

REGULACIÓN DE SERVICIOS DE VIDEO A DEMANDA EN AMÉRICA LATINA

Mariela Baladron

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Investigadora del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC) y del Observatorio DERCOM (FSOC-UBA)

mariela.baladron@gmail.com

Ezequiel Rivero

Doctorando Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires

Becario CONICET Universidad Nacional de Quilmes (UNQ)

squielrivero@gmail.com

Recibido: 6 de agosto de 2018

Aceptado: 16 de noviembre de 2018

Resumen

Las plataformas de video a demanda *Over-the-Top* (VOD OTT) para la distribución de video en Internet, con YouTube y Netflix entre sus máximos exponentes, generaron cambios en el ecosistema audiovisual. Este mercado, en América Latina, no está exento de las desigualdades históricas que se verifican en los medios tradicionales, debido a la subsistencia de fenómenos de alta concentración de la propiedad, de mercado y prácticas de integración entre los principales prestadores. De esta forma, la tendencia actual plantea desafíos regulatorios en relación con la promoción de la competencia, la diversidad, la producción de contenidos locales y el pluralismo en un escenario digital.

Este artículo adopta la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación para analizar las transformaciones del sector audiovisual en Internet. Se recurrió al análisis de informes oficiales, estudios de mercado y legislación de Europa, Estados Unidos y los cinco principales mercados audiovisuales de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

Parte de un recorrido por los modelos regulatorios de los VOD OTT en Europa y Estados Unidos y las discusiones actuales. Luego se sistematizan y analizan los aspectos impositivos y los debates regulatorios en los países latinoamericanos seleccionados. Finalmente, se presentan conclusiones donde se argumenta que los avances y discusiones respecto de la regulación de esta actividad en la región son incipientes y no permiten vislumbrar un “modelo latinoamericano” ni una relación directa con los internacionales.

Palabras clave: política de la comunicación, economía de la comunicación, América Latina, Internet.

VIDEO ON DEMAND SERVICES REGULATIONS IN LATIN AMERICA

Abstract

Over-the-Top Video on Demand (OTT VOD) services for online video distribution, from YouTube to Netflix, introduced changes in the audiovisual ecosystem. This market in Latin America is not exempt from the historical inequalities shown in traditional media, due to the persistence of high concentration levels of ownership and market, as well as integration practices among the main players. Thus, the current trend poses regulatory challenges regarding the promotion of competition, diversity, local content production and pluralism in the digital scenario.

This article adopts the Political Economy of Communications perspective to analyze the audiovisual sector transformations online. The analysis is based on official reports, market statistics and legislation from Europe, the United States and the main Latin American markets: Argentina, Brazil, Chile, Colombia y Mexico.

This work is based on a review of regulatory models for OTT VOD services in Europe and the United States, including current discussions. Next, tax aspects and current regulatory debates in the selected countries are systematized and analyzed. Finally, a series of conclusions are presented in which we argue that the regional discussion on this matter is still in its first steps, not allowing us to foresee neither the emergence of a “Latin American model”, nor a direct relationship with the most consolidated international models.

Keywords: communication policy, communication economy, Latin America, Internet

Introducción

El objetivo de este trabajo es analizar la regulación de las plataformas VOD OTT en América Latina y su inclusión en políticas y regulaciones impositivas, cuotas de pantalla y neutralidad de la red. A pesar de las expectativas de mayor competencia y abundancia asociadas con la distribución de video en Internet, se observa en el mercado una tendencia a la integración vertical de unos pocos agentes globales y la asociación con los jugadores tradicionales del sector infocomunicacional, consolidando un fenómeno de convergencia con mayores niveles de concentración. Apenas un puñado de empresas distribuidoras de video *online*, con YouTube y Netflix entre sus máximos exponentes, concentran porciones mayoritarias del tráfico de Internet a nivel global, al tiempo que acaparan la atención de las audiencias y cuotas crecientes de los recursos publicitarios.

En América Latina el fenómeno adopta otra temporalidad. Esto se encuentra en general relacionado con la menor maduración de este segmento de mercado, lo que está vinculado con la condición periférica de los países, las asimetrías y fracturas geográficas en cuanto a la disponibilidad de infraestructura de conectividad y las menores tasas de adopción de banda ancha. Sin embargo, la envergadura y cantidad de

plataformas existentes, los volúmenes de capital involucrados y la transformación lenta pero sostenida en los hábitos de consumo audiovisual de las audiencias, las convierten en objetos de interés para un abordaje regulatorio por parte de los Estados en relación con las condiciones de competencia en el mercado, por un lado, y sobre los medios adecuados para promover la diversidad cultural entre los contenidos de los catálogos, por el otro.

Sumado a lo anterior, la introducción de estos servicios VOD OTT dio lugar a una amplia agenda de preocupaciones que incluye además la recolección, tratamiento y explotación de datos; desde la necesidad de instrumentar mecanismos para la protección de las audiencias, hasta afectaciones sobre la diversidad y disponibilidad de contenidos locales. No obstante, la primera respuesta de los Estados nacionales de los países analizados estuvo orientada a la imposición de tributos con fines exclusivamente recaudatorios. En algunos casos se debate la implementación de herramientas específicas orientadas al fomento de las industrias audiovisuales locales.

El abordaje metodológico corresponde a un estudio exploratorio y comparativo de casos seleccionados por las particularidades que cada uno presenta (Coller, 1999; Stake, 1999). Se trata de los cinco principales mercados de América Latina, donde además se han registrado novedades en materia regulatoria en relación con plataformas VOD OTT. Se acudió al análisis documental y a otras fuentes secundarias (cuantitativas y cualitativas) en torno al mercado de las empresas del sector y a las políticas públicas relacionadas (Sautu, 2003; Marradi, Archenti y Piovani, 2007).

El artículo se encuentra organizado de la siguiente manera: en primer lugar presentamos algunas claves de lectura teóricas para el análisis desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación. Luego presentamos una caracterización del mercado VOD OTT en América Latina a través de algunos indicadores y las principales tensiones y alianzas existentes con otros actores infocomunicacionales tradicionales. A continuación se analizan los principales avances regulatorios en Europa y los Estados Unidos, y luego el estado de las discusiones en los cinco países de América Latina relevados. Finalmente, en las conclusiones se argumenta en relación con las limitaciones de la tendencia regulatoria que se observa hasta el momento, las deficiencias en términos de articulación regional y sus consecuencias sobre la emergencia de un “modelo latinoamericano” de regulación.

