

La convergencia digital como escenario de encrucijada entre el modelo TDT y los servicios OTT en la Argentina macrista

Año
2018

Autor
Sosa, Leonardo Gabriel

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Sosa, L. G. (2018). *La convergencia digital como escenario de encrucijada entre el modelo TDT y los servicios OTT en la Argentina macrista*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



La convergencia digital como escenario de encrucijada entre el modelo TDT y los servicios OTT en la Argentina macrista.

Leonardo Gabriel Sosa – UNSa / UNJu

Resumen

La implantación a partir del año 2009 de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en todo el territorio nacional, implicó para su despliegue, expansión y cobertura una fuerte inversión económica, tecnológica, política y de producción de contenidos que - desde sus propósitos de origen - tornarían irreversible el proceso de transición del escenario analógico al digital en conformidad con las previsiones de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley N° 26.522) y la Ley Argentina Digital (Ley N° 27.078/14).

En tal sentido, se analizará el proceso de desjerarquización del modelo TDT que encara el gobierno nacional de Mauricio Macri desde el Ministerio de Comunicaciones y el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), proceso iniciado con el Decreto N° 267/2015 - que deroga las leyes anteriores de regulación del sector audiovisual y de telecomunicaciones - considerando los alcances de los servicios cuádruple play que prestarían las TELCOS a partir de la denominada Ley de Convergencia que cuenta con media sanción del Senado.

Se tiene por tanto que, en el actual escenario de la convergencia digital de las comunicaciones – y con la clara intención de debilitar el modelo público de la TDT - emergen los servicios OTT (Over-The-Top) de VOD (Video-On-Demand) como opción de rentabilidad y competencia a los actuales servicios de televisión de pago (CATV, TDH).

Abordaremos en que consiste el modelo VOD y la arquitectura de distribución OTT que en el actual ecosistema digital constituyen un nuevo modelo de negocio

para la industria audiovisual, el datacasting, el nonbroadcasting y la televisión no lineal (IPTV) a partir del análisis comparativo de plataformas públicas (Cont.ar, Cine.ar Play), nativas (Netflix, QubitTV), Operadores de TV Paga (Flow Cablevisión) y de servicios a cargo de TELCOS (OnVideo – Telefónica, Arnet Play - Telecom y Claro Video - América Móvil).

Por último, daremos cuenta sobre las características del nuevo modelo OTT sobre el cuál se dirime el futuro de los servicios broadcasting en transformación en el actual escenario de convergencia digital y el ecosistema de pantallas.

La convergencia como concepto polisémico. Sobre el origen y sus devenires.

El informe prospectivo de Simon Nora y Alain Minc sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad llevaba el ya sugestivo título de “La Informatización de la Sociedad” en la que se anunciaba la tendencia hacia la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y los sistemas de comunicación de masas, inaugurando así la denominada era de la TELEMÁTICA.

Dicha conjunción de las redes de telecomunicación e informática apuntalo el proceso irreversible hacia la convergencia tecnológica que, en un primer momento, implicó la osmosis entre los medios de transmisión unidireccionales -sistemas de televisión- y las redes bidireccionales de telecomunicación, cuya imbricación fue acelerada por las redes digitales originando de este modo una eclosión de servicios infocomunicacionales que implican la “numerización de las señales”, es decir la reconversión digital de datos e información para su transporte codificado.

Partiendo de esta primera acepción sobre convergencia y delimitando su origen como un proceso intrínsecamente tecnológico se tiene que la conformación de una plataforma pancomunicacional constituye el plexo sobre el cual se desarrolla

uno de los complejos-industriales de fines del SXX y primeras décadas del SXXI de gran impacto en la reconfiguración de la industria del audiovisual, las telecomunicaciones y las redes digitales. En tal sentido, la interconexión y la interoperabilidad entre las redes constituye en la actualidad la amalgama de la distribución y circulación de los contenidos generados por la industria audiovisual por el torrente del sistema tubular digital de la red Internet.

