancia con lo anterior, la mayor parte de la legislación vigente en materia de contenidos audiovisuales en los países latinoamericanos data de muchos años atrás, estando evidentemente desactualizada frente a los desarrollos tecnológicos y las modalidades de consumo de contenidos que imperan actualmente en el mundo.

A su vez, el desarrollo de la normativa en España y Portugal se ve muy favorecida por la dinámica que en este sentido se ha generado desde la Unión Europea, con actos legislativos como los Reglamentos que son vinculantes y deben aplicarse en su integridad en toda la UE, o las Directivas, que son actos legislativos en los cuales se establecen objetivos que todos los países de la UE deben cumplir, pero que corresponde a cada país incorporarlas a las legislaciones de los Estados miembros, proceso denominado transposición.

Cronológicamente, el ambiente favorable para la regulación de las OTT en la Unión Europea empieza a consolidarse con la Directiva (UE) 2018/1808, relativa a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), la cual fue expedida «habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado». La Directiva propende por especialmente por: i). Condiciones de competencia equitativas, para garantizar que tanto los servicios de radiodifusión tradicionales como los nuevos servicios (como el vídeo a la carta y las plataformas de intercambio de vídeos) compitan en igualdad de condiciones; ii) Protección del espectador, buscando mejorar la protección de los usuarios, especialmente de los menores, frente a contenidos perjudiciales; y iii). Promover la innovación en el sector audiovisual y apoyar la creación de contenidos europeos.

Como se indicó antes, corresponde a cada país incorporar las directivas de la UE a las legislaciones de los Estados miembros (proceso denominado transposición). En el caso de España, la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA) incorpora al ordenamiento jurídico español esta directiva.

La LGCA define a los «servicios de comunicación audiovisual» como aquellos servicios cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales.

En ese sentido, al haber optado la LGCA por una definición tecnológicamente neutra de lo que es un servicio de comunicación audiovisual, la misma aplica tanto a los servicios tradicionales de televisión como a los servicios OTT, cuando estos cumplan la definición antes mencionada. Por tanto, la CNMC tiene las mismas competencias para todos los servicios de comunicación audiovisual (incluidos los OTT): control e inspección de contenidos en medios audiovisuales (programación y publicidad), control de obligaciones en materia de protección al menor, promoción a la accesibilidad de las personas con discapacidad, entre otros. Este sería el caso de OTT como, por ejemplo, de Rakuten TV, Filmin, FlixOlé, etc., que están establecidos en España y, por lo tanto, sujetos a la supervisión de la CNMC.

Es importante anotar que estas competencias son aplicables únicamente para prestadores establecidos en España, ya que quienes prestan servicios desde otro Estado Miembro de la



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

Unión Europea, con base en el principio de país de origen, estarán bajo la supervisión del regulador de dicho país.

Adicionalmente, la CNMC es competente en supervisar y controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma (PIV) que estén radicados en España. Se engloban dentro de esta denominación a prestadores como YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, etc.

De esta manera, en España las competencias para regular las plataformas OTT de contenidos audiovisuales, están en cabeza de CNMC a nivel nacional y de las 17 Comunidades Autónomas (CCAA) y dos ciudades autónomas en sus respectivas jurisdicciones. Así las cosas, en España existe una única autoridad de ámbito nacional (CNMC) y 19 autoridades autonómicas con competencias regulatorias en el sector audiovisual, aunque cabe destacar que únicamente en Andalucía (CAA), Cataluña (CAC) y Comunidad Valenciana (CACV) existen autoridades independientes de sus respectivos gobiernos autonómicos.

Como ejemplo de las facultades regulatorias en cabeza de las autoridades independientes de las comunidades autonómicas, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya – CAC, indica que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2.10 de la LGCA: i). Todas las OTT, al no utilizar espectro radioeléctrico –como si lo hace la TDT, deben comunicar previamente a la autoridad competente - en Catalunya, el CAC, el inicio de sus emisiones en línea y detallar su oferta (catálogo) de contenidos. ii). Si estas OTT están domiciliadas en Catalunya y sus contenidos se dirigen mayoritariamente a usuarios establecidos en Catalunya a por la naturaleza, temática o idioma del servicio OTT, la competencia sobre estas OTT es del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Así, CAC presenta como ejemplo de OTT que estarían bajo su competencia las siguientes:

<https://www.ccma.cat/3cat/#onboarding=true> (OTT servicio público catalán); La Xarxa+ <https://www.laxarxames.cat/home> (OTT de televisiones locales); FILMIN (servicio OTT de carácter comercial) https://www.filmin.es/?utm_source=esp&utm_medium=webedia%3Futm_source%3Desp%2Cwebedia

En el caso de Portugal la (ERC) tiene competencias derivadas de la Directiva AVMS que se han traspuesto a la Ley de Servicios Audiovisuales y de Televisión a la Carta en plataformas que están bajo jurisdicción nacional.

