



# Estudio de caso: Vorterix Rock



Brenda Roberts; Bautista Rodríguez Larreta



## **Introducción**

Vorterix: "Una multiplataforma en la que podés escuchar algo por radio y tener una buena experiencia aunque no veas lo que pasa; o que podés ver en la computadora u otros dispositivos, sin que alguien interfiera contándole lo que pasa a quien escucha por radio; o que podés disfrutar en vivo acá" (Clarín; 2013). Así define el periodista y emprendedor Mario Pergollini el revolucionario proyecto que cambió en su totalidad los modelos de producción y distribución radial en la Argentina.

El estudio de Vorterix Rock, instalado en lo que antes era el Teatro Colegiales, está conformado por estudios de radio y de televisión además de varias salas de edición, oficinas de producción y el teatro en sí mismo (Página12; 2012). En la sola disposición del estudio se puede ver la diferencia clave del modelo: es una radio online en la que no sólo se puede oír el programa sino que también se puede verlo.

## **Contexto de la industria o el mercado**

La industria radial en la Argentina tiene una conformación sólida y una competencia bien establecida. Mientras que la emisora AM más escuchada es Radio Mitre, las estaciones de FM más escuchadas son La 100 y Pop Radio 101.5 seguidas de Metro 95.1 y Aspen (DeRadios; 2014).

No obstante, Pergollini ha señalado en múltiples ocasiones que su competencia no es radial. Lo que puede detectarse como su competencia más directa es la página web Cien Radios. Consiste en un "menú de radios online que ofrece a sus usuarios la posibilidad de escuchar y elegir contenidos exclusivos dentro de una amplia variedad de géneros y propuestas" (Cien Radios).

En lo que al marco legal respecta, la industria radial está regulada por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Una de las principales medidas que afectan a dicha industria es la implementación de un 70% como cuota mínima de producción nacional, 50% como cuota mínima de producción propia y un 30% como cuota mínima de música de origen nacional. Sin embargo, estas medidas no afectan a Vorterix Rock dado que dicha ley no contempló los medios online.

## **Propuesta de valor del producto o servicio**

Vorterix Rock es el primer proyecto multiplataforma en la Argentina. Este modelo rompe con las barreras propias de la radio tradicional. Por un lado, no se encuentra limitado a un radio determinado, es decir, el alcance de la emisora; esto también lo permite la radio online. No obstante, innova totalmente este modelo, que ya existía en el país. Al transmitir imagen al mismo tiempo, la programación se vuelve mucho más rica y viva. Por esto, Mario Pergollini dice que Vorterix "no es radio ni TV, es otra cosa" (Perfil; 2013).

## Historia

Después de 18 años al aire con el programa *Cuál Es?* en la Rock & Pop, en el año 2011 Mario Pergolini decidió abandonar esta radio. El conductor quería probar hacer un programa de 24 horas y no uno de 4 horas como hizo los últimos años. Tras escuchar ofertas de los grandes grupos de medios con radio, Pergolini firmó con el Grupo Veintitrés, liderado por Sergio Szpolski y Matías Garkunkel. Pergolini dijo: "Los tres grandes grupos con radio me decían: venite. Y la verdad es esta: (Matías) Garfunkel fue sincero, yo le pedí autonomía, que ideológicamente no me molesten y que confíen en mí. Les doy un plan de trabajo: si lo cumplo, todo bien, y sino, me rajan" (Perfil; 2013).

El conductor acordó no solo salir al aire por 103.1 FM en Capital y GBA, sino que también fue nombrado gerente artístico. Vorterix Rock fue fundada el 1 de enero de 2012. Hoy en día cuenta con 19 repetidoras.

Luego compraron el Teatro Colegiales, actualmente llamado Teatro Vorterix. El teatro reinauguró el 25 de mayo de 2012 con un show callejero de Nonpalidece y otro show sorpresa de Skay. Todo esto fue transmitido simultáneamente por la radio y por la web Vorterix.com a través de 16 cámaras HD.

## La empresa y el producto/servicio

Mario Pergolini comenzó a planear el proyecto en el año 2011 poco antes de dejar la radio Rock & Pop con el objetivo de producir contenidos propios y diferenciales a la radio. El periodista explicó en múltiples entrevistas que la música en la industria de la radio es un commodity que todos comparten y por ende necesitaban generar un contenido innovador que los distinguiera del modelo de radio tradicional (Revista Cielos Argentinos; 2012).

