

**PANORAMA DEL SISTEMA
REGULATORIO**

2019

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	6
I. PRINCIPIOS REGULATORIOS.....	9
MODELOS INSTITUCIONALES DE REGULACIÓN	14
CASOS PARA ILUSTRAR	15
Directiva Audiovisual Europea	15
OFCOM.....	19
NUEVOS DESAFÍOS.....	25
TABLA RESUMEN: Entidades Reguladoras en el Mundo	29
CONCLUSIONES.....	36
Referencias	38
ANEXO 1: Agrupaciones de Reguladores	40
ANEXO 2: Lista De Reguladores	41

INTRODUCCIÓN

Aún al día de hoy, la televisión sigue siendo un elemento importante en los hogares chilenos, siendo la principal vía de acceso hacia la información nacional e internacional, a eventos culturales masivos y a producciones de entretenimiento nacionales y extranjeras. Según datos de la IX Encuesta Nacional de Televisión (CNTV, 2017), en Chile hay cerca de 2,5 televisores por hogar y un 85% de la población consume contenido de canales abiertos. Alrededor de ella, además, se conforman espacios de sociabilidad para un importante número de personas que comparten películas, series y eventos deportivos en torno a la televisión (CNTV, 2017).

Sin embargo, es también innegable la existencia de un proceso de transformación en torno a cómo se consume televisión. Por un lado, el acceso a innovaciones tecnológicas ha redundado en el aumento de las SmartTV, que pasaron de representar el 27% de los televisores en Chile para 2014 al 35% en 2017. Del mismo modo, si las personas que consumían contenido vía Internet en el año 2011 representaba al 10% de la población, esas cifras aumentaron hasta un 18% en caso de servicios de *streaming* (como Netflix, Amazon Prime u otros) y a un 16% para plataformas de video (como Youtube) (CNTV, 2017). Para el caso chileno, este es un fenómeno reciente y que se ha asentado principalmente en la población joven y en los sectores socioeconómicos medios y altos, pero que se ha ido consolidado rápidamente y se espera siga en aumento durante los próximos años (CNTV, 2019).

Estos nuevos hábitos vienen acompañados por nuevas prácticas de consumo. Contra los medios tradicionales, que se presentan una programación lineal desplegada en una parrilla programática estable, los servicios *Over the Top (OTT)* se caracterizan por una programación no-lineal que entrega más libertad a los usuarios para acceder al contenido donde y cuando estimen conveniente. En otras palabras, las audiencias se encuentran cada vez más fragmentadas y el consumo televisivo se hace más asincrónico (CNTV, 2012).

Todo esto se da en un proceso de **CONVERGENCIA TECNOLÓGICA, ECONÓMICA E INDUSTRIAL**. Burgelman (como se cita en CNTV, 2012) define la convergencia como “la reunión de dos mundos de comunicación –telecomunicaciones y audiovisual – que pueden converger en tres niveles: tecnológico, de actores y de servicios”.

Entre los cambios acontecidos en este escenario se puede contar la multiplicación de proveedores de servicio, el consumo asincrónico, la disolución de la división rígida entre consumidor y productor entre otras (CNTV, 2012).

Es posible distinguir, a partir de los elementos que convergen, entre cuatro tipos de convergencia (CNTV, 2012): i) **CONVERGENCIA EN REDES Y SERVICIOS**, que permite acceder a múltiples servicios en una sola plataforma; ii) **CONVERGENCIA EN EQUIPOS**, o el acceso a distintos servicios desde un mismo aparato, como es el caso de televisores y celulares inteligentes; iii) **CONVERGENCIA FIJO-MÓVIL**, es decir, tecnologías que permiten a los usuarios acceder de forma integrada a servicios de información y comunicaciones; y iv) **CONVERGENCIA REGULATORIA**, la cual “surge como necesidad a partir de la disolución de fronteras entre las distintas industrias de información y telecomunicaciones” (CNTV, 2012).

El proceso de convergencia tiene sus orígenes hacia principios de la década de 1990, cuando se inicia el salto desde lo analógico a lo digital. Lo que empezó con la telefonía móvil, se expandió rápidamente hacia toda el área de las telecomunicaciones y de los servicios de audiovisuales (García Castillejo, 2016). Sin embargo, como señalaba García Castillejo (2016), si bien la convergencia se encuentra en nuestras manos y en nuestros bolsillos, la convergencia regulatoria es una *ilusión*, ya que la innovación tecnológica avanza más rápido que la política, lo que produce un atraso en la convergencia regulatoria respecto a la de redes, servicios y de equipos. Esto supone un gran reto para los entes reguladores de telecomunicaciones y de contenido audiovisual, y para las sociedades en general, las que deben adecuar sus legislaciones a las demandas del escenario actual. Tal es el caso de Chile, donde la convergencia es un fenómeno reciente y la discusión regulatoria en torno a ella aún es incipiente.

El informe propone una síntesis panorámica de lo que es este momento, una transición de un sistema de regulación acotado a sectores específicos (radiodifusión, televisión, telecomunicaciones y otros), a una concepción regulatoria que debe responder a un sistema multiplataforma de contenidos y donde la industria de las telecomunicaciones parece fusionarse con la industria de la distribución de contenidos. A ello debe sumarse la emergencia de nuevos servicios que instalan nuevas formas de consumo y que terminen por impactar en el modelo de negocio, agregando nuevos actores en un sector en que las reglas de la competencia parecen no estar claras. Esta nueva concepción regulatoria debe hacerse cargo de los cambios en los modelos de negocio de las telecomunicaciones como consecuencia de la convergencia de redes y servicios y de cómo estos cambios a su vez hacen necesario efectuar cambios regulatorios que permitan la evolución de los mercados, la innovación y la inversión.

Se propone, entonces, un recorrido desde la definición de políticas de comunicación en el contexto descrito; se describen modelos y principios regulatorios, para indicar un par de ejemplos, que ilustran, el recorrido que realiza Europa con su directiva audiovisual; y la

experiencia de la entidad regulatoria británica de servicios de comunicación (*Office of Communications* - OFCOM). A modo de síntesis panorámica se entrega un cuadro que resume características y atribuciones que tienen actualmente reguladores con ejemplos de distintos países a nivel mundial.

EVOLUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Los orígenes de las políticas de comunicación se remontan hacia mediados del siglo XIX, con el surgimiento de tecnologías como el telégrafo, la telefonía y, a partir del siglo XX, el cine, la radio y la televisión. Como política de comunicación se puede entender al “conjunto de actuaciones que realizan las instituciones gubernamentales con el objetivo de actuar sobre el sistema de medios de comunicación, con la meta final de favorecer al ciudadano y el interés público” (Crusafon Baqués, 2012). Para Van Cuilenburg y McQuail el interés público se define en la interacción de tres fuerzas: el Estado, la sociedad y las empresas, quienes persiguen primordialmente intereses de bienestar político, social y económico, respectivamente (van Cuilenburg & McQuail, 2003). Éstos vienen aparejados por valores y criterios específicos: El interés político sigue valores de libertad de expresión y de publicación, así como criterios de igualdad y participación. El interés social persigue valores de beneficios sociales y culturales diversos, los que varían junto al contexto nacional, local o cultural. El interés económico, finalmente, se mueve a partir de criterios de eficiencia, empleo, rentabilidad e innovación (van Cuilenburg & McQuail, 2003).

Desde un primer momento, se hace evidente la separación entre las políticas de medios y las políticas de telecomunicaciones. Para Van Cuilenburg y McQuail (2003), esta distinción guarda relación con el énfasis en los distintos tipos de bienestar. Así, las políticas de medios se dirigen hacia objetivos de bienestar político y se preocupan por temas como la “libertad, la diversidad, la calidad de contenido y la responsabilidad pública” (van Cuilenburg & McQuail, 2003). Las políticas de telecomunicaciones, en cambio, persiguen intereses de bienestar económico y se enfocan en infraestructura, condiciones de mercado y regulación de monopolios.

De tal forma, según como se configure la relación de los actores y sus distintos intereses, es posible identificar tres etapas distintivas en el desarrollo de las políticas de comunicaciones. i) Emergencia de la industria de la comunicación; ii) política de servicio público; iii) desregularización y búsqueda de un nuevo paradigma.