Adicionalmente, conviene agregar que entre 2022 y 2024 la dinámica de las competencias asociadas a regulación de servicios OTT audiovisuales también se ha visto favorecida en España y Portugal, gracias a la entrada en vigencia de las disposiciones de la UE relacionadas con el Reglamento (UE) 2022/2065 o Ley de Servicios Digitales (DSA).

La DSA es una norma pionera que regula la responsabilidad y obligaciones de los servicios intermediarios (como redes sociales, *marketplaces*, motores de búsqueda, tiendas de aplicaciones y plataformas de alojamiento en línea) dentro de la Unión Europea (UE). El Reglamento pretende garantizar los derechos fundamentales de los usuarios, incluidos los



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

derechos del consumidor, frente a contenidos y servicios ilícitos en Internet, y crear un entorno digital más seguro, transparente y predecible para los ciudadanos y las empresas.

En enero de 2024 la CNMC fue designada como Coordinador de Servicios Digitales (DSC) nacional en virtud de la DSA y por lo tanto, será responsable de la ejecución y supervisión del Reglamento en España, así como de la coordinación de las autoridades competentes nacionales. De igual manera, ERC como entidad responsable de los organismos y contenidos de los medios de comunicación en Portugal, también tendrá poderes regulatorios, cuya definición está en curso.

Más detalles relevantes sobre las facultades regulatoria en materia de OTT audiovisuales de CNMC, CAC y ERC, pueden consultarse en las respuestas específicas de estos organismos en la sección 3 de este documento.

Por su parte, en los países latinoamericanos y sus reguladores la dinámica es mucho más lenta y discreta. Entre 2022 y 2024 no se han presentado cambios significativos en las competencias de los organismos afiliados a la PRAI en materia de regulación de los servicios OTT. No obstante, más allá de las competencias asignadas a los organismos reguladores, sí es posible evidenciar algunos avances en la regulación de los servicios OTT Audiovisuales, como se describirá en el siguiente apartado.

Sobre este aspecto resulta relevante retomar el caso de Chile reseñado en el diagnóstico 2022, país en el que se había señalado la existencia de un proyecto de ley para la transformación del CNTV en una Comisión Reguladora de las Comunicaciones, con competencia para regular las plataformas audiovisuales online, como parte de una de las propuestas de gobierno de cara a las elecciones de noviembre de 2021. Al respecto, en 2024 se informa que esta propuesta aún no ha sido aprobada, encontrándose aún «en trámite».

En conclusión, los países y organismos reguladores de Latinoamérica miembros de la PRAI no registran avances significativos entre los años 2022 y 2024 en materia de competencias para la regulación de servicios OTT Audiovisual. En contraposición, España y Portugal, miembros europeos de la PRAI que ya contaban con avances significativos en 2022, a 2024 sí cuentan con desarrollos legales y reglamentaciones que evidencian un fortalecimiento de sus competencias para regular, vigilar y/o sancionar las plataformas OTT de contenidos audiovisuales.

Las experiencias de España y Portugal son por tanto muy valiosas y se constituyen en un referente destacado de regulación de los servicios OTT audiovisuales y un ejemplo muy importante a ser considerado como punto de partida por los demás países miembros de la PRAI.

4.2. SOBRE LAS EXPERIENCIAS DE REGULACIÓN DE SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES EN LOS PAÍSES Y ORGANISMOS MIEMBROS DE LA PRAI.

Entre los organismos miembros de la PRAI se destacan las experiencias de España y Portugal en relación con Regulación de los servicios OTT audiovisuales. No obstante, más allá de las



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

competencias específicas de los reguladores, se evidenció que en los países latinoamericanos también existen experiencias de regulación de diferentes aspectos aplicables a las plataformas OTT.