Vorterix es un proyecto en desarrollo, ya que fue pensado para llevarse a cabo a lo largo de cinco años, procurando que el crecimiento en Internet más mayor al de la radio. Dentro de este desarrollo también buscan replicar regionalmente el multimedio; actualmente están intentando establecerse en Chile y en Perú (Apertura; 2013).

Se financia no solamente de los espectáculos que se efectúan en el teatro Vorterix, sino también de las tandas publicitarias. La variedad en las formas de publicidad es amplia, siendo las más comunes spots publicitarios de 10, 20, 30 segundos o más, PNT (Publicidad No Tradicional), auspicio de segmentos, micros, programas o similares. El medio cuenta con una cantidad indefinida de combinaciones, que van desde uno hasta 18 meses de contratación, desde una salida diaria de Lunes a Viernes hasta 20 salidas de Lunes a Domingos (Grupo Multimedios).

En este momento, cuenta con una audiencia de 16.000 personas, número que se duplica cuando pasan conciertos en vivo. El 30 o 40 % de esa audiencia escucha la radio por la computadora y un 10 % lo hace a través de otros dispositivos tales como celulares

o tablets (Revista Cielos Argentinos; 2012). La gerente comercial de Vorterix, Analía Tievoli, comentó que el target original era de gente de entre 25 a 34 años (Total Medios; 2012).

## **Modelo de distribución**

Vorterix Rock innova completamente el modelo de distribución de la radio tradicional. Ya no es una emisión a través de señales de radio, sino que se emite vía internet, lo que le permite llegar a una cantidad infinitamente mayor de personas. Se pasa de un modelo de radio local y de difusión limitada a un modelo de difusión nacional e incluso global.

No obstante, esto no es lo más novedoso del modelo. Su principal distinción es la posibilidad de ver qué es lo que sucede en el estudio de grabación mientras se escucha el programa en vivo. Este nuevo sistema genera una cierta ambigüedad a la hora de clasificarlo como medio. Si bien la programación es radial, funciona casi a modo de televisión dado que incluye tanto imagen como sonido. “Me dicen que si hay audio e imagen, eso es televisión, y no estoy de acuerdo,” comentó Pergolini al diario Apertura. “La lógica de la televisión es distinta”. Podría decirse que es una suerte de híbrido entre ambos que revoluciona completamente la programación y el modelo radial.

A su vez, declara que hoy no hay radios que marquen tendencias reales porque generalmente todas las programaciones son de hace diez años y que eventualmente el modelo se volverá obsoleto. “Hoy mi competencia no es radial,” aclaró en una entrevista de Clarín. “En la radio, la torta ya está armada. Lo que tenemos que hacer, es controlar los contenidos. Generarlos”.

## **Claves del éxito**

La lectura del mercado de la radio que tuvo Mario Pergolini fue muy acertada. Por un lado buscó como romper con el modelo de la radio tradicional. Se dio cuenta que la música era un *commodity* y que todas las radios ya contaban con ella. A causa de esto, puso énfasis en la generación de contenidos propios, que son al fin y al cabo los que terminan diferenciando a una radio de otra. La oferta de estos contenidos es la principal fuente de ingresos de Vorterix.

También supo ver el ya evidente crecimiento de Internet y el poder que tiene hoy en día. La gente está en continua interacción con la web y Pergolini buscó la forma de unir la radio a este gigante. Esto lo diferencia de las grandes empresas que todavía no saben qué hacer con el presupuesto que destinan a la parte digital.

Al considerar que el público al que se dirigiría Vorterix está familiarizado con lo digital, la adaptación al nuevo producto no iba a ser un problema. Es más, iba a brindarle un nuevo servicio a la gente justamente en el ámbito donde más se mueve hoy en día, que es el digital.

Desde el punto de vista tecnológico, el medio cuenta con uno de los sistemas de streaming más modernos y de mayor calidad de la región. Esto es un factor clave ya que permite darle al consumidor la mejor calidad de imagen y sonido que su dispositivo le permita. También evita que se detenga la descarga del programa y poder verlo fluidamente, lo cual es un aspecto importantísimo para no perder la atención del consumidor (Apertura; 2013).