Marco teórico

La expansión de los servicios audiovisuales hacia Internet ha generado transformaciones en su cadena de valor y distribución, como así también una mayor renovación y cambios en los esquemas de flujo en pos de la segmentación, que tiende a modificar los modelos de negocios establecidos (Arsenault y Castells, 2008; Zallo, 2011). Si bien la naturaleza distribuida de Internet permite la participación de muchos actores en la producción de contenidos, los análisis empíricos permiten observar una continuidad en relación con las estrategias que tienden a la monopolización a través de la creación artificial de escasez, tal como sucede con las industrias de los medios y la comunicación (Bolaño, 2013; Miguel de Bustos, 2000; Mansell, 1999). Desde esta perspectiva, la Economía Política de la Comunicación no sólo permite recuperar las discusiones en torno al poder y la lógica mercantil de las tecnologías de la comunicación (Mosco, 2008), sino también proponer la necesidad de un cambio de paradigma post neoliberal

que reconozca la relevancia del rol del Estado y la regulación, tanto a nivel local como global, para contrarrestar el poder del mercado (Mansell, 2011; Winseck, 2016; Iosifidis, 2016).

Entre las particularidades que adquiere el audiovisual en Internet se destaca el surgimiento de los servicios VOD OTT. La denominación genérica *over the top* refiere a “la distribución de contenidos de audio, video y otros medios en la red abierta de Internet y por tanto fuera del control de los operadores de redes en la distribución de contenidos” (Prado, 2017, p.127). Bajo esta definición quedan comprendidas prestaciones diversas como servicios de voz sobre Internet (VoIP), plataformas de pago en línea, buscadores, servicios de e-mail, mensajería instantánea, redes sociales, agregadores de video y otros (BEREC, 2016, p. 6). Este trabajo se centra en los llamados VOD OTT, es decir, aquellos servicios que se ocupan de la distribución de video a demanda a través de Internet.

Según analiza Prado (2017), el VOD OTT se popularizó primero como un lugar para los contenidos generados por los usuarios a través de plataformas como YouTube y, más tarde, tuvo lugar “un proceso de industrialización creciente que se manifiesta en la aparición de apuestas profesionales y empresarialmente organizadas” (Prado, 2017, p.132). En los últimos años, proveedores de contenido, operadores de televisión paga y de telecomunicaciones, fabricantes de dispositivos y otras empresas nativas de Internet ingresaron a este segmento generando una fuerte expansión de la oferta (Grau, 2015; Páez Triviño, 2016).

Entre sus características cabe destacar el consumo audiovisual ubicuo y desprogramado, potenciado por la oferta de contenido exclusivo y la capacidad de su interfaz para funcionar en multipantallas junto con sistemas de recomendación y personalización, basados en técnicas de *Big Data* y *data mining*¹ (Havens, 2014; Lotz, 2016; Siri, 2015). Otro elemento fundamental en el modelo de negocio de estas plataformas VOD OTT es la calidad de su interfaz, tanto desde la perspectiva de su disponibilidad en cualquier dispositivo como por la personalización de su oferta, con sistemas de retroacción. Para ello los datos se convierten en un recurso esencial, ya que pueden ubicar a su propietario en una posición dominante en el mercado a largo plazo, desde el punto de vista de la ley de la competencia (Bullich y Guignard, 2016).

Para estos autores, este factor ha permitido la consolidación e implantación de gigantes estadounidenses como YouTube o Netflix en el ámbito internacional, lo que genera una situación de competencia desigual entre los actores por el desequilibrio de medios humanos, tecnológicos y financieros, en especial para los países emergentes, por los altos costos de las aplicaciones y su mantenimiento técnico. En este punto se modifica también la gestión editorial audiovisual: las decisiones que antes recaían en un grupo de profesionales son resueltas, en parte, a través del procesamiento de datos sobre consumo y preferencias de los usuarios.

La instalación del propio término “plataformas” por parte de estos actores brinda información sobre cómo buscan ser identificados por parte de los distintos públicos a los que se dirigen (Gillespie, 2010; Napoli y Caplan, 2017). En relación con el encuadre normativo, estos autores coinciden en afirmar que “las plataformas” comparten muchas

¹ *Big Data* refiere a la tecnología que posibilita la captura, gestión y procesamiento de un volumen de datos superior al software informático habitual. La minería de datos extrae relaciones y patrones útiles y novedosos a partir del análisis complejo de grandes volúmenes de datos.

características con los medios “tradicionales” y que esta intención de diferenciarse tiene como fin, entre otros, operar por fuera de una serie de exigencias regulatorias que se han aplicado históricamente al sector audiovisual, a pesar de estar involucradas también en la producción, diseminación y consumo de noticias y productos culturales (Baladron, 2018).

Indicadores de mercado y características de los servicios VOD OTT

Si bien el mercado VOD OTT presenta una diversificación de oferentes, se observa una concentración en el consumo en torno a unos pocos jugadores. En América Latina Netflix concentra cerca del 50% del mercado, seguido por actores como Claro Video (América Móvil), Blim (Televisa), HBO Go² y una “larga cola” de otros oferentes que obtienen cuotas de participación marginales y en general corresponden a plataformas temáticas, a desarrollos locales o apuntan a nichos de audiencia específicos.

El modelo de las OTT requiere para su funcionamiento del uso intensivo de infraestructura de red, lo que en un primer momento generó tensiones con las empresas de telecomunicaciones. Los operadores tradicionales advirtieron que sus propios servicios eran crecientemente sustituidos por prestaciones OTT que además usufructuaban sus redes en condiciones asimétricas. Es decir, mientras los operadores de redes funcionan bajo licencias, concesiones y autorizaciones estatales que los obligan a cumplir las normas locales, las OTT lo hacen bajo un marco regulatorio aún impreciso y en desarrollo.