A continuación se presenta un resumen de las principales experiencias en la regulación de servicios OTT audiovisuales identificables en los países y organismos miembros de la PRAI, haciendo uso de las categorías u ópticas desde las cuales se ha abordado el análisis de este tipo de experiencias regulatorias.

i. Regulación en Materia de Competencia Económica

España

- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC): Implementa el Reglamento (UE) 2022/1925 sobre Mercados Disputables y Equitativos en el Sector Digital (DMA). Este reglamento impone obligaciones a las grandes plataformas digitales para evitar abusos de poder y garantizar condiciones de competencia justas. La CNMC tiene facultades para realizar investigaciones y supervisar el cumplimiento del DMA.

Portugal

- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC): Al igual que España, Portugal aplica el DMA para regular a los "guardianes de acceso" y prevenir prácticas anticompetitivas en el mercado digital.

ii. Regulación en Materia de Neutralidad de la Red

Chile

- Aunque el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) no tiene facultades para regular OTT, en Chile existe regulación sobre neutralidad de la red que afecta a estos servicios, garantizando que los proveedores de internet no discriminen el tráfico de datos.

iii. Regulación sobre Protección de Audiencias y Usuarios

España

- CNMC: La Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), adapta la Directiva Europea 2018/1808 y establece obligaciones para los servicios OTT y las plataformas de intercambio de vídeos. Se enfoca en la protección de menores y usuarios, incluyendo sistemas de verificación de edad, control parental y calificación de contenidos.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC): Aplica la LGCA a nivel autonómico, supervisando los servicios OTT establecidos en Cataluña y dirigidos a su audiencia.

Portugal



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- ERC: Implementa la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (AVMSD), imponiendo obligaciones a las plataformas OTT para proteger a los usuarios y, en especial, a los menores de edad.

iv. Regulación sobre Privacidad y Protección de Datos Personales

España

- CNMC: Aunque la protección de datos personales se rige principalmente por el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), la CNMC menciona que el Reglamento (UE) 2022/2065 relativo a un Mercado Único de Servicios Digitales (DSA) se aplica sin perjuicio de estas normas, asegurando la protección de datos en servicios intermediarios.

v. Regulación sobre Cuotas de Pantalla

España

- CNMC: La LGCA incluye obligaciones para promover la obra audiovisual europea, lo que puede implicar cuotas de pantalla para contenidos nacionales en las plataformas OTT.

Colombia

- Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC): El Decreto 681 de 2020 establece que los servicios de video bajo demanda deben ofrecer una sección fácilmente accesible con obras audiovisuales de origen nacional, promoviendo así el contenido local.

vi. Regulación de Tipo Impositivo o Tributario

Chile

- Existe una regulación impositiva que grava a las plataformas OTT, aunque el CNTV no participa en su aplicación.

Colombia

- Desde 2018, se aplica el IVA a los servicios digitales, incluyendo los OTT. Además, la Ley 2277 de 2022 introduce un impuesto sobre la renta para plataformas extranjeras con presencia económica significativa en Colombia.

México

- El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) menciona que en 2019 se estableció un régimen fiscal que grava a los servicios OTT, aunque el IFT no tiene facultades regulatorias sobre estas plataformas.

Argentina



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM): En 2017, se implementó un IVA del 21% para servicios OTT. En 2019, se creó el Impuesto PAÍS, aplicando una alícuota del 8% a los consumos de servicios digitales en el exterior.

vii. Regulación sobre Registros y Suministro de Información

España

- CNMC: La LGCA establece un Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual, incluyendo a las plataformas OTT y de intercambio de vídeos, obligándolas a registrarse y suministrar información relevante.
- CAC: A nivel autonómico, exige que las plataformas OTT que operan en Cataluña realicen una comunicación previa y detallen su oferta de contenidos.

viii. Regulación sobre Derechos de Autor y/o Creadores

Chile

- Existe regulación en materia de derechos de autor que afecta a las plataformas OTT, aunque el CNTV no tiene facultades directas en este ámbito.