Múltiples resultan los abordajes del proceso de convergencia en la economía global de la llamada Sociedad de la Información, cuyos alcances trascienden lo meramente tecnológico y se inscriben en procesos sociales, culturales y comunicacionales que han transformado el ecosistema de medios de comunicación tradicional. De igual manera y a los fines del análisis del concepto, es posible diferenciar al menos cinco tipos de procesos de convergencia que tienen lugar a nivel empresarial, el de la producción y distribución de contenidos, el consumo de las audiencias, el impacto y transformación del rol profesional periodístico (García Avilés, 2009; Villanueva Mansilla, 2016) y los aspectos regulatorios (Bizberge, 2017). En tanto Carlos Scolari incorpora la noción de convergencia de los lenguajes o convergencia semiótica que resulta de procesos de hibridación y contaminación entre los medios. (Scolari, 2009)

De la señalada multiplicidad del término, el aporte más significativo al respecto lo realiza Henry Jenkins (2008) quien introduce el concepto de convergencia mediática que define como “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (Jenkins, 2008).

Resulta así que para el autor la convergencia no sólo consiste en un mero proceso tecnológico sino más bien constituye un gran cambio cultural. Esta

transformación tiene como epicentro a las nuevas audiencias inscriptas en una cultura participativa, de inteligencia colectiva y de consumo activo. De tal modo que el autor va más allá del concepto unívoco ligado a las tecnologías y sostiene que la convergencia “se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros”. (Jenkins, 2008).

Convergencia digital audiovisual y el modelo Over-The-Top

Las plataformas audiovisuales OTT emergen como nuevas pantallas de desprogramación de la televisión lineal. Frente al modelo tradicional de TV, la categoría OTT (over-the-top) consiste en un modelo de televisión de libre transmisión (Bullich y Guignard, 2016), que utiliza la infraestructura de la red Internet abierta, las redes de telefonía y las redes inalámbricas o de banda ancha para ofrecer sus servicios VOD (video-on-demand).

La configuración y caracterización del nuevo servicio de contenidos OTT resulta de una complejidad tal que no está exenta de conflictos de intereses entre actores del sector infocomunicacional en el intento de acotar los alcances del servicio para su regulación legal y definición del modelo empresarial y de negocio en competencia con la industria tradicional de medios.

En relación a los intentos de regulación del servicio - y por extensión de la red - los argumentos que esgrimen los actores económicos dominantes ponen en tensión la noción de gratuidad y libre acceso a los contenidos con la que se fundó Internet. Es por ello que el debate en torno a la neutralidad de la red se centran en la no discriminación de contenidos, la garantía de no bloqueo y la libertad de uso de dispositivos.

Por lo tanto, desde esta perspectiva, intervenir sobre los servicios OTT vulneraría dichos principios. No obstante, los argumentos que promueven la

regulación versan sobre las desventajas competitivas de los sistemas tradicionales de distribución de contenidos con altos costos de sus redes frente a las OTT cuyas barreras de ingreso al sector son casi nulas.

Las plataformas OTT se diferencian de la televisión lineal por el diseño de las interfaces de (re)programación a la carta que rompen con la serialización de la pantalla tradicional y recrean la accesibilidad multipantalla en diversos dispositivos como experiencia de un continuum en el consumo del flujo audiovisual.

La automatización algorítmica de las plataformas OTT es un sello distintivo frente a la tradicional pantalla broadcasting que solo ofrece una experiencia de elección remota del zapping en relación a las posibilidades de interacción on-line de selección, edición, almacenamiento, reproducción y reprogramación de contenidos audiovisuales.

Una nueva experiencia de accesibilidad al vasto universo del audiovisual se presenta ante las audiencias activas que consumen con fruición y habilitan una dinámica de interacciones y personalización de los contenidos basados en *sistemas de retroacción* que consiste en el entrecruzamiento de “los patrones de consumo del usuario (registrados a través de las cuentas personales) y, en segundo lugar, en las recomendaciones proporcionadas por otros usuarios del mismo servicio (principio del filtrado colaborativo)” (Bullich y Guignard, 2016).