La **primera etapa**, se da con la de la emergencia de la industria y de las políticas y comprende desde mediados del siglo XIX hasta la Segunda Guerra Mundial. El foco en este período está puesto en la definición de interés público en torno a tecnologías incipientes y aún de escaso alcance. Una de las materias reguladas era el acceso al espectro radioeléctrico, que era considerado un monopolio natural. En este sentido, la política de telecomunicaciones tuvo un carácter monopólico, tanto en Estados Unidos como en Europa. La diferencia radica en

que mientras en la primera se privilegió un monopolio privado bajo la empresa AT&T, en la segunda se prefirió un monopolio público estatal.

La radiodifusión, por su lado, no se consideraba un monopolio natural, pero tampoco un mercado completamente abierto. La decisión, así, radicaba entre un monopolio público, como fue el caso europeo, o un oligopolio privado, como en los Estados Unidos.

La **segunda etapa** abarca desde la Segunda Guerra Mundial hasta la década de 1980, la que, Van Cuilenberg y McQuail denominan como fase de servicios públicos. En ésta, el Estado cobra mayor importancia frente a los actores privados, por lo que predomina el interés político/cultural por sobre el económico. Bajo la égida de los Estados de Bienestar, la regulación apuntó al rol social de los medios de comunicación y a cumplir su misión de “informar, educar y entretener” (Califano, 2018). Con matices entre países, los Estados en este período decidieron intervenir mediante la regulación con el fin de garantizar un acceso mayor y diverso y garantizar una serie de derechos. A diferencia del período anterior, en éste existe una preocupación por regular contenidos, de modo de enfatizar los beneficios sociales positivos de la radiodifusión, así como para contrarrestar el sesgo político de los medios de comunicación (Van Cuilenberg & McQuail, 2003).

En la década de 1980 se produjo un **giro paradigmático** en consonancia con el auge de las políticas liberales, marcadas por la desregulación y la privatización. Del mismo modo, la globalización de las comunicaciones aumentó la permeabilidad de las fronteras nacionales frente a medios multinacionales. A todo esto, por supuesto, se suma el nuevo escenario de convergencia tecnológica y económica que difuminó las categorías que guiaron la elaboración de políticas en los períodos anteriores (van Cuilenburg & McQuail, 2003).

Este contexto planteó desafíos similares a los de la primera etapa, donde los actores deben enfrentarse a nuevas tecnologías con un potencial aún desconocido y del que -tanto gobiernos como empresas- buscan beneficiarse. Dos **TENDENCIAS** emergieron para dar cuenta de este nuevo escenario, que Crusafon (2012) denomina como proteccionistas y liberales.

Estas tendencias se mueven en el eje mercado/Estado y también dan cuenta de la relevancia que se le da a los intereses políticos y a los económicos. Distintos países, pues, adoptarán diferentes posturas, siguiendo sus tradiciones institucionales y según cómo se articulen los actores involucrados y sus intereses (Crusafon, 2012)

La corriente proteccionista, que tiene su base en la sociología crítica, persigue la consecución de un nuevo *pacto social* que permita establecer un marco de regulación tecnológico en un contexto de respeto a la convivencia democrática. El objetivo, al fin y al cabo, es regular el

desarrollo científico y tecnológico al servicio de la sociedad de los ciudadanos por sobre los intereses privados (CNTV, 2012). Para lograr esto, es necesario establecer reglas específicas para el sector, las que el mercado no siempre será capaz de establecer o mantener (Crusafon, 2012).

Por otro lado, las posturas derivadas de los enfoques funcionalista y liberales, defienden el libre flujo de información, la liberalización y privatización de los medios de comunicación y las redes de telecomunicación. Bajo esta perspectiva, los sistemas de comunicación – sus actores, instituciones, normas, etc. - son capaces de autorregularse para resolver las disfunciones que surgen en su interior (CNTV, 2012). La acción gubernamental, por lo tanto, debe limitarse al mínimo, interviniendo sólo dónde el mercado no logre funcionar correctamente (Crusafon, 2012).

Siguiendo a Smith (2006), se puede establecer que el predominio de una u otra postura no está determinada únicamente por el desarrollo de la tecnología y de los mercados, sino que responde a una reconfiguración en las fuerzas y en los intereses de los actores económicos y políticos involucrados. Desde fines de los años 90, así, la convergencia ha servido como argumento para los intereses económicos que apostaban a la desregulación, eliminando barreras que limitaban su capacidad de expansión y concentración (Smith, 2006). De tal modo, la prominencia de las perspectivas liberales y de las políticas desregulatorias en este período se puede leer como resultado de un bienestar económico que gana relevancia frente a los intereses políticos-culturales.

Esto no implica solo que los actores económicos sean más protagonistas, sino que los propios gobiernos buscan promover mercados abiertos y dinámicos, que garanticen el desarrollo de las nuevas tecnologías. La política, así, no desaparece, sino que se transforma para sentar bases para una estructura que favorezca los intereses económicos. Frente a esto, algunos autores argumentan que lo ocurrido no se trata de una simple desregulación, sino de una re-regulación (Califano, 2018). El concepto apunta al surgimiento de prácticas que acompañaron la desregulación, como las neo-corporativas (donde los reguladores intervienen para organizar y disponer soluciones para el sector privado) y las clientelares (donde las agencias regulatorias funcionan como voceros de intereses privados). Los intereses públicos y privados se entremezclan, así, en “un Estado regulador, pero con actores privados claves que retenían el control sobre los términos de la regulación” (Califano, 2018).

Del mismo modo, los consumidores/ciudadanos se vuelven más activos, por lo que los intereses sociales ganan relevancia en relación a períodos anteriores. Los gobiernos mantienen el acceso a los servicios de comunicación como un objetivo importante, pero lo hacen más enfocados en valores de consumo que como **PRINCIPIO DE IGUALDAD SOCIAL**.

Sin embargo, los aspectos más normativos de las políticas de comunicación no han sido abandonados y, a pesar de la globalización, los Estados nacionales siguen siendo actores importantes en el sector. Así, por ejemplo, se han adoptado medidas para mantener el respeto a los Derechos Humanos en los medios de comunicación y la extensión de las políticas de interés público hacia internet (Van Cuilenburg & McQuail, 2003).

I. PRINCIPIOS REGULATORIOS

La justificación que tradicionalmente ha acompañado los intentos regulatorios por parte de los Estados se encuentra en la concepción del espectro radioeléctrico como un bien público escaso. De tal forma, se argumentó que su acceso debe ser limitado y que su uso debe tener como principios el informar, educar y entretener (UNESCO & CNTV, 2018).

Sin embargo, la transición hacia lo digital tiene como consecuencia que la escasez del espectro sea razón insuficiente para justificar la regulación. Con todo, el alto impacto del contenido audiovisual sobre la opinión pública y el fomento de derechos fundamentales – más allá de la plataforma de difusión – son justificaciones válidas para la regulación.

Generalmente, la tarea regulatoria ha quedado a cargo de una autoridad administrativa independiente. El consenso apunta a que la existencia de este tipo de organismos contribuye a fortalecer la democracia y la libertad de expresión. Para que esto suceda, es necesaria una REAL INDEPENDENCIA, es decir, que el ente funcione libre de interferencias y presiones políticas y económicas. Para ello, se espera que sus responsabilidades y competencias sean establecidas por ley, al igual que los mecanismos de designación y remoción de miembros, y su financiamiento.

Otros modelos institucionales de regulación utilizados son organismos que dependen directamente del gobierno, o la regulación a través del poder judicial. Más recientemente, además, la auto- y la co-regulación aparecen como nuevos principios regulatorios.

La lógica tradicional en la materia era el control a través de la regulación (CNTV, 2013), lo que hacía sentido en sociedades con Estados fuertes y medios de comunicación operando bajo el principio de un único emisor y muchos receptores. Sin embargo, la convergencia desarticula tales nociones y plantean nuevos desafíos a normas estáticas que difícilmente pueden responder al constante desarrollo tecnológico. De tal modo, la auto- y la co-regulación han surgido como nuevas alternativas.