Colombia

- La Dirección Nacional de Derechos de Autor es la entidad encargada de regular y proteger los derechos de autor en el país, incluyendo los contenidos distribuidos a través de servicios OTT.

ix. Otras Iniciativas y Regulaciones Relevantes

España y Portugal

- Reglamento de Servicios Digitales (DSA): La CNMC y ERC han sido designados como Coordinadores de Servicios Digitales en España y Portugal, supervisando el cumplimiento del DSA, que establece obligaciones para los servicios intermediarios en línea, incluyendo medidas para combatir contenidos ilegales y proteger los derechos fundamentales en el entorno digital.

En conclusión, la regulación de los servicios OTT en los países miembros de la PRAI muestra una diversidad de enfoques y niveles de desarrollo:

- España y Portugal han implementado marcos regulatorios integrales que abarcan múltiples categorías, adaptando las directivas y reglamentos de la Unión Europea.
- Chile, Colombia, México y Argentina se han centrado principalmente en aspectos tributarios, buscando garantizar una contribución fiscal equitativa de las plataformas OTT.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Colombia también ha avanzado en la promoción de contenido local a través de cuotas de pantalla, aspecto regulatorio que también es mencionado por España.
- La protección de audiencias y usuarios, especialmente de menores, es una preocupación común, con medidas implementadas en España y Portugal.
- En algunos países las regulaciones sobre neutralidad de la red y derechos de autor también son aplicables a los Servicios OTT Audiovisuales, aunque generalmente no están bajo la supervisión directa de los organismos miembros de la PRAI.

De manera general, la creciente relevancia de los servicios OTT en el entorno audiovisual hacen evidente la necesidad de trabajar en regulaciones que equilibren la innovación tecnológica con la protección de los usuarios y la competencia justa en el mercado. En el caso de los países miembros de la PRAI, la diversidad de niveles de desarrollo de la regulación sugiere una necesidad de armonización en la legislación para abordar adecuadamente el entorno digital en evolución, labor en la cual la labor de la PRAI como plataforma puede convertirse en fundamental.

4.3. SOBRE LA VIGENCIA DEL DEBATE SOBRE REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES Y PROYECTOS DE REGULACIÓN O DE LEY EN TRÁMITE.

La discusión sobre la regulación de plataformas OTT es activa en varios países miembros de la PRAI, siendo un tema que ha ganado relevancia y notoriedad en el período post pandemia. Los reguladores coinciden en señalar que este debate es esencial para establecer un marco normativo que equilibre la innovación y la protección del usuario.

En este punto, CNMC señala que en España gran parte del debate existente se ha superado con la aprobación de Reglamento de DSA y el Reglamento de DMA, que constituyen un conjunto único de normas que se aplican en toda la UE con dos objetivos principales: i). Crear un espacio digital más seguro en el que se protejan los derechos fundamentales de todos los usuarios de servicios digitales; ii). Establecer unas condiciones de competencia equitativas para fomentar la innovación, el crecimiento y la competitividad, tanto en el mercado único europeo como a escala mundial.

Acorde a lo anterior, CNMC y ERC señalan la necesidad de adaptación de sus ordenamientos jurídicos interno a lo dispuesto en la DSA, proceso que tanto en España como en Portugal se debe cumplir en la vigencia 2024.

En relación con la aprobación o existencia de proyectos regulatorios o proyectos de Ley, CNMC, CAC, CNTV y CRC responden afirmativamente:

CNMC menciona la aprobación del Real Decreto que crea el Registro estatal de prestadores y publicidad del régimen de propiedad de los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. De igual manera relaciona la existencia de un proyecto de ley para la protección integral de los menores en internet, que propende por



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

garantizar su protección de los riesgos de Internet y promueve un uso responsable de los dispositivos digitales. Agrega que otra iniciativa pública en este ámbito es la publicación por parte de la CNMC en diciembre de 2023 de una consulta pública sobre los criterios para garantizar la idoneidad de los sistemas de verificación de edad en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataformas sobre contenidos perjudiciales para el menor.

Por su parte CAC relaciona la existencia del proyecto de ley de actualización de la Ley de la comunicación audiovisual de Catalunya.

En Latinoamérica, Chile, Colombia y México reportan la existencia de algunas iniciativas o proyectos regulatorios o de ley que involucran a los servicios OTT audiovisuales.

