



## BOLETIN REGULATORIO N°6 – Julio 2020

### Palabras introductorias

Las tendencias regulatorias están ampliamente lideradas por la regulación de contenidos sobre las plataformas de internet, tales como Twitter, Facebook, YouTube y otras, de manera que se analiza, y cuestiona, la intervención de los poderes, públicos y privados, sobre los contenidos compartidos sobre dichas plataformas, las que, en algunos casos se observan como serias limitaciones a la libertad de expresión.

En el mismo sentido, diferentes organismos reguladores, especialmente de Europa, comienzan a extender sus facultades regulatorias a estas plataformas de internet, lo que ha llevado también, a la cooperación inter instituciones, que operan sobre internet, con el objeto de promover un enfoque normativo coherente; aprovechar las experiencias colectivas para la elaboración de políticas regulatorias; mejorar las capacidades regulatorias mediante la puesta en común de conocimientos, y recursos; anticipar los acontecimientos futuros mediante el desarrollo de una comprensión común de los nuevos fenómenos digitales; promover la innovación y fortalecer la participación internacional con otros órganos reguladores.

También, es relevante el fuerte aumento del uso, de las distintas pantallas, durante el confinamiento obligatorio con ocasión de la pandemia COVID-19.

### Contenido

Presiones sobre las Plataformas y el nivel de responsabilidad

OFCOM extenderá su competencia regulatoria, a plataformas de internet.

Foro de Cooperación en materia de regulación digital

Estudio Dimensión Media & Me: 97% consumo de contenidos a través de tv

CAC: Aprendizaje del uso de la pantalla durante el confinamiento

## PRESIONES SOBRE LAS PLATAFORMAS Y EL NIVEL DE RESPONSABILIDAD

La intervención de Twitter a un mensaje que publicó el Presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, generó una serie de reacciones y discusiones en distintas partes del mundo. Este debate involucra el tema de la neutralidad de las plataformas, ya que Trump, a propósito del incidente advirtió a las plataformas que las obligaría a ser neutrales. El presidente de USA, emitió una orden ejecutiva, para alzar la inmunidad jurisdiccional de la que goza Twitter e instruyó a su fiscal general para que redacte un proyecto de ley para regular la responsabilidad de estas redes sociales por sus contenidos.

A finales de los 90, se aprobó una reforma de la Ley de Telecomunicaciones de los Estados Unidos, que estableció el principio de exención de responsabilidad, mediante la incorporación de la Sección 230, de la Ley de Decencia de las Comunicaciones, que establece que las plataformas no tienen responsabilidad por los contenidos que alojan de los que no son autoras, además, se estableció la cláusula del Buen Samaritano, por la que las plataformas tampoco son responsables por las decisiones que puedan tomar en materia de moderación contenidos, por lo tanto si una plataforma, en ejercicio de sus políticas internas de contenidos, retira un contenido, no se puede demandar a esa plataforma.

Facebook, también fue objeto de presiones, esta vez por los auspiciadores, que afectarían la libertad de expresión, con relación a los contenidos de odio, señalando la plataforma que establecería Estándares más altos para contenidos de odios en los anuncios, llegando incluso a intervenir dichos contenidos aún si es que eran colgados por autoridades públicas.

### FACEBOOK ANUNCIA CAMBIOS EN SU POLÍTICA SOBRE DISCURSOS DE ODIOS, ANTE PRESIONES DE SUS AVISADORES



La campaña ***Stop the Hate for Profit*** (No al odio por las ganancias) involucró a empresas como Unilever, Verizon, Coca-Cola y otros. Anunciaron que dejarían de anunciar en Facebook Estados Unidos, en una decisión que estaba vinculada con la Liga Antidifamación en contra de una campaña electoral polarizada.

Mark Zuckerberg anunció medidas contra los discursos de odio, incluso **cuando** se trate de dichos de políticos o funcionarios públicos.



***Edison Lanza, ha participado activamente en varios Seminarios y Conversatorios en línea, sobre libertad de expresión, regulación digital y fake news, entre otros.***

## OFCOM EXTENDERÁ SU COMPETENCIA REGULATORIA A LAS PLATAFORMAS DE INTERNET

OFCOM, el regulador de comunicaciones del Reino Unido, tendrá, antes de final de este año, facultades para regular las Plataformas de Intercambio de Video (VSP) establecidos en su país.

Esto incluirá el deber de garantizar que los VSP tengan medidas apropiadas para proteger a los jóvenes, del contenido potencialmente dañino y, a todos los usuarios, del contenido ilegal y la incitación al odio y la violencia.

La iniciativa busca proteger a los niños y población vulnerable de esos contenidos, otorgando capacidad de fiscalización y control al regulador, para dichos efectos.

La OFCOM, recientemente, ha abierto una convocatoria buscando recabar antecedentes y el contexto legal para la próxima regulación que se aplicarán a las VSP.

El organismo tendrá, además, la responsabilidad de proteger los derechos de los usuarios online, en particular para garantizar la libertad de expresión, defender el rol de la prensa, promover la innovación tecnológica y garantizar que los negocios no encuentren barreras desproporcionadas.

Para proteger la libertad de expresión, en lugar de solicitar que las plataformas remuevan partes específicas de contenido legal, la regulación pondrá el foco en un sistema por el cual se propone que las compañías establezcan de modo claro y accesible en sus términos y condiciones de uso, qué contenido y qué comportamiento es aceptable en sus sitios y hacer que eso se cumpla de modo efectivo, consistente y transparente.