La auto-regulación apunta a que los actores (operadores, proveedores, usuarios) sean capaces de regularse a sí mismos, resolviendo las disfunciones que puedan surgir en su seno siguiendo sus propias lógicas. Para que ésta dé resultados, es necesario que los Estados y entes reguladores doten de libertades y flexibilidad a los actores involucrados, de los que se supone cuentan con los incentivos suficientes como para crear y cumplir las reglas del grupo (CNTV, 2013). Su principal ventaja es su capacidad para adaptarse rápidamente a las transformaciones y al desarrollo tecnológico.

Empresas como Facebook, Youtube y Netflix operan en gran parte bajo esta lógica, lo que, sin embargo, ha tenido algunos efectos negativos y han levantado algunas polémicas en torno a temas sensibles, como la libertad de expresión (CNTV, 2019). El uso de algoritmos como filtros suele tener problemas de implementación, censurando contenido inocuo y dejando sin sanción contenido lascivo (CNTV, 2012).

La alfabetización digital y audiovisual aparece como un nuevo desafío que se debe asumir para que la auto-regulación sea eficaz. Ciudadanos mejor alfabetizados implica que los instrumentos formales de regulación se hacen menos necesarios. Se apunta, pues, a aumentar la capacidad de los ciudadanos a discernir por sí mismos “hasta qué punto los medios de comunicación filtran las percepciones y las creencias; cómo configuran la cultura popular; y en qué medida influyen en las decisiones personales cotidianas” (CNTV, 2012). El usuario debe ser capaz, por lo demás, de filtrar el contenido falso e inadecuado (CNTV, 2014). También, permite a la audiencia conocer y entender sus derechos en relación con los medios de comunicación, determinando si éstos cumplen con estándares aceptables. Si bien este es un proceso que requiere la participación activa de todos los actores –industria, educadores, científicos sociales y ciudadanos – UNESCO aboga por que, la autoridad regulatoria se haga parte dada su “posición ideal para actuar como un árbitro neutral y, lo que es muy importante, como un consultor del gobierno en iniciativas de alfabetización digital” (UNESCO & CNTV, 2018, p. 31)

A pesar de las limitaciones de la lógica auto-regulatoria, la mantención de la regulación más tradicional no parece pertinente. De tal modo, la co-regulación aparece como una segunda alternativa. Por co-regulación se puede entender mecanismos de regulación que combina acciones legislativas con las medidas adoptadas por los actores sobre la base de la experiencia. Otra noción de co-regulación es aquella donde el regulador actúa como *relojero*, fijando objetivos públicos para los actores económicos y sociales del sector, siendo éstos los responsables de su cumplimiento. Por último, existe la llamada auto-regulación vinculante,

en donde son todos los actores del sector los que definen sus objetivos, regulando en base a ello (CNTV, 2014).

Las lógicas auto- y co-regulatorias no son completamente excluyentes, sino que responden a distintos ámbitos de la regulación de contenidos audiovisuales, por lo que pueden ser complementarios. Así, por ejemplo, la auto-regulación funciona mejor en situaciones en que se busque promover la competencia entre proveedores y mejorar la calidad del contenido. La co-regulación, en tanto, puede ser útil para salvaguardar derechos fundamentales que las plataformas en internet han sido poco eficaces en su cumplimiento. Lo fundamental acá es avanzar hacia un modelo regulatorio lo suficientemente flexible y capaz de adaptarse a las demandas que surjan desde la innovación tecnológica.

Sobre materias de regulación, la UNESCO distingue entre **FINES CULTURALES** – o aquellos que garantizan que el contenido refleje a la sociedad y se respete valores y derechos – y **FINES ECONÓMICOS** – o aquellos que fomentan el libre comercio y la competencia justa.

Entre los **FINES CULTURALES** identificados por UNESCO se cuentan:

- a. Protección de la infancia: Casi todos los países del mundo han elaborado normas para proteger a menores de edad de daños físicos, psicológicos y morales provocados por contenidos de violencia, escenas sexuales o lenguaje inapropiado. Las medidas más comunes son las advertencias previo al inicio de un programa, un sistema de calificación de contenidos y la restricción de programas para adultos a una determinada franja horaria.
- b. Protección contra posibles daños: Los adultos también deben ser protegidos de contenidos que puedan ser considerados nocivos u ofensivos para la población. Estas restricciones varían según el contexto cultural de los países, pero pueden apuntar regulaciones sobre la desnudez sexual, la violencia explícita, la incitación de delitos y desorden social, incitación al odio, la violencia y la discriminación, o la intolerancia religiosa.
- c. Protección contra el trato injusto: Las emisoras deben tratar de manera justa los temas que abordan y a sus participantes, los que deben tener la oportunidad de réplica cuando se haya informado de manera errónea sobre ellos.
- d. Veracidad de las noticias: La UNESCO apunta que la disponibilidad de noticias veraces y correctas es uno de los requisitos más importantes para la convivencia democrática.
- e. Cobertura periodística de las elecciones, la cual debe ser imparcial y veraz.

- f. Protección de los consumidores: Aquí se suman normas que prohíben la información engañosa, la prohibición de publicidad de ciertos productos, la regulación de cantidad de publicidad, entre otras.
- g. Radiodifusión de servicio público: Las emisoras de servicio público son cadenas privadas de radiodifusión que “deben ofrecer determinada cantidad de programación de interés público a cambio de algún grado de apoyo por parte del Estado” (UNESCO & CNTV, 2018).

Los **FINES ECONÓMICOS**, en tanto, incluyen:

- a. Acuerdos comerciales internacionales: Los Estados pueden tomar acuerdos que liberen o restrinjan la radiodifusión extranjera, dependiendo si el objetivo es aumentar la inversión extranjera en la industria audiovisual nacional o protegerla.
- b. Promoción de la producción local mediante, por ejemplo, cuotas de producción original nacional.
- c. Promoción de nuevas tecnologías.
- d. Competencia y pluralidad: Regulaciones contra las situaciones monopólicas o cuasi-monopólicas.

La buena práctica regulatoria es clave para garantizar la protección de los usuarios y la estimulación de los mercados. Su mal diseño, por otro lado, puede tener costos excesivos y efectos negativos en la innovación (UNESCO & CNTV, 2018). Frente a esta preocupación, tanto la OCDE como la Unión Europea han apuntado a la necesidad de garantizar una regulación justificable, adecuada y bien realizada, que beneficie a empresas y a consumidores, y que facilite – no sólo que restrinja o castigue. El Reino Unido representa un caso ejemplar en este aspecto, mediante el diseño de los *Cinco Principios Básicos de la Buena Regulación* establecidas en la Ley sobre Aplicación del Marco Regulatorio y Sanciones (2008) y que guía las políticas del regulador del Reino Unido, OFCOM¹. Estos principios son proporcionalidad, rendición de cuentas, transparencia y consistencia, y focalización.

- a. La **PROPORCIONALIDAD** se refiere a que la acción regulatoria debe enfocarse en aquellas actividades que representen un mayor riesgo y cuya regulación signifique una mejor relación de costos y beneficios.
- b. La **RENDICIÓN DE CUENTAS** apunta a la responsabilidad de los reguladores de justificar sus decisiones y ponerlas al escrutinio público.

¹ Traducción: Oficina de las Comunicaciones. Abarca, radio, televisión, banda ancha, telefonía fija y móvil, servicio postal y el espacio radioeléctrico.

- c. La regulación debe ser coherente y justa, es decir, deben ceñirse a principios claros que den a los actores de sector **ESTABILIDAD Y CERTIDUMBRE**.
- d. La regulación debe ser **TRANSPARENTE** y fácil de interpretar para los actores.
- e. Ante recursos que son limitados, el regulador debe priorizar los problemas que impliquen un **MAYOR RIESGO**.

De modo preliminar, es posible sostener que las buenas prácticas regulatorias²:

1. Buscan ser una herramienta para que los países generen regulaciones más eficientes en la persecución de los objetivos de las políticas públicas que se deseen implementar.
2. Deben ser un apoyo para entregar una solución a un problema específico que se desee resolver y evitar que las regulaciones se conviertan en un problema.
3. No deben generar obstáculos innecesarios al comercio y a las inversiones y deben ser una herramienta efectiva para apoyar la liberalización comercial a nivel mundial.
4. Requieren implementar mecanismos de transparencia y participación ciudadana a la hora de generar nuevas regulaciones.
5. Deben desarrollar mecanismos que midan el impacto económico y social de las regulaciones, con el fin de que éstas no generen mayores costos a la sociedad en su conjunto.
6. Han de implementar mecanismos de coordinación y control centralizado que permita hacer regulaciones más consistentes, donde puedan intervenir todos los actores del sector público y privado que se vean afectados por una regulación.
7. Deben ser consistentes con otras regulaciones y no deben generar discriminaciones.
8. Deben considerar la mayor cantidad de información técnica, tecnológica o científica disponible a la hora de formularlas.
9. Han de promover la libre competencia y minimizar comportamientos como el abuso de posición dominante, la colusión y procesos de monopolización, entre otros.