Se tiene entonces que la prescripción de la pantalla de “*qué mirar, cómo mirar y cuándo mirar*” es la resultante híbrida entre los cálculos algorítmicos y la acción orgánica de los usuarios que determinan una colaboración eficiente entre datos-usuarios-datos para organizar y personalizar la gran oferta de contenidos audiovisuales disponibles en las plataformas por catálogo OTT.

Convergencia digital de las audiencias y el consumo VOD

La domesticación del usuario en el consumo de contenidos audiovisuales no lineales se inicia en el año 2005 con la reproducción de “Me at the Zoo”, el primer video amateur en Youtube de Jawed Karim, cofundador de la plataforma. Si bien desde su origen y evolución Youtube responde a un modelo de intermediación entre productores de contenidos, audiencias y anunciantes; la estrategia económica de la plataforma consiste en la profesionalización de los contenidos amateur para que cuaje con las expectativas del mercado de anunciantes despreocupándose así de la generación de contenidos propios ¹, esto a diferencia del modelo OTT de catálogo de contenidos en el actual ecosistema audiovisual en red.

No obstante, la predilección de las audiencias por el video bajo demanda (VOD) y de la televisión a la carta, es un hito que se le debe atribuir a Youtube y su slogan de “broadcast yourself” que revolucionó los hábitos de las audiencias frente al broadcast tradicional. En tal sentido, las plataformas OTT irrumpen como la maduración de un modelo que es resultado de un proceso de experimentación e innovación de diversas plataformas que han adaptado sus tecnologías de streaming e interfaces de interacción con el usuario para ofrecer una mejor y mayor calidad en los servicios de distribución de contenidos audiovisuales multiplataformas.

Convergencia y la multiplicación de pantallas

La estabilización del modelo de Video bajo Demanda (VoD) decanta en la generación de los actuales servicios OTT que tienen como precedentes a los servicios de streaming de las pantallas piratas (Cuevana) y los portales de enlaces

¹ A diferencia de las plataformas OTT que se caracterizan por disponer de los derechos de radiodifusión de catálogos de series y generar contenidos propios y exclusivos.

por descarga de series y películas on-line (Serie Yonkis ²). En este sentido, el origen del consumo audiovisual on-line se cristaliza en los portales web de las comunidades de usuarios adeptos al cine de la cultura pop (fandom) y la cultura del compartir (sharing) como sucesoras del videoclub y el DVD.

De tal modo que el creciente consumo audiovisual en plataformas anticopyright se popularizó en la red a tal punto que su contracara de oferta consistió en la irrupción de los servicios on-line legales y de pago que siguen el modelo Netflix y ofrecen el acceso a contenidos en calidad HD y SD con ventajas en la personalización e interactividad con la plataforma. De igual manera, el modelo refinado de las OTT nativas (Netflix, Hulu, Youtube Premium, Qubit.tv) impulsan a las TELCOS, a los Operadores de TV paga y sistemas de TV pública estatal a implementar en su ecología de medios las plataformas de VOD para estar presentes en todas las pantallas posibles.

Las plataformas públicas OTT. Antecedentes y mutaciones.

Con la entrada del macrismo al gobierno nacional a partir del 10 de diciembre de 2015, los cambios en las estructuras del SADTV-T, el INCAA y ARSAT significaron la instrumentación de una política comunicacional con fuerte acento en la convergencia tecnológica y empresarial para restituir las fuerzas del mercado de las telecomunicaciones integradas a los servicios de radiodifusión y servicios de banda ancha en favor de beneficiar a los conglomerados mediáticos nacionales.

En este escenario, la TDT en particular se encuentra en un “proceso de desjerarquización” (González, 2017) en la que el notable desfinanciamiento del

² Series Yonkis fue creada en 2007 por Alberto García Sola. En 2009 la empresa Burn Media compra el portal. Su funcionamiento se basa en un agregador de enlaces en la que se selecciona una serie o película favorita y accede a un menú donde se encuentran las distintas opciones de streaming y descarga en webs externas al portal.

sector audiovisual público y el desaliento de la producción local a través del recorte de fondos concursables, no hacen más que resentir el estímulo de la generación de nuevos contenidos para las pantallas lineales (TDA) y de streaming públicas (OTT).