No obstante, por el momento, el volumen de mercado de las OTT no es comparable al de las telecomunicaciones ni a la TV paga. Según cifras de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT), en 2017 las *telcos* generarían 1,3 trillones de euros a nivel global, mientras que las OTT, unos 402 billones. Sin embargo, las OTT eran un mercado dinámico que exhibía cifras de crecimiento muy superiores a las industrias ya consolidadas: se estima que en el periodo 2012-2017 las OTT crecieron un 17,3% por año en promedio, mientras que las *telcos* lo hicieron un 2,6% (Knoben, 2014). Por su parte, en los principales mercados de América Latina y el Caribe se estimaba que en 2018 la TV paga facturaría 21.099 mil millones de dólares,³ mientras que los VOD OTT tendrían ingresos por unos 1.345 millones el mismo año (Dataxis, 2015). Sin embargo, en algunos países la actividad ha sido alcanzada por impuestos locales generales o específicos como una de las vías elegidas para contener la transferencia de riqueza que estas empresas realizan desde los países periféricos hacia los países centrales, donde habitualmente se encuentran sus casas matrices.

Pese a las tensiones aún persistentes entre estos actores “nativos” de la economía digital y los jugadores tradicionales del sector de las telecomunicaciones y el audiovisual en relación con la necesidad de una regulación que “nivele el terreno de juego”, se observa una tendencia hacia la integración. Las estrategias a las que recurren tienen distintos alcances y objetivos, y se realizan sobre algunos o todos los eslabones de la cadena de valor del audiovisual. En algunos casos los “nuevos entrantes” adquieren licencias de distribución de contenidos ya emitidos a empresas de televisión tradicional o bien se asocian a ellas para producir contenido original.

² Fuente: Ovum, 2017.

³ Fuente: Ovum, 2017.

Por otro lado, a nivel de la distribución, la tendencia muestra diferentes tipos de acuerdos entre los servicios de video a demanda OTT y las empresas de telecomunicaciones y operadores de TV paga. En mayo de 2018 Telefónica y Netflix firmaron un acuerdo de integración de contenidos en Europa y América Latina.⁴ En Argentina, Flow, la plataforma VOD del principal proveedor de Internet y operador de TV paga del país, ya integra YouTube y se ha anunciado un acuerdo para sumar Netflix y otros operadores OTT en el corto plazo. En países como Argentina y Chile existen además plataformas estatales (Cont.ar y OndaMedia, respectivamente) que distribuyen contenidos locales financiados mediante fomento público. En estos casos los Estados no se limitaron a su rol regulador o a la imposición de tributos, sino que tomaron parte contribuyendo a la diversificación de la oferta.

Según observan algunos analistas, la adopción de estos servicios en los países más desarrollados se acerca a la madurez e incluso la saturación. En Estados Unidos la penetración de YouTube alcanza el 94% de los usuarios de Internet, mientras que Netflix llegaría al 71% en los próximos tres años. Ambos quedarían así con estrecho margen de crecimiento (Juárez, 2015). Sin embargo, en América Latina, las deficiencias en la infraestructura de banda ancha en relación con su disponibilidad, calidad y asequibilidad, sumado a los altos niveles de “piratería”, ralentizaron la adopción de este tipo de servicios, que todavía cuentan con amplio margen para crecer, especialmente entre los segmentos de menores ingresos.

Los modelos regulatorios de Europa y Estados Unidos

Antes de describir las principales características de los debates actuales en relación con las plataformas VOD OTT en Europa y Estados Unidos es importante diferenciar ambos modelos regulatorios. La legislación europea considera “la naturaleza del contenido y la semejanza de las prácticas y usos de los servicios OTT con la televisión tradicional para iniciar una armonización legal con independencia de la pantalla y de la aceptación de la modalidad tecnológica” (Bullich y Guignard, 2016, p. 14). Por su parte, Estados Unidos no se basa en este principio sino en la forma de distribución y las especificaciones técnicas del servicio.

Cabe mencionar que, a diferencia de los Estados Unidos, la Unión Europea adhirió a la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de UNESCO en 2006.⁵ Este instrumento reconoce la naturaleza específica de los bienes y servicios culturales como portadores de valores e identidad y define el derecho y obligación de sus Estados parte a formular y aplicar políticas culturales y medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales (art. 5).

De esta forma, la comunicación audiovisual es reconocida como servicio cultural y no sólo económico a diferencia de otros sectores (como las telecomunicaciones) en el marco de las negociaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) por parte del bloque regional europeo. No obstante, algunos autores advierten que, transcurrida una década de la firma de la Convención, este instrumento tuvo un impacto limitado

⁴ Ver “Telefónica to integrate Netflix service into its TV and video platforms”. Disponible en línea: <https://goo.gl/vjhpKh> (acceso 02/10/2018).

⁵ Los cinco países de América Latina que se analizan en este trabajo han adherido o ratificado este instrumento.

sobre las políticas nacionales de comunicación y cultura (Albornoz y García Leiva, 2017).

Estos modelos regulatorios y el debate en torno a la neutralidad de la red⁶ también pueden analizarse desde una perspectiva económica, en base a los principales agentes del mercado en estos sectores. Estados Unidos reúne a los principales proveedores de contenidos, vinculados a su vez con las empresas líderes de software y hardware (en el segmento VOD OTT con la expansión mundial de Netflix y YouTube, por ejemplo, considerados “*first movers*”) mientras que Europa cuenta con fuertes operadores de red incumbentes (Ganuza y Viacens, 2013).

a) Las plataformas VOD OTT en la agenda regulatoria europea

Europa fue uno de los primeros mercados que incluyó los servicios audiovisuales a demanda en su agenda regulatoria y extendió a estos prestadores las disposiciones aplicadas a los servicios televisivos. La primera Directiva de Televisión sin fronteras fue aprobada en 1989 y, desde entonces, la Comisión y el Parlamento Europeo han impulsado consultas y revisiones periódicas de la política audiovisual. En 2007 se produjo un hito regulatorio a través de la Directiva 2007/65/CE que estableció la definición de “servicios de comunicación audiovisual” para abarcar tanto a la radiodifusión televisiva como “a petición”, es decir, más allá del soporte de transmisión mientras esté destinada a una “parte significativa del público en general y puedan tener un claro impacto sobre él”, en armonía con los principios de la Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de UNESCO.

En 2010, una nueva regulación comunitaria, la Directiva 2010/13/UE, avanzó en una “adecuación del marco regulador al escenario convergente que resulta de la incorporación de las nuevas tecnologías a la transmisión y difusión de servicios de comunicación audiovisual en la era digital” (García Castillejo, 2010). En relación con los servicios VOD, la Directiva dispuso el fomento de la producción de obras europeas y su acceso, “cuando sea factible y con los medios adecuados”, a través de contribución financiera a la producción, adquisición de derechos y/o la incorporación en su oferta de contenidos con disposición prominente dentro del catálogo (art.13.1).