² Ver: Foros como la OMC, APEC y OECD en materia de buenas prácticas regulatorias y la propuesta hecha por Estados Unidos sobre coherencia regulatoria en el marco de las negociaciones del TPP.

MODELOS INSTITUCIONALES DE REGULACIÓN

En este nuevo escenario, donde convergen tecnologías, industrias, e incluso los intereses de los distintos actores, se abre la pregunta sobre la **CONVERGENCIA REGULATORIA**, es decir, sobre si las políticas e instituciones reguladoras de contenido y de telecomunicaciones deben permanecer (o no) separadas. En términos generales, es posible categorizar las experiencias sobre regulación en contexto convergentes bajo tres modelos (CNTV, 2013):

- a) **REGULACIÓN POR SECTOR:** En estos casos, se mantiene la distinción entre la regulación de redes y la regulación de contenidos. Cada sector cuenta con una institución que regula de forma diferenciada, adaptándose cada uno a la convergencia. Uno de los aspectos positivos de este modelo es que permite avanzar hacia la convergencia regulatoria en países donde las posibilidades institucionales para converger están limitadas por tradición o por preceptos constitucionales (Bustillo, 2011). Para ello, sin embargo, se requiere un alto grado de coordinación y coherencia entre organismos reguladores, puesto que la los avances en un sector pueden verse mermados por los atrasos en la otra. **Un ejemplo de esto es el caso francés, donde el Consejo Superior del Audiovisual (CSA) se mantiene circunscrito a la regulación de contenidos audiovisuales, pero ha expandido su campo de acción hacia servicios interactivos y al consumo de televisión y radio a través de internet, incluyendo servicios de *streaming*.**

- b) **REGULACIÓN MULTISECTORIAL:** Bajo este modelo, una sola autoridad se ocupa de tutelar múltiples sectores, estableciendo políticas transversales, que permiten reducir costos administrativos y favorecen aspectos de competencia y libre mercado. Entre los aspectos positivos de éste, Bustillo (2011) indica el mayor peso del regulador, la maximización de recursos técnicos y administrativos, permite el intercambio de conocimiento entre sectores y aumenta la coordinación entre éstos. Su mayor deficiencia, con todo, radica en la carencia de conocimiento especializado. Se postula que este modelo puede llevar a confusiones entre las lógicas que operan en el sector de las telecomunicaciones con el de energía u otro sector regulado. Un ejemplo de este modelo podría ser la CNMC española que se encarga de la supervisión y el control las industrias del gas, la electricidad, de las comunicaciones electrónicas y audiovisual, ferroviaria y aeroportuaria, y el mercado postal.

- c) **REGULACIÓN CONVERGENTE:** En este caso, los sectores convergentes – el audiovisual y el de las telecomunicaciones – bajo un solo ente regulador. Como argumentos para avanzar hacia este modelo se indica que el contenido y las redes no son independientes y por tanto es necesario ampliar la visión del mercado para responder a nuevos desafíos respecto a las posibilidades de entrada al mercado o a la pluralidad de contenidos disponibles. Para los proveedores de servicios resulta favorable también, puesto que la reducción de reguladores permite minimizar costos regulatorios, reducir incertidumbre y falta de coherencia. Un tema que genera polémica respecto a la convergencia es que ésta podría oscurecer problemas de cultura, que quedarían en segundo plano frente a las discusiones de mercado y competencia. Hay consideraciones de orden político para mantener la separación de la regulación de contenido y de redes, pues podría comprometer decisiones respecto a temas como la libertad de expresiones y control gubernamental sobre los medios (Bustillo, 2011). La mayoría de este tipo de organismos limita sus tareas a la radiodifusión y a las telecomunicaciones, pero en algunos casos las atribuciones se extienden a la administración del espectro (como la AGCOM en Italia) o a la regulación de la competencia (como OFCOM en Reino Unido o la FCC en Estados Unidos). Desde julio de 2019, también la CRC de Colombia.

CASOS PARA ILUSTRAR

A continuación, se expondrán dos ejemplos de cómo este fenómeno ha sido abordado en concreto. Primero, se presentará un caso supranacional – la Directiva de servicios de comunicación audiovisual de la Unión Europea³ (AVMSD, por sus siglas en inglés)– y un caso nacional – OFCOM del Reino Unido.

Directiva Audiovisual Europea

Los orígenes de la Directiva datan de 1989, cuando la entonces Comunidad Económica Europea promulgó la directiva 89/522/CEE con el fin de establecer un marco normativo común para los países miembros. La iniciativa, que coloquialmente se conoció Televisión sin Fronteras, se basaba en tres elementos: Protección a la infancia, regulación de publicidad y promoción de la producción audiovisual nacional y europea (García Castillejo, 2016).

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32010L0013>

Diario Oficial del Parlamento Europeo y del Consejo.

Una primera modificación a la normativa se realizó en 1997 con el fin de incluir la televisión por satélite, pero fue recién en el 2007 cuando se da un salto cualitativo en términos de regulación en contexto de convergencia. **Desde ese año, la Directiva no se limitó a la televisión tradicional, sino que expande sus atribuciones a todo contenido audiovisual, sin importar la tecnología a través de la que se recibe el servicio** (García Castillejo, 2016).

Con todo, la Directiva, tanto en el 2007 como en sus modificaciones del año 2010, consideró que los servicios de *streaming* son fundamentalmente distintos a la radiodifusión televisiva, dado la mayor capacidad de elección y control por parte del usuario y la menor incidencia de ésta sobre la sociedad. De ahí que la Directiva haya impuesto una reglamentación más liviana a este tipo de servicios (Loreti & Lozano, 2018).

En 2016 se empieza a discutir una nueva reforma a la Directiva, la cual fue aprobada el 14 de noviembre de 2018 como la Directiva (UE) 2018/1808. Para García Castillejo (2016), estos cambios se levantan sobre tres pilares: 1) favorecer un mejor acceso a los consumidores digitales en todo Europa, 2) la creación de condiciones adecuadas y de igualdad para acceder a redes digitales, y 3) maximizar el potencial de crecimiento que ofrece la nueva economía digital. De tal forma, este nuevo intento busca establecer un entorno más equitativo para todos los agentes (operadores, sector publicitario, productores y usuarios). Entre los principios fundamentales sobre los que se funda esta reforma se puede contar la promoción de la industria audiovisual europea sobre la base del **PRINCIPIO DE “EXCEPCIÓN CULTURAL”** que entiende al audiovisual como parte de la cultura europea (Crusafon Burqués, 2012), la protección de la infancia y la protección de la libertad de expresión y frente a la incitación al odio.

La Directiva, además, es elocuente al consagrar, la *auto-* y la *co-regulación* como principios regulatorios, incluso proporcionando definiciones de éstas.

Por autorregulación entiende “un tipo de iniciativa voluntaria que permite a los operadores económicos, interlocutores sociales, organizaciones no gubernamentales y asociaciones en general adoptar directrices entre sí y para sí” (Parlamento Europeo y el Consejo, 2018, p. 71).

La *co-regulación*, en cambio, “en su mínima expresión, proporciona un vínculo jurídico entre la autorregulación y el poder legislativo nacional. [...] la función regulatoria se reparte entre las partes interesadas y el gobierno o las autoridades u organismos reguladores nacionales” (Parlamento Europeo y el Consejo, 2018, p. 71). Se argumenta que, en virtud a lo que se arrastra desde la Directiva 2010/13/UE, se ha demostrado que éstos mecanismos son

capaces de garantizar un alto grado de protección de los consumidores y que, por lo tanto, las medidas adoptadas por los Estados resultarían más eficaces si se cuenta con la participación activa de los prestadores de servicios.