Chile actualiza su reporte del diagnóstico anterior y señala que existe a nivel de propuesta, la idea de ampliar las facultades del CNTV para poder llegar a algún tipo de regulación de plataformas de streaming, pero se trata de una propuesta que no se ha concretado aún. Adicionalmente, relaciona otros proyectos de Ley con implicaciones para los servicios OTT, relacionadas con protección del usuario, protección de los menores, mecanismos de bloqueo de contenidos inapropiados, mecanismos de verificación de edad, protección frente a contenidos falsos en plataformas digitales, entre otros.

Por su parte Colombia informa que, en 2023 el proyecto de ley del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 incluía un artículo que modificaba las funciones de la CRC, ampliando sus competencias para requerir el reporte de información por parte de los operadores de servicios OTT. Dicho artículo fue aprobado en el debate inicial, pero fue retirado de la versión definitiva.

Adicionalmente indica que, considerando que la Ley de Televisión Colombiana data de 1995, desde diversos sectores, especialmente el académico y la sociedad civil, se plantea la necesidad de realizar una actualización integral de esta normatividad, ajustándola a las realidades del auge digital que hoy prevalece, modernizando la organización del sector y las competencias regulatorias y de vigilancia y control de las entidades que lo conforman, incluyendo por supuesto el alcance de las funciones de la CRC respecto a los servicios OTT audiovisuales. Esta necesidad eventualmente puede dar origen a un proyecto de ley en el mediano plazo.

Así mismo, pese a no referirse específicamente a regulación de servicios OTT audiovisuales, desde CRC se identificó el Proyecto de Ley 261 de 2024 - Senado, *“Por medio de la cual se regula el acceso de niños, niñas y adolescentes a los servicios de redes sociales, plataformas digitales de interacción social, internet y se dictan otras disposiciones-Ley de protección a menores de edad en redes sociales-”*, el cual al referirse a plataformas digitales puede tener impacto sobre los servicios OTT de contenidos audiovisuales que operan en Colombia.

Adicionalmente, México menciona la existencia de proyectos regulatorios que modifican aspectos tributarios aplicables a las plataformas OTT audiovisuales y que también plantean la implementación de cuotas de pantalla, estableciendo para los denominados “prestadores de servicios de audio y video restringido por Internet” la obligación de garantizar que el menos el treinta por ciento de su catálogo esté conformado con producción nacional.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

4.4. SOBRE LA OBLIGACIÓN DE LOS SERVICIOS OTT DE CONTAR CON REPRESENTANTES U OFICINAS EN LOS PAISES.

La obligatoriedad de que las plataformas OTT cuenten con representantes u oficinas locales varía según el país. Algunos países miembros de la PRAI exigen esta representación, mientras que otros no tienen regulaciones claras al respecto, lo que puede incidir en la implementación y supervisión de las normas.

CNMC, CNTV y ERC reportan la existencia en sus países de obligatoriedad al respecto.

Según CNMC, en España el Registro es Obligatorio, puesto que según la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), los prestadores de servicios de comunicación audiovisual deben inscribirse en el registro estatal o autonómico, dependiendo de su ámbito de actuación. Adicionalmente, deben proporcionar un punto de contacto para la comunicación directa con el responsable editorial, garantizando el derecho de queja y réplica de los espectadores.

El Reglamento de Servicios Digitales (DSA) también establece obligaciones al respecto: En el Artículo 11 se establece que los prestadores de servicios intermediarios deben designar un punto único de contacto para comunicarse con autoridades y organismos pertinentes; en el Artículo 12 se indica que deben establecer un punto de contacto para que los usuarios se comuniquen directa y rápidamente, y en el Artículo 13 se señala que los prestadores sin establecimiento en la UE que ofrezcan servicios en la Unión deben designar un representante legal en uno de los Estados miembros donde operen.

Por su parte CNTV, informa que en Chile los servicios OTT deben tener un domicilio tributario en el país para cumplir con el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) del 19%, que deben cobrar a los abonados y enterar mensualmente al fisco.

A su vez, ERC informa sobre la obligatoriedad vigente en Portugal en relación con el Registro y Contacto Identificado: Los servicios bajo la jurisdicción portuguesa deben registrarse en la ERC con contactos identificados. Adicionalmente, sobre servicios desde otros Estados miembros de la UE, si los servicios audiovisuales bajo demanda se dirigen a audiencias en Portugal, pero tienen jurisdicción en otro Estado miembro, deben identificar un representante para efectos de inversiones en obras europeas.