En 2016 se presentó un proyecto para modificar la Directiva de 2010 con el objetivo de proveer un nuevo equilibrio respecto de las condiciones de competencia de los diferentes agentes económicos, corregir déficits en la protección de los usuarios y precisar los mecanismos de promoción de la diversidad cultural (Comisión Europea, 2016; Parlamento Europeo, 2017). Luego de un proceso de diálogo de casi dos años entre la Comisión, el Consejo General y el Parlamento se alcanzó un texto definitivo aprobado en octubre de 2018. Entre las principales novedades, la normativa establece una cuota de al menos el 30% para contenido de origen europeo en los catálogos de los servicios a demanda y garantía de prominencia para dichas obras. Además, la nueva Directiva permite que los Estados impongan contribuciones financieras a las OTT ya sea mediante inversiones directas en contenidos o aportes a la conformación de fondos cinematográficos nacionales. Sin embargo, con el propósito de no inhibir el desarrollo

⁶ Si bien no hay un concepto unívoco, hay cierto consenso sobre la definición general que entiende la neutralidad de la red como el principio de trato igualitario del tráfico en la red, sin discriminación, restricciones o interferencias por razones de contenido o servicios.

del mercado y el ingreso de nuevos operadores, las empresas con “escasa presencia” – aquellas con bajo volumen de negocio, bajas audiencias o de nicho– quedan eximidas de estas obligaciones (Parlamento Europeo, 2018).

La norma indica que los proveedores de plataformas de video deben adoptar medidas para proteger a los menores de ser expuestos a contenidos que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral y a los ciudadanos en general contra contenidos que inciten al odio y la violencia, por motivos de sexo, raza, color, religión u origen. A estos fines promueve mecanismos de auto y co-regulación y códigos de conducta por parte de los operadores. En parte esto obedece a que los proveedores determinan la organización de los contenidos y por lo tanto son exigibles medidas para proteger a los menores y a los usuarios en general. Asimismo, se recomiendan mecanismos de notificación y calificación de contenidos, control parental, entre otros.

Para lograr una efectiva aplicación de estas obligaciones, el texto indica que cada Estado debe confeccionar y mantener actualizado un registro de prestadores de servicios audiovisuales y de proveedores de plataformas de distribución de videos *online*, al tiempo que insta a la conformación de autoridades y organismos reguladores independientes tanto de los gobiernos, como de cualquier otra entidad pública o privada.

La normativa aprobada debe ser adoptada por el Consejo de Ministros y luego publicada en el Diario Oficial de Unión Europea. A partir de entonces los Estados miembro tienen hasta 21 meses para adaptar las directrices a cada legislación nacional.

b) Marchas y contramarchas sobre el principio de neutralidad de la red en los Estados Unidos y Europa

El crecimiento del consumo audiovisual vía *streaming* ha generado disputas entre los operadores de redes que brindan acceso a Internet (empresas telefónicas y de cable) y los proveedores de contenido, principalmente, las plataformas VOD OTT, por la demanda de ancho de banda. Por ejemplo, según los datos publicados por la consultora Sandvine en octubre de 2018, Netflix representaba el 15% de todo el volumen de tráfico de bajada de Internet a nivel global, mientras que el 56% del tráfico total de Internet correspondía a *streaming* de video (Sandvine, 2018).⁷ Es decir, la discusión de fondo es en relación con la distribución de “los ingresos y los gastos en la prestación de los servicios de Internet, y sobre quién asume los costos de las inversiones de red necesarias ante el impresionante aumento del consumo promovido por la convergencia audiovisual” (Fontanals, 2016). Estas tensiones se expresan en los debates regulatorios sobre la neutralidad de la red y algunos acuerdos comerciales entre estas empresas.

Por su parte, los órganos internacionales de derechos humanos han reconocido una serie de principios específicos en Internet, entre ellos la neutralidad de la red, plasmados en la Declaración conjunta sobre libertad de expresión e Internet (2011)⁸ y en informes de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de

⁷ Estos datos no contemplan países como China e India, por ejemplo, y toman como base información de proveedores de Internet Tier 1 y 2, de banda ancha fija y móvil.

⁸ Suscripta por las y los relatores especiales y representantes para la libertad de expresión de Naciones Unidas (ONU), la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (OSCE), la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP).

Derechos Humanos (RELE, 2013; 2017), entre otros. En 2017 el Relator Especial de Naciones Unidas consideró que “los Estados deben prohibir los intentos de asignar prioridad a ciertos tipos de contenido o aplicaciones en Internet por un pago u otros beneficios comerciales” (ONU, 2017, párr. 80).

En los Estados Unidos, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC por su acrónimo en inglés) había establecido en febrero de 2015 una normativa específica de “Internet abierta” (*Open Internet Order*) que prohibía el bloqueo, ralentización o priorización de contenidos con el objetivo de garantizar la neutralidad de la red (FCC, 2015). Con la llegada al gobierno de Donald Trump se anunció la decisión de modificar esta regulación con el fin de “Restaurar el orden en la libertad de Internet”.

Finalmente este cambio fue aprobado el 14 de diciembre de 2017 por el organismo de aplicación por 3 votos contra 2, a pesar de las amplias objeciones de organizaciones de la sociedad civil, los pioneros de Internet (entre ellos, Tim Berners Lee), algunas empresas del sector y representantes de varios estados de ese país. El proceso aún está abierto y la decisión debe ser aprobada por el Congreso; mientras tanto, el 11 de junio de 2018 la FCC ratificó su jurisdicción federal y la vigencia de esta medida en respuesta a la sanción de leyes locales que restablecían la neutralidad de la red en varias jurisdicciones. Muchas organizaciones recurrieron a la vía judicial con la presentación de demandas en contra de esta decisión, como Mozilla Corporation, Vimeo, Public Knowledge, Open Technology Institute, Free Press, etc. La iniciativa de terminar con la neutralidad de la red fue promovida por Ajit Varadaraj Pai, designado como presidente de la FCC en 2017, quien también fue abogado de Verizon, una de las principales empresas de telecomunicaciones de ese país (Loreti, 2018).