Algunas medidas importantes que se desprenden de la Directiva (CNMC, 2018; García Castillejo, 2016; Parlamento Europeo y el Consejo, 2018):

- a) Se extiende la normativa de la Directiva 2010/13/UE hacia plataformas de intercambios de video, por lo que se convierten en responsables editoriales de los contenidos que alojan. Así, las plataformas deberán asumir responsabilidad por el mantenimiento de contenido perjudicial o ilegal.
- b) En la misma línea, se extienden las exigencias sobre protección de menores de edad y acceso a personas en situación de discapacidad a los servicios de comunicación audiovisual a petición. Entre estas medidas se puede identificar:
 - i. Protección de datos personales de menores de edad.
 - ii. Establecer mecanismos de control parental y sistemas de verificación de edad.
 - iii. Proteger al público frente a mensajes de incitación al odio o al terrorismo.
 - iv. En virtud a la Directiva 2010/13/UE, se garantiza que los servicios audiovisuales sean gradualmente accesible a personas con discapacidades visual y/o auditiva.
- c) Reforzar el rol de los reguladores audiovisuales como órganos funcionales y efectivamente independientes de los gobiernos nacionales, garantizando “un acercamiento certero de la realidad a las necesidades regulatorias de cada uno de los estados miembros” (García Castillejo, 2016, P. 26). Se faculta, además, al Grupo de Reguladores Europeos de los Servicios de Medios Audiovisuales (ERGA) para realizar dictámenes en conflictos de jurisdicción y prestar asesoramiento técnico sobre cuestiones de carácter normativa, especialmente en temas de protección de menores de edad, incitación al odio y anuncios de alimentos no-saludables.
- d) Se apunta al fomento de la producción audiovisual europea para así favorecer la pluralidad lingüística, cultural, política y social del continente. Este mandato está dirigido tanto a los medios tradicionales como a los prestados por servicios de comunicación audiovisual a petición, garantizando un porcentaje mínimo (a discreción de los Estados, pero de no menos de 30%, y con exclusión a prestadores con bajo volúmenes de negocios, baja audiencia y con especial naturaleza temática). Además, faculta a los Estados miembros para imponer obligaciones de contribución

financiera a operadores que emitan contenidos en su territorio, aunque esté establecidos en otro (CNMC, 2018).

- e) Con el fin de solucionar la asimetría regulatoria, se busca una mayor flexibilidad para las empresas de radiodifusión en, por ejemplo, materia publicitaria. El máximo de interrupciones publicitarias pasa a ser un 20% entre la franja horaria de las 6am a las 6pm, más un 20% adicional en horario prime⁴. Además, se relajan las normas que restringen el emplazamiento de productos. Se mantiene el **PRINCIPIO DE LA PROTECCIÓN AL MENOR** frente a publicidad de alimentos perjudiciales y bebidas alcohólicas, pero con énfasis en la auto- y co-regulación.
- f) Promoción de la alfabetización mediática por parte de todos los actores interesados. La Directiva define que la alfabetización mediática “abarca las competencias, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permiten a los ciudadanos utilizar con eficacia y seguridad de los medios”, así como aportar herramientas para el desarrollo de pensamiento crítico que permita reconocer noticias falsas y distinguir entre hechos y opiniones. Los Estados Miembros deberán reportar frente a la Comisión Europea tras 4 años de aprobada la Directiva, y luego cada 3 años.
- g) Las disposiciones de la Directiva deberán ser puestas en rigor por los Estados miembros a más tardar el 19 de septiembre del 2020.

Cabe aclarar que la Directiva no busca regular la calidad de contenido. El foco de la regulación no está en la veracidad de la información, sino en “garantizar condiciones de pluralismo y diversidad para un consumo variado de contenidos por parte de públicos con tradiciones, estéticas e idiomas muy diferentes” (Loreti & Lozano, 2018, p. 6).

⁴ En la Directiva del 2010 el límite era de un 20% máximo por hora reloj (CNMC, 2018)

OFCOM

OFCOM es el ente regulador convergente de las comunicaciones del Reino Unido, fundado en diciembre del 2003 bajo la nueva ley de comunicaciones (*Communications Act, 2003*) y que unifica y reemplaza cinco reguladores audiovisuales y de telecomunicaciones: la Independent Television Commission (ITC), la Broadcasting Standards Commission (BSC), la Radio Authority (RA), la Agencia de radiocomunicaciones y la Oficina de Telecomunicaciones (OFTEL). La creación de este nuevo organismo responde al nuevo escenario de convergencia entre televisión, telecomunicaciones y tecnologías computacionales, lo que hacía perder relevancia a marcos regulatorios distintos para diferentes tipos de comunicación (Smith, 2006).

Se crea como un organismo público y autónomo, con personalidad jurídica propia y que tiene competencia sobre los medios de comunicación públicos y privados, independiente de su plataforma de difusión, y sobre los contenidos difundidos en éstos. Se propone como objetivo proteger los intereses de los ciudadanos y de los consumidores, así como promover la libre competencia. Entre sus funciones se cuentan entregar licencias de televisión para empresas privadas, regular la publicidad, garantizar los derechos de los ciudadanos y controlar la emisión de contenidos⁵. Además, cuenta con la potestad de sancionar a las empresas que no cumplan con la reglamentación (Fernández Vivas, 2015). Destaca en su estructura organizacional el **COMITÉ DE CONTENIDOS** (*Content Board*), encarga de la regulación de contenidos audiovisuales, y que cuenta con relativa autonomía de la Junta, por lo que se mantiene cierta separación entre la regulación de telecomunicaciones con la audiovisual (Bustillo, 2011).

OFCOM tiene como **PRINCIPIO DE REGULACIÓN LA MÍNIMA INTERVENCIÓN**, la cual se debe limitar a la consecución de determinados objetivos que los mercados no logren cumplir (Bustillo, 2011). Smith (2006) propone como hipótesis que este carácter no es sólo resultado de una adaptación de mercados e industrias en rápida transformación, sino que también es producto de una reconfiguración en los intereses de los actores económicos (en particular el *British Media Industry Group – BMIG*) y políticos (notablemente, el cambio en las políticas del Partido Laborista hacia mediados de la década de 1990).

⁵ La estructura organizativa de OFCOM está encabezada por una Junta Directiva (*OFCOM Board*), conformada por un Presidente, un Vicepresidente y diez miembros, todos nombrados por el Secretario de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte. Dependiente de la Junta Directiva se encuentra el Comité Ejecutivo, que se encarga de cuestiones de gestión administrativa y financiera del organismo. Además, existen distintos consejos asesores, los que se ocupan de funciones específicas (Fernández Vivas, 2015).

Desde un punto de vista político, el Partido Laborista da un giro con el objetivo de reposicionarse luego de más de una década alejado del poder. En ese contexto, el partido adopta un nuevo lenguaje, que incluye los conceptos de sociedad de la información y convergencia, y aceptó dentro de sus postulados la libertad de mercado. Es sobre esas bases que el *New Labour* construyó su política de medios. Es en esas circunstancias cuando surge por primera vez la idea de un regulador convergente para medios y telecomunicaciones, con foco en la competencia (Smith, 2006).

En 1997, con el partido laborista ya en el gobierno, se encargó al Departamento de Cultura, Medios y Deporte (DCMS, por sus siglas en inglés) y al Departamento de Comercio e Industria (DTI, por sus siglas en inglés) elaborar una revisión sobre la regulación de las industrias de la radiodifusión y de las telecomunicaciones. Ambos organismos declararon que “el principal objetivo del gobierno era proveer una estructura regulatoria que reflejara las realidades del mercado y buscarse distorsionarla lo menos posible [...] con la intervención regulatoria confinada al mínimo necesario para alcanzar objetivos claramente definidos por la política” (Smith, 2006, p. 934). El objetivo, pues, era la creación de un ente regulador enfocada en la competencia, pero asegurando la protección de los intereses de los usuarios. A este enfoque se le denominó, así, *competition policy plus* (Smith, 2006).

Sin embargo, hubo desacuerdo sobre el alcance de ese *plus*, con la DCMS apostado por una regulación más sustantiva y la DTI por una más mínima. En un primer momento se pensó que sería posible alcanzar un compromiso entre ambos departamentos, sin embargo, el borrador final de lo que sería la *Communications Act* terminó siendo bastante más desregulatorio y enfocado en la competencia que lo se esperaba. De tal forma, la creación de OFCOM es resultado de la interacción de intereses de los actores involucrados, especialmente de la industria de los medios de comunicación, por un lado, y del Nuevo Partido Laborista, por otro, además de la evolución tecnológica en sí (Smith, 2006).