Los servicios de VOD públicos de acceso gratuito surgen cuando el estado nacional argentino encaró a partir del 2009, la creación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SADTV-T) a través del cual se pusieron en marcha el Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales Digitales con el objetivo de estimular y facilitar la producción de contenidos en todo el país.

El material audiovisual de producción nacional no solo alimentó las señales de la TDT sino que estuvieron disponibles en distintas plataformas digitales que acopian los contenidos creados por estas señales y por distintas productoras audiovisuales argentinas de libre acceso y distribución gratuita. Los repositorios de VOD creados fueron el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (BACUA), el Árbol de Contenidos Universales Argentino (ACUA) y el de Contenidos Digitales Abiertos (CDA).

En el año 2015 el INCAA y ARSAT conforman la Coordinación General de la Plataforma de Video a Demanda “ODEÓN”³ destinada a la difusión y emisión de contenidos cinematográficos y audiovisuales nacionales (series, ficciones, cortometrajes y documentales) diversificando las ventanas de exhibición en múltiples pantallas con la intención de proteger los derechos de autor y evitar el circuito de la copia ilegal.

Con el cambio de gestión, a partir del 4 de abril de 2017 la plataforma ODEÓN pasó a llamarse CINE.AR PLAY que es la plataforma gratuita de VOD de contenidos nacionales, y que además integran CINE.AR TV - que es la señal TDA

³ Ver Resolución INCAA N° 1873/2015

de Cine Nacional -, CINE.AR ESTRENOS de acceso mediante pago (PPV) a películas de reciente exhibición en las salas del país y CINE.AR SALA que es el nuevo nombre de los Espacios INCAA.

Al ecosistema de servicios digitales de contenidos públicos se integra la plataforma CONT.AR de streaming en vivo y bajo demanda de las Señales TDA ⁴ que cuenta con aplicaciones para dispositivos móviles y la reproducción de contenido se adapta al ancho de banda del que disponga el usuario final con conexión wi-fi, 3G o 4G.

Las plataformas nativas OTT

En el año 2011 se lanzó Qubit.TV en franca competencia local con el gigante de las OTT Netflix. La plataforma pertenece a Qubit Corporate de capitales argentinos y con proyección al mercado internacional de soluciones OTT de streaming. La plataforma está orientada al cine independiente, de autor, clásico, estrenos y películas de Festivales seleccionadas por el Director Artístico del BAFICI Javier Porta Fouz.

El modelo de negocio de Qubit.TV consiste en ofrecer una programación por catálogo y a demanda de contenidos audiovisuales (series, películas, etc.) para clientes finales. Y por otro lado, la plataforma se ofrece como un negocio de valor agregado para operadores que deseen complementar su oferta de TV de pago básica implementado un servicio OTT.

Las plataformas OTT de los Operadores de TV Paga

Flow Cablevisión es la OTT desarrollada por Cablevisión-Fibertel para ver TV en vivo (señales SD y HD) y contenidos on demand (películas, series y estrenos).

⁴ TV Pública, Archivo Histórico RTA, Radio Nacional, Fuegos, CCK, Tecnópolis, Encuentro, PakaPaka, DeporTV, Ficciones, Documentales y Formatos Cortos

La plataforma fue lanzada en noviembre del 2016 con dos modalidades de acceso:

- 1) Flow App, disponible gratuitamente para clientes exclusivos de HD en segundas pantallas como teléfonos móviles, tabletas y PC, y
- 2) El modo set-top-box de Flow Box que permite acceder a los contenidos audiovisuales a través de la pantalla del televisor con diferentes funcionalidades tales como pausar y regresar al inicio de un contenido, grabar en la nube y repetir programas ya emitidos, control parental y sincronización entre dispositivos móviles.