En relación a los VOD OTT audiovisuales, la regulación de 2015 procuraba evitar que aquellos ISPs integrados verticalmente beneficiaran a sus propias plataformas (por priorización de tráfico) y/o que ralentizaran los contenidos de sus competidores. Sin embargo, no intervenía respecto de acuerdos privados de *peering*, lo que planteaba una priorización de contenidos particulares de hecho. Muchas situaciones habían quedado sujetas a definiciones caso por caso (*case-by-case*) por parte de la FCC, como los acuerdos de pago por “vías rápidas” entre empresas (caso Comcast y Netflix), la bonificación de la suscripción a plataformas propias por parte de los ISP a sus clientes, la contratación de servicios de redes de entrega de contenidos locales (CDN, acrónimo de *content delivery networks*) por parte de los OTT más grandes, etc.

En el caso de Europa, el Organismo Europeo de Reguladores de Comunicaciones Electrónicas (BEREC, por su acrónimo en inglés) publicó en 2016 un detallado documento que contiene una serie de lineamientos y recomendaciones para las autoridades regulatorias de los países que integran la Unión, sobre neutralidad de la red. En general, se indica que los proveedores de servicios de acceso a Internet (ISP, por su acrónimo en inglés) deben tratar todo el tráfico de manera equitativa, al brindar servicios de acceso, sin discriminación, restricción o interferencia, e independientemente del remitente y receptor, el tipo de contenido, aplicaciones o servicios distribuido o solicitado y el equipo terminal utilizado (BEREC 2016b, pp.13-14). A su vez, indica que estos principios generales no impiden a los ISPs realizar una “gestión razonable del tráfico”. Para que se consideren “razonables”, aclara BEREC, las medidas de gestión de tráfico deben ser transparentes, limitadas en el tiempo, no discriminatorias, proporcionales y no estar basadas en consideraciones de tipo

comercial, sino estrictamente en requerimientos técnicos objetivos para garantizar la calidad del servicio (ibídem, p. 15). Además, las recomendaciones permiten acuerdos comerciales entre los ISPs y los usuarios finales referidos a condiciones técnicas, volumen de datos y velocidad, entre ellos las ofertas de tipos zero-rating, siempre y cuando dichas prácticas no limiten el ejercicio de los derechos de los usuarios establecidos en el mismo documento (p. 11). Como antecedente, en 2015, en el marco de las transformaciones que se realizaron sobre las políticas de *roaming* en las comunicaciones móviles dentro de los países de la Unión, el Consejo y el Parlamento Europeo establecieron normas comunes para “salvaguardar un trato igualitario y no discriminatorio del tráfico en la prestación de servicios de acceso a Internet y los derechos de los usuarios finales”. El objetivo, de la mención era además, afirma el documento, “garantizar el funcionamiento continuo del ecosistema de Internet como motor de innovación” (Parlamento Europeo, 2015, p. 1).

Mientras tanto, los principales VOD OTT han desarrollado algunas estrategias para buscar respuestas alternativas a estos conflictos con los operadores de redes. Por ejemplo, Netflix ha contratado servicios de redes de entrega de contenidos (CDN) de terceros para garantizar la disponibilidad de sus servicios en varias ciudades del mundo y, más recientemente, impulsó la *Netflix Open Connect Initiative*, un acuerdo con proveedores de acceso para ofrecer sus contenidos en servidores cercanos a los usuarios. Por su parte, Google comenzó a incursionar en la prestación de servicios de conectividad de alta velocidad con “Google Fiber” en algunas ciudades de Estados Unidos y también en el desarrollo de una red de servidores propios (Siri, 2015; Fontanals, 2016). De todas formas, las inversiones y capacidad de negociación para llevar adelante este desarrollo privado de redes y acuerdos no está al alcance de empresas más pequeñas, lo que concentra aún más el poder de estos jugadores en el mercado.

Este escenario presenta, al menos en el caso de Estado Unidos, nuevas incertidumbres con la “autolimitación” de la FCC para regular los servicios de banda ancha fija y móvil y su decisión de inclinar el tablero a favor de los grandes jugadores del sector (tanto ISPs, empresas de telecomunicaciones o plataformas de contenidos) en detrimento de usuarios y operadores pequeños y medianos, si permanece firme la decisión de terminar con la neutralidad de la red.

Los debates actuales en América Latina

La cantidad de plataformas existentes, los volúmenes de capital involucrados y el nivel creciente de adopción de estos servicios por parte de la población en los países de América Latina tornan relevante un enfoque regulatorio por parte de los Estados en relación con las condiciones de competencia en el mercado, por un lado, y sobre los medios adecuados para promover la diversidad cultural entre los contenidos de los catálogos, por el otro. En esta sección se presentan las disposiciones en materia impositiva y los debates que tienen lugar en los principales mercados de la región en relación con el encuadre normativo de estos servicios.

Tabla 1. Tendencias y debates en la regulación de los servicios VOD OTT.
Principales mercados de América Latina (septiembre de 2018)