Este contexto determina, además, los propios principios regulatorios de OFCOM. De tal modo, en su sección 6, la *Communications Act* encomienda no imponer cargas innecesarias a los actores del sector, y reducir o eliminar aquellas que se han vuelto irrelevantes (OFCOM, 2007). Además, OFCOM asume el **PRINCIPIO DE PROPORCIONALIDAD**, con el fin de darle mayor prioridad a la regulación que reportes a una mejor relación entre costos y beneficios. Adicionalmente, OFCOM realiza consultas entre sus *stakeholders* a la hora de tomar decisiones, tomando en cuenta sus intereses y los de ciudadanos y consumidores. Por último, la Directiva de la Unión Europea en la materia es tomada como referencia (OFCOM, 2007).

Para responder con el mandato de la *Communications Act*, OFCOM elaboró en 2007 un plan de simplificación con el fin de reducir la regulación y minimizar la carga administrativa para

los actores del sector. Las iniciativas en este sentido son amplias y variadas, pero entre las más destacadas se encuentran la liberalización del espectro radioeléctrico, la reducción de las regulaciones de publicidad y el relajamiento de la normativa sobre *placement*, y la reducción de la regulación sobre televisión digital. Todo esto apunta a la adecuación de la normativa al nuevo escenario de convergencia, y se busca avanzar hacia un régimen de auto- y co-regulación.

Con todo, OFCOM ha dedicado esfuerzos para establecer marcos regulatorios en ciertas áreas, con el fin de preservar principios básicos establecidos en la *Communications Act* o en otros documentos, como la Directiva sobre servicios audiovisuales de la Unión Europea. Destacan, así, la elaboración de un plan para la inclusión y la diversidad, por un lado, y de un código de radiodifusión, por otro. Ambos serán revisados a continuación.

1. Inclusión y Diversidad

Desde 2014, OFCOM realiza informes anuales sobre diversidad e inclusión y en 2018 elaboró un plan para avanzar en esas áreas, estableciendo metas para el período 2018-2022. En tanto regulador⁶, OFCOM define diversidad e inclusión como “asegurar que las diferentes necesidades e intereses de todos los individuos sean considerados cuando se lleve a cabo nuestro trabajo regulatorio” (OFCOM, 2018, p. 10).

Entre los objetivos propuestos por OFCOM se encuentra, la accesibilidad a servicios audiovisuales por parte de personas con discapacidad física o mental; considerar y realizar evaluaciones del impacto de las políticas impulsadas por OFCOM sobre grupos minoritarios o vulnerables; promover la diversidad y la inclusión en los programas de radiodifusión; considerar la diversidad al momento de entregar licencias radiales; reforzar las reglas contra el contenido perjudicial y ofensivo en servicios audiovisuales, especialmente los que apuntan contra una minoría; promover la producción audiovisual británica fuera del área de Londres; y asegurar que las publicaciones y las comunicaciones externas de OFCOM sean accesibles para todos.

2. Broadcasting Code y Reglas para Servicios de Programa On Demand

La sección 319 de la *Communications Act* (2003) encomienda a la OFCOM la elaboración de un código “para televisión y radio, que cubra estándares sobre programas, patrocinios, *placement* de productos en programas de televisión, trato justo y privacidad” (OFCOM, 2019,

⁶ OFCOM (2018) también se propone metas de diversidad e inclusión internas, es decir, en cuanto a empleador

p. 2). Bajo esta ley, se elabora entonces el *Broadcasting Code* cuya primera versión data de 2005, teniendo enmiendas en los años 2008, 2009, 2010, 2013, 2015 y 2019.

El código cuenta con 10 secciones, cada cual con uno o más principios rectores (OFCOM, 2019):

1. **Protección a menores de edad:** Asegurar la protección de personas menores de edad.
2. **Daños y Ofensas:** Asegurar estándares que protejan a los miembros del público frente a contenidos de radio o televisión dañinos u ofensivos.
3. **Crimen, desorden, odio y abuso:** Asegurar que los servicios de radio o televisión no incluyan contenidos que puedan incitar el crimen o el desorden público.
4. **Religión:** Asegurar el apropiado grado de responsabilidad respecto al contenido de programas religiosos. Éstos no deben implicar explotación de ninguna susceptibilidad de la audiencia, ni dar trato abusivo a creencias y visiones religiosas de ninguna denominación.
5. **Debida imparcialidad, debida precisión e indebida prominencia de puntos de vista y opiniones:** Asegurar que las noticias sean reporteadas con la debida precisión y presentadas con la debida imparcialidad.
6. **Elecciones y Referéndums:** Asegurar los requerimientos de imparcialidad de la *Communications Act* (2003) para tiempos de elecciones y referéndums.
7. **Trato Justo:** Asegurar que las cadenas de radiodifusión eviten el trato injusto a individuos u organizaciones en programas.
8. **Privacidad:** Asegurar que las cadenas de radiodifusión eviten cualquier infracción a la privacidad de los individuos.
9. **Referencias comerciales en programación de televisión:** Asegurar: a) Independencia editorial, es decir, que las cadenas mantengan independencia y control sobre su programación; b) la distinción entre contenido editorial y publicidad; c) transparencia, o la protección de las audiencias frente a publicidad subrepticia; d) la protección de las audiencias frente a daño financiero; e) la prevención de patrocinio inadecuado.
10. **Comunicaciones comerciales en programación de radio:** Asegurar la transparencia de comunicaciones comerciales, con el fin de asegurar la protección del consumidor.

Una de las novedades más importantes del código en su última versión (2019), es la inclusión de reglas relacionadas con odio y trato abusivo.

Se entregan, además, definiciones generales de lo que se considera terrorismo, discurso de odio, crimen, desorden y “probabilidad de animar o incitar la perpetración de un crimen o llevar a desorden” (OFCOM, 2019).

Significado de Discurso de Odio: Toda forma de expresión que difunda, incite, promueva o justifique el odio basado en intolerancia fundada en discapacidad, etnia, género, reasignación de género, nacionalidad, raza, religión u orientación sexual.

Significado de “Probabilidad de animar o incitar la perpetración de un crimen o llevar al desorden”: La representación de un crimen, o la incitación de un crimen, no resultará necesariamente en un quiebre de la regla. La probabilidad de que un contenido incite el crimen o guíe a desorden dependerá de la naturaleza del material, así como del contexto en que es presentado a la audiencia.

Fuente: OFCOM (2019, p. 22. Nota: traducción libre)

Cabe destacar que ninguna de estas normas aplica para servicios no-lineales (excepto para el servicio VOD de la BBC). Con todo, en 2016, OFCOM estableció reglas para los servicios de programación *On Demand* (*On Demand Programme Service Rules*), la cual responde a la Parte 4A de la *Communications Act*, enmendada para responder a la reforma de la Directiva europea del año 2007. Estas reglas se pueden dividir en administrativas y editoriales.

Entre las reglas administrativas se cuentan:

1. Notificar a OFCOM la intención de proveer un servicio *on demand*
2. Notificar a OFCOM la intención de hacer cambios significativos al servicio
3. Notificar a OFCOM la intención de dejar de brindar el servicio
4. Pago de una cuota según lo señalado en la sección 368NA de la *Communications Act*
5. El proveedor debe retener los programas por lo menos 42 días después de emitidos
6. El proveedor debe entregar información, según lo establecido en la sección 368O de la *Communications Act*.
7. El proveedor debe cooperar con OFCOM según lo establecido en la sección 368O de la *Communications Act*.
8. Los proveedores deben cumplir con las notificaciones dadas por OFCOM
9. Los proveedores deben entregar información sobre su empresa y sobre OFCOM (nombre, dirección y correo electrónico) a sus usuarios.

Las reglas editoriales, en tanto, son:

1. Los servicios *on demand* no deben contener material que pueda promover el odio basado o en la raza, el sexo, la religión o la nacionalidad.