**Desde principios de este año se discutía en El Reino Unido la posibilidad de otorgar nuevos poderes al organismo regulador convergente, para vigilar la rendición de cuentas de las empresas tecnológicas y garantizar que cumplan con las medidas para evitar la difusión de contenido dañino en línea. De esta forma, se pretendía avanzar en el desarrollo de una economía digital, sin vulnerar los derechos de las personas.**

Enlace relacionado:

<https://digitalpolicylaw.com/ofcom-se-convertira-en-el-regulador-de-internet-en-reino->



*Estudio de Dimensión Media & Me*

## **UN 97% DE LA GENTE CONSUMIÓ CONTENIDOS A TRAVÉS DE LA TV, PERO CRECE CONSUMO POR OTROS DISPOSITIVOS**

*Según el Estudio, realizado en ocho mercados, hubo un incremento del consumo de medios en este tiempo de pandemia.*

Kantar IBOPE Media Argentina y Uruguay, realizó un webinar para Latinoamérica para presentar los resultados de este Estudios y hablar sobre las oportunidades y desafíos que esto representa para la industria.

Algunos de los datos que se revelaron, fue que el consumo de TV creció en todos los países de la región un promedio de 30%, y particularmente en mercados como Argentina, creció un 34% y en Perú un 57%.

Además, se informó que La TV lineal fue lo que más creció y en los países donde el estudio abarca mediciones *cross media*, hubo un crecimiento del VOD, streaming y videos online y en algunos mercados se duplicó.

Pero el dato más fuerte es sobre la televisión: 97% de la gente consumió contenidos a través de la tv como dispositivo. Pero también creció el consumo a través de dispositivos conectados a internet como el Smart TV o el celular. Es así como, casi un 74% ve contenidos de TV por plataformas online y un 83% consume videos online a través de la web o APPS web.

Otro dato interesante es que el 44% de la gente está suscrita a dos servicios de streaming (que puede ser paga o gratuita), 18% está suscrita a tres y 7% a cuatro. Lo más jóvenes son los más proclives a suscribirse a un sistema pago, mientras el 15% no suscribe a ninguna plataforma, con los adultos mayores a la cabeza.



En **CHILE**, la tendencia es la misma: la cifra de consumo televisivo aumentó a un promedio de siete horas de visualización de tv, tanto abierta como de pago. Las mujeres y los adultos mayores siguen siendo el público mayoritario. Pero es importante destacar el aumento de visionado de públicos que en los últimos años se han ido alejando de la televisión por la irrupción de la oferta *online*.

**Se trata de los niños, niñas y adolescentes, que han experimentado un alza mayor:** si en junio de 2019 este grupo etáreo veían cuatro horas y 14 minutos de televisión al día, hoy esa cifra subió a cinco horas y 7 minutos, según las cifras del **CNTV**.



**Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya**

“El confinamiento nos ha obligado a poner orden en la relación padre, hijos y tecnología. La experiencia nos ha enseñado que cuando pasamos tiempo con nuestros hijos mientras hacen uso de la tecnología, es mejor para ellos y para nosotros”

Francesc Grau, Profesor de la Universitat Oberta de Catalunya

“Podemos reducir la exposición al móvil y probar a estar ratos sin pantallas. Las comprobaciones constantes de las redes sociales tienen un impacto negativo sobre nuestro estado emocional. Busquemos ratos de contacto con los amigos y actividades de ocio al aire libre”.

Susana Jiménez, Doctora en Psicología y especialista en Psicología Clínica del Hospital Universitari de Bellvitge

## REGULADOR CATALÁN REFLEXIONA SOBRE APRENDIZAJE DEL USO DE LA PANTALLA DURANTE EL CONFINAMIENTO

Un grupo de expertos del ámbito médico, educativo, periodístico y tecnológico, discutieron y analizaron el uso intensivo de dispositivos electrónicos durante esta pandemia. La opinión mayoritaria es que las tecnologías de la información y la comunicación, se consolidan en nuestras vidas y cambian el sistema familiar y la forma de enseñar a los niños y jóvenes.

Estas reflexiones son parte del proceso eduCAC, que lidera el Consejo Audiovisual de Cataluña y que recoge la opinión de 20 profesionales.

Han destacado que durante el confinamiento, los dispositivos han sido útiles para que la ciudadanía trabaje y estudie desde su casa, mantener el vínculo comunicacional con la familia y amigos y abrir múltiples alternativas de entretenimiento. Pero también se ha hecho más evidente que existen contenidos perjudiciales para niños y adolescentes, así como también ha aumentado la desinformación.

Uno de los consejos que dan es: “*Ante un contenido sospechoso, párate, piensa y verifica*”, De esta forma es posible aprender a ser más críticos y competentes en este mundo cada vez más digital y que, a propósito de la pandemia, parece haber cambiado para siempre.

**El programa eduCAC es una propuesta del CAC para fomentar la educación mediática. Se inició regularmente en el periodo escolar 2018-2019 y cuenta con la colaboración del Departamento de Enseñanza. Todo el material que se ofrece es gratuito y viene con una guía para el profesorado.**

**Durante el confinamiento, el programa eduCAC ha registrado un 40% de nuevos usuarios y las páginas visualizadas en este periodo han crecido un 50%.**

<https://www.educac.cat/sortir-ne-mes-savis-i-savies>