Las plataformas OTT de los CATV Cooperativos.

Las cooperativas que prestan servicios de televisión por suscripción y telecomunicaciones en localidades de baja densidad poblacional y escaso atractivo comercial constituyen un sector periférico del mercado concentrado de la televisión paga.

En el escenario de la convergencia periférica (Monje y Rivero, 2018), en dónde los actores no lucrativos pugnan por integrarse a los procesos de migración digital, las estrategias de “escala” resultan imperiosas y la incorporación de plataformas OTT se presentan como un desafío de ofrecer video bajo demanda.

La disponibilidad del servicio de VOD orientado al sector cooperativo de TV paga lo provee la Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión (COLSECOR Ltda) que dispone de la plataforma Colsecor PLAY de señales que integran las plataformas de contenidos de diferentes proveedores (HBO GO, la APP de FOX, TNT GO, Space GO, Cinemax GO, AXN, Canal Sony, E! Now, History Play). El reciente desarrollo OTT que incorporó COLSECOR se denomina SENSEA que es una plataforma de contenidos en vivo y on-demand disponible para dispositivos móviles.

Conclusiones

La acelerada proliferación de las plataformas OTT señala una tendencia hacia la predilección de las audiencias por el consumo de TV no lineal y de contenidos audiovisuales bajo demanda en múltiples pantallas abandonando progresivamente la centralidad de la televisión broadcasting. Conforme al impacto que provoca la denominada convergencia digital y tecnológica en sus múltiples dimensiones, la adaptabilidad de los actores del sector infocomunicacional los conduce a migrar hacia nuevos servicios que integre las plataformas OTT a la ecología de pantallas como alternativas de visionado.

El segmento de la TV OTT se caracteriza por su escasa y casi nula regulación en la provisión del servicio que la hace mucho más atractiva para los nuevos y viejos actores de la industria de los medios que desarrollan estrategias de televisión everywhere, al tanto que a nivel local las plataformas OTT nativas comerciales (Qubit.TV) compiten con las plataformas extranjeras y las ofrecidas por las TELCOS y los sistemas de televisión de pago.

En tanto, la desaceleración de la expansión de la señal de TDT en la Argentina habilita un futuro incierto de cara a la denominada Ley Corta que avanza en posicionarse como actor dominante al Holding del Grupo Clarín mediante la fusión TELECOM y CABLEVISIÓN como la TELCO con la posición más ventajosa del mercado⁵ en relación a TELEFÓNICA y CLARO.

⁵ Resolución 5.641 – ENACOM

Bibliografía

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

González, N. (2017). *La Televisión Digital Argentina a dos años del apagón. Retrocesos e incertidumbres, en Transiciones de la escena audiovisual: perspectivas y disputas*. Néstor Daniel González; Alejandra Pía Nicolosi. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Bullich V. y Guignard T. (2016). *Estrategias y normativas de los servicios OTT en el marco de los EE.UU. (2005-2015)*. Quaderns del CAC 42, vol. XIX - (5-19)

Monje, D. y Rivero, E. (2018). *Televisión Cooperativa y Comunitaria en Argentina: Existir desde la Convergencia Periférica, en Televisión Cooperativa y Comunitaria: diagnóstico, análisis y estrategias para el sector no lucrativo en el contexto convergente*. Daniela Monje y Ezequiel Rivero (comp.). Córdoba: Convergencia Cooperativa.

Scolari, C. (2009). *Alrededor de la(s) convergencia(s) Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios*. Signo y Pensamiento, vol. XXVIII, núm. 54, pp. 44-55

Villanueva Mansilla, E. (2017). *Convergencia mediática: lecciones y preguntas desde la experiencia peruana*. Revista de Comunicación 16 (1). Facultad de Comunicación,

Universidad de Piura. Perú. pp.166-191 Recuperado a partir de https://issuu.com/revistadecomunicacion/docs/rcom2017_1

García Avilés, J. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo Y Pensamiento*, 28(54), 102 - 113. Recuperado a partir de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4529>