2. Los servicios *on demand* deben asegurarse que los menores de edad no accedan a material restringido.
3. Los programas incluidos en servicios *on demand* no deben ser patrocinados por empresas relacionadas a la venta de cigarros o tabaco (incluyendo cigarrillos electrónicos), ni medicinas con prescripción. En Los programas de noticias y de asuntos de actualidad, el patrocinio no debe afectar la independencia editorial de los programas.
4. Restricciones y excepciones al *placement* de productos en la programación *on demand*.
5. Los servicios no deben incluir material prohibido, según la definición de la Acta de 1984 y la *Communications Act*. Por ello, el contenido debe ser guiado por la política del *British Board of Film Classification* (BBFC).

NUEVOS DESAFÍOS

Mientras la lógica regulatoria tradicional se basa en la administración del espectro radioeléctrico como un bien escaso y público, las nuevas tecnologías digitales eliminan este problema, desafiando la lógica de regulación tradicional. Estas limitaciones se manifiestan en el ámbito económico y en el cultural.

Desde un punto de vista económico, UNESCO sostiene que el enfoque ha cambiado y ahora se centra en ofrecer acceso imparcial y no discriminatorios a nuevas plataformas y a guías electrónicas (UNESCO & CNTV, 2018). Las limitaciones a la propiedad de los nuevos servicios audiovisuales para salvaguardar la pluralidad de medios ya no tendrían sentido en un contexto donde el espectro no escasea y el acceso al mercado es más fácil. El énfasis, pues, se coloca en el acceso y la competencia.

En ese sentido, la asimetría regulatoria es una de las preocupaciones de las autoridades y de los actores del sector. Ésta se produce debido a la falta de regulación de servicios digitales, lo que redundaría en una vulneración al **PRINCIPIO DE LIBRE COMPETENCIA**. Entre las falencias se apunta a que éstos no cuentan con limitaciones a la publicidad, tienen la capacidad de poder generar contenidos propios y no pagan impuestos en los países donde transmiten (CNTV, 2012). Tampoco tienen obligaciones respecto a la protección de menores, el fomento a la producción audiovisual local o respecto de garantizar la accesibilidad para personas en situación de discapacidad sensorial. Las reformas a la Directiva de servicios de comunicación audiovisual de la Unión Europea desde 2007 apuntan a subsanar estos problemas (García Castillejo, 2016), y en su versión 2018, extienden la normativa a las plataformas de video tales como Youtube.

Considerando las razones culturales, la UNESCO indica que no hay razones para que los principios que guían la regulación tradicional no apliquen también a los nuevos servicios.

En ese sentido, por ejemplo, el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas apunta a que los derechos vigentes en el mundo *offline* deben ser respetados también en el mundo *online* (CNTV, 2019).

En la misma línea, el exdirector de OFCOM, Ed Richards, identificó tres razones por lo que la regulación aún es pertinente, sin importar su plataforma de distribución: La protección de los

usuarios frente a contenido ilegales y nocivos; la protección de la privacidad de las personas; la protección a la pluralidad de voces y la diversidad de medios (UNESCO & CNTV, 2018).

El debate, pues, se encuentra en los estándares razonables que se pueden esperar de los distribuidores de contenidos no tradicionales. La UNESCO identifica tres posibles respuestas: i) Que los servicios de internet deben estar sujetos a la ley general; ii) que la ley de radiodifusión debe extenderse a los servicios de internet; iii) que los servicios de internet deben autorregularse, lo que debe ir acompañado de programas de alfabetización digital. La respuesta bien podría ser una combinación las tres visiones. **Tal es el caso de la Directiva de la Unión Europea, donde la extensión de la regulación a las plataformas de contenido audiovisual sin importar su medio de difusión, se combina con una lógica autorregulatoria.**

Varios temas, así, aparecen en la agenda de organismos internacionales, Estados y actores de la industria.

Uno de los aspectos donde parece haber mayor consenso, es la regulación a la divulgación de información falsa, o aquella que promueve el odio, el daño o el terrorismo por vía de internet. La discusión, pues, se encuentra sobre cómo proteger a los usuarios frente a estos actos, sin que la legislación se convierta en una amenaza para la libertad de expresión (Loreti & Lozano, 2018; Mansell, 2019). La Unión Europea, por ejemplo, ha descartado adoptar reglas comunes (pero en la directiva está el discurso de odio) para el control de estos contenidos, siendo el paradigma predominante el de la auto-regulación, donde las plataformas asumen voluntariamente prácticas y medidas para solucionar problemáticas que surgen en su seno⁷.

Sin embargo, la capacidad de las plataformas para autorregularse ha sido cuestionada, abriéndose la discusión sobre la regulación de estas instancias (Mansell, 2019). **En esa línea, el gobierno alemán promulgó en 2018 una nueva ley sobre redes sociales (NetzDG) que obliga la eliminación de contenido delictivo divulgado en plataformas digitales. En el mismo año, el Estado francés aprobó una ley contra la manipulación de la información** (Loreti & Lozano, 2018).

Otro ejemplo de acciones es lo que definió el gobierno británico al anunciar esfuerzos en la misma dirección, los que fueron sintetizados en la publicación en abril del 2019 del *Libro Blanco sobre Daños en Línea*.

⁷ A excepción de Francia y Alemania que han dictado leyes al respecto.

En éste, se analiza la posibilidad de elaborar un marco regulatorio que resguarde la seguridad online de los usuarios (HM Government, 2019), lo que implicaría una limitación al poder de las plataformas (Mansell, 2019). Entre los peligros identificados se encuentran, el abuso y la explotación sexual de menores de edad; la divulgación y promoción del terrorismo; el contenido ilegal subido desde prisión; la venta de opioides en línea; el *cyberbullying*; el daño autoinflingido y el suicidio, relacionado con el uso de internet; la divulgación de imágenes sexuales de menores de edad; la manipulación online y la divulgación de información falsas y el acoso online a figuras públicas. La gama de empresas en la mira incluye redes sociales, sitios de alojamiento, foros de discusiones públicos, servicios de mensajería y motores de búsqueda. No se incluyen las comunicaciones privadas. Además, se deja abierta la pregunta sobre si este ente regulador debe ser uno nuevo o se le deben agregar funciones a uno existente, donde OFCOM aparece como el principal candidato. Un nuevo organismo tendría la ventaja de la especialización, pero su instalación significaría un mayor costo. Un ente ya existente, en cambio, tendría la ventaja de contar con experiencia y credibilidad previa.

Otras problemáticas que aparecen en el horizonte, son las señaladas por la diputada británica Chi Onwurah (2019), quien identifica tres nuevos desafíos que surgen del desarrollo de la revolución digital: Big Data, uso de algoritmos y *uberización* de la economía. Onwurah (2019) indica que el Internet de las Cosas (IoT⁸) tiene el potencial de “cambiar nuestras vidas más fundamentalmente que cualquier otra innovación desde la electricidad” (p. 12), y su materia prima son los datos, los *datos de los usuarios*. La pregunta, pues, sobre quién tiene la propiedad, queda abierta. Onwurah apunta a que la regulación en este tópico es necesaria, para así evitar el mal uso de datos sin desincentivar sus posibles aplicaciones positivas.

Los datos suelen ser utilizados por las grandes plataformas digitales como base para el uso de algoritmos, lo que constituye otro nuevo desafío. Éstos han sido movilizados por grupos extremistas para promover discursos de odio, prejuicios, etc. Además, se ha cuestionado la neutralidad de los algoritmos, apuntando a que éstos reflejan los sesgos de sus diseñadores, muchas veces excluyendo a mujeres o minorías étnicas, por ejemplo.

Para la autora, un último desafío es el de la *uberización* de los servicios, es decir, de un nuevo modelo de negocios basado en empresas que funcionan –o declaran hacerlo– como intermediarias entre un proveedor de servicios y el consumidor final. El concepto de *uberización* es una referencia directa al ejemplo paradigmático de este modelo, Uber, la empresa de taxis más grande del mundo y que, sin embargo, afirma “no poseer autos, empleados ni conductores” (Onwurah, 2019, p. 14). Ante la ley, así, sus trabajadores son

⁸ IoT: Internet of Things

emprendedores, no empleados. Estas circunstancias son permitidas por el carácter digital y poco territorializado de estas empresas, lo que las deja en una zona gris, donde no cae completamente ni bajo la regulación laboral, ni de la de transportes, ni de las comunicaciones.