	Tributos generales y específicos	Propuestas y proyectos regulatorios
Argentina	En diciembre de 2017 se produjo una reforma tributaria que grava a las OTT con 21% de IVA (Ley 27.430). Anteriormente, solo en 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).	Se presentó un proyecto de ley para aplicar a las OTT un gravamen del 10% con destino a un fondo de fomento cinematográfico. Según funcionarios del gobierno, ⁹ la futura ley de Comunicaciones incluiría medidas de protección a la industria de contenidos local.
Brasil	A fines de 2016 el Gobierno Federal sancionó la ley 157 que extiende el Impuesto sobre los Servicios (ISS) a sectores antes no alcanzados, entre ellos la distribución de música y películas por <i>streaming</i> . Las empresas de este segmento pasaron a pagar una alícuota del 2% sobre su facturación. La normativa aprobada por mayoría en el Senado fue promulgada por el Poder Ejecutivo el 29 de diciembre de 2016. Al cierre de este artículo se discutía la propuesta de aplicarles un impuesto destinado a la Contribución para el Desarrollo de la Industria Nacional de Cine (Condecine) a partir de un modelo híbrido que permita a los proveedores aportar en función del tamaño del catálogo o la cantidad de suscriptores y transacciones.	Luego de una consulta pública realizada a principios de 2017 sobre los criterios para regular los servicios de video a demanda, la Agencia Nacional de Cine (ANCINE) elevó al Consejo Nacional de Cine una serie de recomendaciones para la regulación de estos servicios. Sin embargo, tras cambios en la conducción política del Ministerio de Cultura en 2017 se decidió restringir el debate a la cuestión tributaria únicamente, en detrimento de propuestas vinculadas a cuota de pantalla, protección de las audiencias, etc. (ANCINE, 2017)
Chile	La legislación tributaria de Chile no tiene reglas o normas especiales que regulen las operaciones de comercio ligadas a la economía digital, por lo que debería aplicarse la normativa general según la cual todas las empresas que obtienen ingresos en ese país deben pagar impuestos. En un oficio de mediados de 2016, el Servicio de Impuestos Interno (SSI) aclara que “en el caso de servicios no licenciados, como publicidad, hosting, acceso a base de datos, etc., prestados desde el extranjero y utilizados en Chile, éstos se encontrarían gravados con IVA” (Oficio SSI N° 1833 del 23.06.2016). No obstante esto no sucede en la práctica, y al cierre de este artículo se encontraba en	El Consejo Nacional de TV (CNTV) realizó la I Encuesta Nacional sobre Contenidos Audiovisuales y de TV por Internet, mediante la cual relevó hábitos y perfil de los usuarios de plataformas online. Según este estudio el 75% de los encuestados estaría de acuerdo con que el Estado regulara los contenidos audiovisuales en internet (CNTV, 2016), pero aún no se avanzó en propuestas concretas.

⁹ Esta información surge de una entrevista realizada por los autores a Silvana Giúdice, coordinadora de la Comisión que redactará el anteproyecto de la Ley de Comunicaciones y presidenta de Enacom (Ente Nacional de Comunicaciones) en mayo de 2017.

	estudio la posibilidad de incluir el comercio digital y las OTT en particular en una próxima ley de reforma tributaria.	
Colombia	En diciembre de 2016 se realizó una reforma tributaria tras la cual los servicios OTT quedaron gravados con el 19% de IVA (Ley 1819, art. 180). A su vez, los operadores que ofrecen servicios de contenidos a través de Internet aportan el 2,2% de sus ingresos brutos al Fondo TIC que gestiona el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación (MinTIC). El objeto del Fondo es financiar los planes, programas y proyectos para facilitar el acceso universal y servicio universal (art. 34 de la Ley 1341 de 2009).	En los últimos años varios proyectos presentados en el Congreso buscaron una reglamentación para estos servicios a partir de una agenda de temas más amplia. Una de estas iniciativas fue el proyecto de ley 077 de 2015, que planteaba el tratamiento de estas prestaciones como servicios públicos, la obligatoriedad de realizar aportes al Fondo Audiovisual y de Contenidos para financiar la producción de contenidos públicos y obligaciones de retransmisión de contenidos de interés general, entre otras disposiciones. Sin embargo estas propuestas no recibieron tratamiento legislativo.
México	La distribución de contenidos a través de plataformas de Internet no está contemplada en la regulación mexicana. Las aplicaciones OTT son aludidas de manera tangencial en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en el capítulo VI referido a Neutralidad de las Redes, pero no se establece ninguna regulación específica. Por su parte, el Instituto Federal de Telecomunicaciones de ese país (IFT) resolvió a mediados de 2015 que las plataformas OTT no son equivalentes a la TV paga y por lo tanto no pueden ser reguladas de la misma manera (comunicado 48/2015 del IFT). En septiembre de 2018 el Organismo abrió a consulta pública su “Visión regulatoria de las telecomunicaciones y la radiodifusión, 2019-2023”, donde pone en agenda a estos servicios y señala la importancia de “analizar las implicaciones del crecimiento de los servicios OTT en los mercados de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión” (IFT, 2018, p. 33).	

Fuente: elaboración propia en base la legislación vigente e informes de los organismos públicos de estos países publicados a septiembre de 2018.

En materia tributaria es posible realizar algunas distinciones en relación con las herramientas utilizadas y el destino de los impuestos que se aplican o crean para los servicios de video a demanda. Por un lado, en países como Argentina y Colombia la perspectiva se orientó a extender la imposición del IVA (impuesto que se traslada a los usuarios finales) hacia los servicios digitales sin distinguir la especificidad de las industrias culturales ni orientar la recaudación resultante a fines específicos vinculados con el sector. Al cierre de este artículo Chile había anunciado que iniciaría las discusiones para incluir a los servicios digitales en una eventual reforma tributaria.

Por su parte, el debate brasileño tiene sus particularidades. La Agencia Nacional de Cine de ese país habilitó una consulta pública tras la cual elaboró una serie de directrices plasmadas en un documento que contenía una agenda ampliada que incluía los aspectos tributarios pero también la promoción de obras nacionales, la protección de las audiencias, entre otras. Al producirse un cambio de autoridades en el Ministerio de Cultura, esta agenda ampliada acabó circunscripta solo a los aspectos tributarios con la salvedad de que, a diferencia de lo que ocurre en Argentina y Colombia, se pretende que estos impuestos se orienten a la Contribución para el Desarrollo de la Industria Nacional

de Cine (Condecine), una cuota creada en 2001 mediante la cual se exige el pago de un impuesto por cada obra audiovisual distribuida en el país. Al cierre de este artículo el debate giraba en torno a la posibilidad de diseñar un modelo híbrido de tributación que permita a los proveedores de servicios digitales elegir si quieren tributar según el tamaño de sus catálogos o a partir de una tarifa plana vinculada con la cantidad de suscriptores o transacciones.

A su vez, el principio de neutralidad de la red se encuentra contemplado en la normativa de todos los países analizados. Argentina lo consagra de forma acotada dentro de la ley de Telecomunicaciones “Argentina Digital” (27.078 de 2014); Brasil lo incluye en su Marco Civil de Internet (ley 12.965 de 2014); Chile fue uno de los primeros países del mundo en dictar una normativa específica sobre este tema (ley 20.453 de 2010); Colombia también lo incluía dentro de una normativa más general (ley 1.450 de 2011) mientras que México lo consagra en el marco de la Ley de Telecomunicaciones de 2013.