Igualmente, CAC precisa que en principio no habría una obligación de domicilio. El domicilio determina la competencia de la autoridad reguladora. En la Unión Europea rige el principio de país de origen de las emisiones. Esto quiere decir que un regulador OTT está sujeto únicamente a la normativa del país de la UE en el cual tenga el domicilio, o preste principalmente sus actividades. La Directiva de servicios de comunicación audiovisual establece una serie de criterios para determinar la jurisdicción del país miembro de la Unión Europea respecto a las OTTs domiciliadas en los territorios de la Unión.

Finalmente, IFT y CRC coinciden en señalar que en México y Colombia no hay una disposición legal que obligue a los servicios OTT a tener oficinas o representantes en Colombia. Sin



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

embargo, en ambos países de manea similar a lo indicado por CNTV para el caso de Chile, para fines tributarios si se requiere designar un representante legal y proporcionar un domicilio en el país para notificación y demás efectos fiscales.

Pese a la no existencia de obligación legal, CRC Colombia reporta que algunas OTT internacionales tienen oficinas o representantes en el país, como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+, principalmente para producción local y operaciones comerciales. Igualmente, otras OTT, por su origen o presencia, necesariamente cuentan con oficinas física y representantes en el país, como Claro Video, Movistar Play, RCN y Caracol Play, y la OTT pública RTVCPlay.

4.5. SOBRE LA EXISTENCIA DE ESTUDIOS RELATIVOS A LOS SERVICIOS OTT AUDIOVISUALES.

Tanto organismos de la PRAI que tienen facultades regulatorias sobre los servicios OTT audiovisuales, como CNMC y CAC, como algunos que no, como CNTV, IFT y CRC, informan que adelantan estudios y monitoreos periódicos a las tendencias sobre la oferta, demanda y consumo de contenidos OTT. Estos estudios ayudan a entender el comportamiento del mercado y las necesidades de los consumidores, cuyos derechos en últimas se busca proteger, con énfasis especial en los niños niñas y adolescentes. Tales estudios constituyen a su vez sustento importante de las iniciativas y proyectos de ley que cursan en diferentes países para regular los servicios OTT, respecto a lo cual vuelve a destacarse y tomarse como referente la experiencia de los países integrantes de la Unión Europea.

De esta manera, se identificó una importante y creciente cantidad de estudios e insumos académicos y literarios, la mayoría disponibles para consulta en línea. La relación detallada puede consultarse en las respuestas específicas de los organismos reguladores disponible en la sección 3 del presente documento.

Adicionalmente, CNMC, CNTV, CRC y ERC relacionan otros estudios sobre los servicios OTT audiovisuales realizados por otras entidades gubernamentales de sus países o por actores privados y académicos.

4.6. SOBRE BUENAS PRACTICAS IDENTIFICADAS.

Se evidencia la existencia de buenas prácticas a nivel local, nacional e internacional sobre la regulación de contenidos audiovisuales y servicios OTT, incluyendo casos de autorregulación y corregulación, según las experiencias compartidas por los organismos miembros de la PRAI.

Al respecto, resultan relevantes los aportes realizados por CNMC y CAC de España, que justamente son puestas de presente como referente por CRC Colombia, en tanto que Chile también resalta algunos aspectos sobre buenas prácticas a tener en cuenta.

CNMC destaca las siguientes buenas prácticas identificadas:

- *Autorregulación a través de Autocontrol:* Organización independiente sin ánimo de lucro que reúne a anunciantes, agencias, medios y asociaciones profesionales para promover



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

una publicidad responsable y ética. Cuenta con un Código de Conducta Publicitaria y códigos sectoriales específicos, como el Código de Conducta Confianza Online.

- *Marco Normativo Europeo y Nacional:*
 - Directiva 2018/1808: Fomenta la autorregulación y corregulación mediante códigos de conducta claros, con amplio respaldo y mecanismos efectivos de aplicación y sanción.
 - Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual (LGCA): Incorpora la Directiva europea y promueve la autorregulación y corregulación para proteger a los usuarios y adaptarse a la dinámica del sector audiovisual. La CNMC firmará acuerdos de corregulación con prestadores de servicios audiovisuales y plataformas.
 - Reglamento de Servicios Digitales (DSA): Establece códigos de conducta voluntarios a nivel de la UE para abordar contenidos ilícitos y riesgos sistémicos, fomentando la colaboración entre prestadores de servicios y partes interesadas.