## **Desafíos y oportunidades**

Para empezar, el desafío más importante que Vorterix logra superar es el de la excesiva competencia radial, es decir, que no había forma en la que pudieran insertarse como una competencia sólida (Clarín; 2013). Por este motivo decidieron darle un giro al modelo radial vendiendo un contenido que los diferencia de todas las radios tradicionales y los deja, de este modo, sin competencia. Si bien la estación FM debe competir contra todas las otras radios, el contenido real es el que se pasa vía *streaming* por internet. No hay ningún contenido nacional que compita contra la programación de Vorterix.

Sin embargo, no sería de extrañar que ante el éxito del modelo de Pergolini eventualmente surjan nuevos competidores que intenten imitar este proyecto buscando llevarse una porción del público de Vorterix. Esta desventaja se ve contrarrestada por la posibilidad que ser los primeros en desarrollar este modelo les brinda de generar una audiencia fiel antes de que haya nuevos competidores.

Este modelo también tiene muchas oportunidades desde lo técnico, dado que al ser multiplataforma el producto se puede consumir desde cualquier dispositivo con conexión a internet o mismo desde la estación FM, lo que les genera una audiencia adicional a la de la radio y la de la computadora. A esto se le agrega mayor la calidad del producto: cuando la señal de radio es muy débil, se generan muchas interferencias; en cambio, el sistema de streaming de Vorterix le brinda al oyente la mejor calidad de imagen y sonido aun cuando la conexión de internet es muy baja. Por otro lado, logran eludir las restricciones de la Ley de Medios dado que no contempla las programaciones vía internet. Finalmente, está la ventaja de no tener que tercerizar su producción dado que tienen a Appterix y Wakamole como parte del "Grupo Vorterix". De este modo no tienen que invertir en empresas más allá de ellos mismos y no "matan al intermediario" como dice Pergolini que hacen las radios tradicionales (Apertura; 2013).

## Bibliografía

- ⌚ Frontera, Luis, (2013), " "Tenemos malas noticias" de Vorterix, rompiendo moldes" en línea en Perfil, <http://noticias.perfil.com/2013-08-28-35497-tenemos-malas-noticias-de-vorterix-el-futuro-llego-pronto/> (Consulta 27 de marzo de 2014)
- ⌚ Slusarczuk, Eduardo, (2013), "Mario Pergolini: "Me devolvió la pasión" " en línea en Clarín, [http://www.clarin.com/espectaculos/devolvio-pasion\\_0\\_951505010.html](http://www.clarin.com/espectaculos/devolvio-pasion_0_951505010.html) (Consulta 27 de marzo de 2014)
- ⌚ Del Río, José, (2013), "La radio dentro de cinco años estará al lado del VHS y el fax" en línea en Apertura, <http://www.apertura.com/revista/Pergolini-La-radio-dentro-de-cinco-aos-estara-al-lado-del-VHS-y-el-fax-20130725-001.html#sthash.FNxsN4Up.dpuf> (Consulta 27 de marzo de 2014)
- ⌚ Milberg, Alex, "Mario Pergolini: desde el planeta Vorterix", en línea en Revista Cielos Argentinos, <http://www.infonews.com/2012/05/11/sociedad-21323-mario-pergolini-desde-el-planeta-vorterix.php> (Consulta 27 de marzo de 2014)
- ⌚ Total Medios, (2012) "Vorterix es lo que viene", en línea en <http://www.totalmedios.com/nota/16121/vorterix-es-lo-que-viene>
- ⌚ DeRadios, (2014), "Mediciones AM y FM – Febrero 2014" en línea en Mediciones de Radio, <http://www.deradios.com/deradios-rating.php> (Consulta 2 de mayo de 2014)
- ⌚ Cien Radios, "¿Quiénes Somos?" en línea en Institucional Cien Radios, <http://institucional.cienradios.com/> (Consulta 2 de mayo de 2014)
- ⌚ Grupo Multimedios, "Vorterix Rotativos" en línea en <http://www.grupomultimedios.com.ar/95.9-vorterix.html> (Consulta 8 de mayo de 2014)