En la mayoría de los casos la Neutralidad de la Red aparece definida de forma genérica en relación con la prohibición de los proveedores de conectividad a Internet (ISP) de realizar distinciones arbitrarias sobre los contenidos o servicios en base a su origen, propiedad o tipo. No obstante, la incorporación de este principio al cuerpo normativo de los países no garantiza por sí misma su efectivo cumplimiento. Como señala Gendler (2015), los Estados pueden afectarla negativamente ya sea por acción, cuando sancionan leyes a favor de la discriminación, o por omisión “al no reglamentar, deliberadamente, un marco normativo sobre estas problemáticas permitiendo a las ISP hacer y deshacer a gusto y conveniencia de sus negocios” (Gendler, 2015, p. 14). Por ejemplo, en Argentina, a septiembre de 2018, Claro, Movistar y Personal ofrecían algunas funciones de la aplicación WhatsApp sin costo a sus clientes. A su vez, tras la fusión entre Telecom y Cablevisión, aprobada en 2017, el servicio de VOD Flow de Cablevisión se ofreció sin cargo durante el Mundial de Fútbol 2018 a los clientes de Personal, la compañía móvil de Telecom.¹⁰ Estas prácticas comerciales son tácita o explícitamente avaladas por los Estados y “ponen en jaque al principio de neutralidad de la red y a los postulados de libre acceso, democratización y potencialidad que esta esgrime y hereda del ‘espíritu primigenio’ de Internet” (Gendler, 2015, p. 25).

Conclusiones

En los últimos años, la necesidad de diseñar un encuadre legal que comprenda a los servicios de video a demanda pasó a formar parte de la agenda de los organismos reguladores de distintos países. Los Estados de los principales mercados de América Latina no escaparon a esta problemática y en casi todos los casos analizados surgieron iniciativas y debates referidos a la regulación de las VOD OTT.

El volumen de ingresos que movilizan los actores que lideran este segmento, sumado a los intereses económicos de los jugadores tradicionales, que se ven afectados por sus operaciones, definieron que la principal intervención del Estado hasta el momento se haya materializado por la vía de imposiciones tributarias.

¹⁰ Para una lectura más detallada sobre la Neutralidad de la Red y su relación con este tipo de prácticas comerciales, ver: Fontanals, G. (2017).

Al cierre de este trabajo, Brasil era el único país de la región que planteó originalmente una agenda ampliada de propuestas regulatorias en un texto presentado por ANCINE en 2017, tras realizar una consulta pública. No obstante, tras cambios en la conducción política de esta Agencia y el Ministerio de Cultura se decidió restringir el debate a la cuestión tributaria exclusivamente.

En los demás países analizados el centro de las discusiones gira en torno al cobro de impuestos, pero hasta el momento no han avanzado en otro tipo de definiciones que indique una tendencia clara en la dirección de alguno de los modelos de regulación más establecidos. La adopción formal del principio de neutralidad de la red, ya sea en normativas generales sobre telecomunicaciones o en otras específicas, aparecía como el denominador común en todos los países. Otro punto a evaluar a futuro es la implementación efectiva de la neutralidad de la red en la región, en particular si se consolida el cambio de regulación de los Estados Unidos sobre este aspecto.

El carácter desterritorializado y global de las principales OTT pone de manifiesto que el tema trasciende la agenda local por la dificultad de aplicar regulaciones nacionales a estos actores. Además, el desafío de regular esta actividad comprende temáticas más generales como las políticas de recolección y tratamiento de datos personales diseñadas sobre la base de códigos y algoritmos desarrollados y controlados por empresas transnacionales, eje que representa otra línea de investigación a seguir.

En general se observan abordajes unilaterales por parte de cada país y la falta de instancias de cooperación y debates formales sobre la temática en el seno de los principales bloques en que se organiza la región. Por el contrario, la posibilidad de dar forma a un “modelo latinoamericano” de regulación de los servicios VOD OTT requeriría como primera instancia la generación de mecanismos de cooperación regional entre los distintos reguladores locales para fortalecer la posición ante los actores globales que lideran el segmento.

Finalmente, el principal desafío es promover el pluralismo y la diversidad en un escenario digital que no está exento de las desigualdades históricas que se verifican en los medios analógicos. Si bien los avances tecnológicos habilitan nuevas potencialidades, su concreción en pos de la democratización de la comunicación no está garantizada ante la subsistencia de fenómenos de alta concentración de la propiedad y el uso de datos con fines comerciales, incluso cuando atentan contra derechos de los usuarios, entre otras cuestiones. Por lo tanto, los principios de derechos humanos son una importante guía para continuar reflexionando y analizando los cambios dinámicos de la comunicación audiovisual en la actualidad, frente a decisiones que a veces intentan implantarse sin otro debate más que su posibilidad tecnológica o una racionalidad económica que beneficia a algunos actores específicos.

Bibliografía

- Albornoz, L.A. y García Leiva, M.T. (2017). Diversidad cultural, industria audiovisual y gobernanza. En Albornoz, L.A. y García Leiva, M.T. (Eds.) *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*. México: FCE.
- ANCINE (2017). *Relatório de Consulta Pública sobre a Notícia Regulatória sobre a Comunicação Audiovisual sob Demanda e Recomendações da ANCINE para uma*