- *Iniciativas Europeas:*
 - Código de Buenas Prácticas en Materia de Desinformación: Compromete a plataformas y anunciantes a combatir la desinformación, mejorar la transparencia y empoderar a los usuarios.
 - Código de Conducta para la Lucha contra la Incitación Ilegal al Odio en Internet: Colaboración entre la Comisión Europea y empresas tecnológicas para abordar el discurso de odio en línea.

- *Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA):* Plataforma para el intercambio de experiencias y mejores prácticas en la aplicación de la normativa audiovisual de la UE, incluyendo análisis sobre corregulación.

A su vez, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), destaca las referencias internacionales de las regulaciones de Alemania, Francia, Reino Unido e Irlanda como modelos interesantes a ser observados y tomados en consideración por los miembros de la PRAI.

- Francia (ARCOM): Enfoque en la supervisión y regulación de servicios audiovisuales y digitales.
- Alemania (DLM): Reguladores regionales con enfoque en tendencias de video y medios digitales.



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

- Reino Unido (OFCOM): Implementación de la Online Safety Act para la seguridad en línea.
- Irlanda: Regulador relevante debido a la domiciliación de muchas OTT y plataformas internacionales en su territorio. Su experiencia puede citarse como ejemplo de regulación de diferentes tipos, especialmente en aspectos como protección de audiencias y usuarios, privacidad y protección de datos personales, sobre cuotas de pantalla, sobre aspectos de tipo impositivo o tributario e igualmente sobre registros y suministro de información.

Finalmente, CNTV de Chile, destaca como principios fundamentales a observar:

- Respeto a la Libertad de Expresión: Las regulaciones deben ser mínimas y necesarias para no restringir indebidamente la libertad de expresión y de información.
- Estándares de Contenido: El regulador debe establecer estándares que aseguren el respeto a los derechos humanos, eviten contenidos dañinos para la infancia y adolescencia, y promuevan el pluralismo y la diversidad social.

Aquí se reitera nuevamente que, las normas supranacionales, especialmente las emitidas por la UE, son fundamentales como referente para la regulación de los servicios OTT en Iberoamérica y particularmente en Latinoamérica. Estas normas proporcionan un marco de referencia que puede facilitar la cohesión y la efectividad de la regulación en toda la región.

4.7. RECOMENDACIONES.

- Dar continuidad al Grupo de Trabajo sobre Servicios OTT de Audiovisual en el marco del nuevo Plan Estratégico de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica con un enfoque en la evolución, consumo y nuevas tendencias de las OTT de servicios audiovisuales, así como la perspectiva de prestadores de dichos servicios sobre los ámbitos tecnológico y de mercado, y el análisis de la regulación que sobre la materia se desarrolla e implementa en distintas regiones.
- Actualizar constantemente el documento diagnóstico sobre el estado de la regulación de los servicios OTT audiovisuales en Iberoamérica, procurando incorporar información de todos los organismos y países afiliados a la PRAI, propendiendo por convertirlo en un documento vivo, dinámico, para registrar en tiempo real las novedades legales y normativas que se produzcan en jurisdicción de cada uno de los reguladores. Este documento puede orientar a los afiliados a la PRAI en torno a la visión regulatoria de los servicios OTT audiovisuales en cada uno de sus países.
- Fortalecer desde la PRAI las alianzas y convenios de cooperación con los organismos reguladores de los países con mayores desarrollos y mejores



Plataforma
de Reguladores
del Sector Audiovisual
de Iberoamérica

experiencias en regulación de los servicios OTT, como Francia, Reino Unido, Irlanda y Alemania. De igual manera fortalecer desde la PRAI los canales de comunicación, entendimiento e intercambio de información y experiencias con la European Platform of Regulatory Authorities (EPRA) y con la Mediterranean Network of Regulatory Authorities (MNRA, en inglés- RIRM, en francés).

- Abordar la discusión de la regulación de los Servicios OTT de manera coordinada y, en la medida de lo posible, fijar una postura alineada de los países miembros de la PRAI. Para este fin el referente de la experiencia de España y Portugal constituye un valioso punto de partida.