- regulação da Comunicação Audiovisual sob Demanda*. Recuperado el 30 de junio de 2018, de: <https://goo.gl/hCqAf7>
- Arsenault, A. H. y Castells, M. (2008). The structure and dynamics of global multimedia business networks. *International Journal of Communication*, 2, (43), pp.707-748.
- Baladron, M. (2018). Infraestructura y plataformas de internet: concentración en el ecosistema digital. *Revista Revcom*, Número 6, pp. 32-44.
- BEREC (2016). *Report on OTT services. Reporte del Body of European Regulators for Electronic Communications*. Recuperado el 15 de febrero de 2018, de: <https://goo.gl/s256kR>
- BEREC (2016b) BEREC Guidelines on the Implementation by National Regulators of European Net Neutrality Rules. BoR (16) 127. Recuperado el 21 de marzo de 2019, de: https://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/download/0/6163-press-release-berec-publishes-guidelines_0.pdf
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.
- 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*, Vol. XIX, (42), pp. 5-19.
- CNTV (2016). *I Encuesta Nacional sobre Contenidos Audiovisuales y de TV por Internet*. Recuperado el 3 de junio de 2018, de: <https://goo.gl/t1M9Q3>
- Coller, X. (1999). Estudio de Casos. *Cuadernos Metodológicos* N° 30. Centro de Investigaciones Sociológicas. España.
- Comisión Europea (2016). *Propuesta de Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo*. (Informe Núm. 2016/0151). Bruselas.
- Dataxis (2015). *El mercado OTT en Latinoamérica Situación actual y tendencias*. Buenos Aires: Dataxis.
- Fontanals, G. (2016). La neutralidad de la red, la apertura de Internet. *Revista Fibra. Tecnologías de la Comunicación*, N°8, pp. 17-21. Buenos Aires: Menta Comunicación.
- _____ (2017). La Neutralidad de la Red y el zero-rating. *Revista Fibra. Tecnologías de la Comunicación*, N°14. Buenos Aires: Menta Comunicación. Recuperado el 9 de octubre de 2018, de: <http://papel.revistafibra.info/la-neutralidad-la-red-zero-rating/>
- Federal Communications Commission (FCC) (2015). *Open Internet Report and Order on Remand, Declaratory Ruling, and Order*. Recuperado el 22 de marzo de 2018, de: <https://www.fcc.gov/document/fcc-releases-open-internet-order>
- Ganuzo, J. & Viencens, F. (2013). El desafío de los contenidos y servicios over-the-top. En Jordán, V.; Galperin, H. y Peres W. (coord.). *Banda ancha en América Latina: más allá de la conectividad* (pp. 329-349). Santiago de Chile: CEPAL.
- García Castillejo, A. (2010). El escenario de la convergencia. La regulación de los contenidos audiovisuales. *Revista Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, N° 85.

- Gendler, M. (2015). ¿Qué es la Neutralidad de la red? Peligros y potencialidades. *Revista Hipertextos*. 2 (4), Julio-Diciembre 2015. Buenos Aires.
- Gillespie, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New media & society*, 12(3), 347-364.
- Grau, B. (2015). *Telecom and Media – how to ride the OTT wave*. Recuperado el 30 de mayo de 2018, de: <https://goo.gl/1ufR9G>
- Havens, T. (2014). Media Programming in an Era of Big Data. *Media Industries Journal* 1.2. (pp.5-9).
- Iosifidis, P. (2016). Globalisation and the Re-emergence of the Regulatory State. En Flew, T., Iosifidis, P., & Steemers, J. (Eds.) *Global Media and National Policies* (pp. 16-31). London: Palgrave Macmillan.
- IFT (2018). Visión regulatoria de las telecomunicaciones y la radiodifusión, 2019-2023. Recuperado el 9 de octubre de 2018, de: <https://goo.gl/hPFMFL>
- Juárez, L. (2015). Servicios OTT están cerca de la saturación en Estados Unidos. *Media Telecom*. Recuperado el 25 de febrero de 2018, de: <https://goo.gl/8XhRK7>
- Knoben, W. (2014). *The Rise of OTT Players. What is the appropriate response?*. Recuperado el 10 junio de 2018, de: <https://goo.gl/9j21Td>
- Loreti, D. (2018). El 11 de junio y el fin del sueño de las democracias digitales, *El Cohete a la Luna*, 10 de junio de 2018. Recuperado el 9 de octubre de 2018, de: <https://www.elcohetelaluna.com/el-11-de-junio-y-el-fin-del-sueno-de-las-democracias-digitales/>
- Lotz, A. (2016). The Paradigmatic Evolution of U.S. Television and the Emergence of Internet-Distributed Television, *Icono* 14, 14 (2), pp. 122-142.
- Mansell, R. (2011). New visions, old practices: policy and regulation in the internet era. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 25 (1). pp. 19-32. DOI: 10.1080/10304312.2011.538369
- Mansell, R. (1999). New media competition and access: the scarcity-abundance dialectic. *New Media and Society*, 1 (2) (pp. 155-182). DOI: 10.1177/14614449922225546
- Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. I. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé.
- Miguel de Bustos, J.C. (2000). Industrias culturales, gratuidad y precios en Internet. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, Nº 9, Noviembre, Universidad del País Vasco.
- Mosco, V. (2008). *The political economy of communication*. Londres: Sage.
- Napoli, P. y Caplan, R. (2017). Why media companies insist they’re not media companies, why they’re wrong, and why it matters. *First Monday*, 22 (5).
- ONU (2017). *Informe del Relator Especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y de expresión*. (Informe: A/HRC/35/22). Ginebra: Naciones Unidas.
- OVUM (2017). OTT Video Subscription Service Provider Forecast Americas 2017-2022, *Ovum TMT Intelligence Informa*. Consulting Report.

- Páez Triviño, A. (2016). Distribución online. Televisiones convergentes, intereses divergentes. En Marino, S. (coord). *El Audiovisual Ampliado*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.
- Parlamento Europeo (2015). Regulation (eu) 2015/2120 of the European Parliament and of the Council. Bruselas. Recuperado el 21 de marzo de 2019, de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32015R2120&from=en>
- Parlamento Europeo (2017). *Documento de sesión de la Comisión de Cultura y Educación*. (Informe: A8-0192/2017). Bruselas.
- _____ (2018) Enmiendas del Parlamento Europeo a la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual 2010/13/UE. Bruselas. Recuperado el 9 de octubre de 2018, de: <https://goo.gl/NfYvUK>
- Prado, E. (2017). El audiovisual online over the top. El futuro del audiovisual europeo y español. En Bustamante, E. (coord.) *Informe sobre el estado de la cultura en España 2017. Igualdad y diversidad en la era digital*. (pp. 127-144). Madrid: Fundación Alternativas.
- RELE (2013). *Libertad de expresión e Internet*. Washington DC: Oficina de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Organización de los Estados Americanos.
- _____ (2017). *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2016*. Washington DC: Oficina de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Organización de los Estados Americanos.
- Sandvine (2018). *Global Internet Phenomena 2018. Latin America & North America*. Recuperado el 09 de octubre de 2018, de: <https://www.sandvine.com/hubfs/downloads/phenomena/2018-phenomena-report.pdf>
- Sautu, R. (2003). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.
- Siri, L. (2015). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y del cine? *Revista Hipertextos*, 3 (5), (pp. 47-109).
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos* (2.a ed.). Madrid: Morata.
- Winseck, D. (2016). Reconstructing the Political Economy of Communication for the Digital Media Age. *The Political Economy of Communication*, 4 (2), 73-114.
- Zallo, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.