TABLA RESUMEN: Entidades Reguladoras en el Mundo

A continuación, se presenta una tabla descriptiva de algunas de las entidades reguladoras con pertinencia en el ámbito de los contenidos, agrupadas según continentes. Se resume, además, la dependencia de la institución; su ámbito de regulación y su competencia; la legislación pertinente; y su modelo institucional de regulación (sectorial, multisectorial o convergente) y su capacidad de sancionar contenidos de televisión.

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Alemania	14 autoridades estatales, agrupadas en la Conferencia de Directores de los Medios Estatales (DLM) . Además, existen Múltiples instancias especializadas para distintas áreas: Licencias y Supervisión (ZAK), Protección de la Infancia (KJM), Publicidad (DW), Control Financiero y Anti concentración (FSF).		Televisión, radio, medios audiovisuales <i>on line</i> (en temas de protección de la infancia)	Cada autoridad estatal determina sus competencias sobre entrega de licencias y contenido.	Nueva Ley de Telecomunicaciones de Alemania (TKG) de 2004	Multisectorial en telecomunicaciones; Por sector en Audiovisual	Cada Entidad sanciona en los aspectos que compete. Además, existen instancias voluntarias de autorregulación.
Reino Unido	OFCOM. En específico la <i>Content Board</i> , la que cuenta cierta AUTONOMÍA del resto de la institución.	Corporación Autónoma	Radiodifusión telecomunicaciones, video <i>on demand</i> por internet	Operación técnica, mercado y libre competencia, contenido.	Ley de Comunicaciones 2003	Convergente	Sí
Francia	Consejo Superior del Audiovisual (CSA)	Organismo Independiente	Radiodifusión, telecomunicaciones.	Radiodifusión y televisión, video on demand; promover la libre competencia; gestión del espacio radioeléctrico	Ley de Comunicaciones Electrónicas y Servicios de Comunicación Audiovisual N° 2004-699	Por sector	Sí
España	CNMC	Órgano público con personalidad jurídica propia. Independiente del gobierno pero sometido a control parlamentario	Comunicaciones electrónicas y audiovisual, Energía, ferroviario y tarifas aeroportuarias, Mercado Postal	Operación técnica, mercado y libre competencia, contenido	Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual	Multisectorial	Sí
Andalucía, España	Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA)	Independiente y de autogobierno	Servicios de comunicación audiovisual	Administración de espectro, licencia	Ley 7/2010, Ley General de la Comunicación Audiovisual	Por sector	Sí

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Cataluña, España	Consell del Audiovisual de Catalunya	Autoridad independiente	Prestadores de servicios de comunicación audiovisual, tanto público como privados.	Contenido	Ley 2/2000	Por sector	Sí
Portugal	Entidade Reguladora para a Comunicacao Social (ERC)	Autoridad independiente con personalidad jurídica y patrimonio propio, con naturaleza de entidad administrativa independiente AUTONOMÍA administrativa y financiera	Entidades de comunicación social como diarios y revistas, operadores de radio y de televisión, servicios distribuidos exclusivamente por internet y agencias de noticias.	Contenido, alfabetización audiovisual, licencias y autorizaciones, no concentración de medios	Ley n.º 53/2005	Por sector	Sí
Albania	Audiovisual Media Authority (AMA)		Televisión, Radio, infraestructura y redes (sólo para radio y televisión)	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley no. 97/2013 para audio y servicios de medios audiovisual	Por sector	Sí
Bélgica	Consejo Superior del Audiovisual					Por sector	
Flandes, Bélgica	Regulador Flamenco para los Medios (VRM)		Televisión, Radio, redes e infraestructura	Contenido	Ley sobre radio y televisión (2009)	Por sector	
Bosnia-Herzegovina	CRA		Televisión, Radio, redes e infraestructura, telecomunicaciones, administración del espectro de frecuencias	Entregar licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Comunicaciones	Convergente	Sí
Bulgaria	Council for Electronic Media (CEM)		Radio y Television	Contenido	Ley de Radio y Televisión	Por sector	Sí
Chipre	Cyprus Radio-Television Authority (CRTA)		Radio y Television	Entrega de licencias, asignación de frecuencias	Ley 7(I)/98 sobre estaciones de Radio y Televisión	Por sector	Sí
Dinamarca	Radio and Television Board		Radio y Television	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Radio y Televisión Consolidada No. 988 (2011)	Por sector	Sí
Eslovaquia	Council for Broadcasting and Retransmission of the Slovak Republic (CBR)		Radio y Television	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Radiodifusión y Retransmisión.	Por sector	Sí

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Eslovenia	AKOS		Servicios de medios audiovisuales, radio, redes e infraestructura, servicios postales y ferrocarriles	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Digital Broadcasting Act 2007	Multisectorial	Sí
Finlandia	Traficom		Televisión, Radio, redes e infraestructura, telecomunicaciones	Asignación de frecuencias, contenido (sobre cadenas privadas, sólo parcialmente para la televisión pública)	Código de la Sociedad de la Información (917/2014)	Multisectorial	Sí (Televisión privada)
Grecia	National Council for Radio and Television (NCRT)		Radio y Television	Entrega de licencias, contenido	Ley 2863/2000	Por sector	Sí
Países Bajos	Commissariaat voor de Media (CvdM)		Radio, Televisión, redes e infraestructuras (para operadores de cable), servicios <i>on demand</i>	Entrega de licencias, contenidos	Ley de Medios (2008)	Por sector	Sí
Hungría	Media Council of the National Media and InfoCommunications (NMHH)	Autoridad Independiente	Radio, televisión, redes e infraestructura, servicios de medios <i>on demand</i> , prensa.	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenidos.	Ley CLXXXV (2010) sobre Servicios y Medios Masivos	Convergente	Sí
Irlanda	Broadcasting Authority of Ireland (BAI)		Radio y television	Entrega de licencias, contenidos	Ley de Radiodifusión (2009)	Por sector	Sí
Letonia	National Electronic Mass Media Council (NEPLP)	Institución independiente y autónoma	Radio, televisión y operadores de cable	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Medios Masivos Electrónicos	Por sector	Sí
Lituania	Radio and Television Commission of Lithuania (RTCL)	Cuerpo Independiente	Radio, television y licitaciones	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Provisión de Información al Público No.I-1418 (1996)	Por sector	Sí (televisión privada). Parcialmente (televisión pública – no sanciona en relación a publicidad, cuotas de producción y protección de menores)
Luxemburgo	Autorité Luxembourgeoise Indépendante de l’Audiovisuel (ALIA)		Televisión de libre recepción y TV pago; emisoras de radio nacionales, regionales y locales	Concesión y autorización para medios de comunicación, publicidad	Ley del 27 de julio de 1991 sobre los medios electrónicos	Por sector	
Malta	Malta Broadcasting Authority		Radio y Televisión	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Radiodifusión – Capítulo 350 de las leyes de Malta	Por sector	Sí

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Noruega	Norwegian Media Authority (NMA)		Radio, Televisión, clasificación de películas, subsidios de prensa, propiedad de medios	Entrega de licencias, contenido	Ley no. 127 (1992) sobre Radiodifusión	Por sector	Sí
Polonia	National Broadcasting Council (KRRiT)		Radio y Television	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Radiodifusión (1992)	Por sector	Sí
República Checa	Council for Radio and TV Broadcasting (RRTV)		Televisión, Radio, cable y retransmisión	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Radiodifusión No. 231/2001	Por sector	Sí
Macedonia del Norte	Agency for Audio and Audiovisual Media Services		Television y Radio	Entrega de licencias, contenido	Ley de Enmienda a la Ley de Radiodifusión No. 13 (2012)	Por sector	Sí
Suecia	Swedish Press and Broadcasting Authority (MPRT)		Radio y Television	Entrega de licencias, contenido	Ley Fundamental sobre Libertad de expresión, Radio y Televisión (2010)	Por sector	Sí
Suiza	BAKOM; Independent Complaints Authority (AIEP)		Radio, tv, redes e infraestructura, sociedad de la información, servicio postal	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley de Telecomunicaciones 1997	Multisectorial	Sí
Turquía	Radio and Television Supreme Council (RTUK)	Institución con personalidad jurídica autónoma administrativa y financieramente	Radio, televisión, redes e infraestructura	Entrega de licencias, asignación de frecuencias, contenido	Ley No 6112 sobre el establecimiento de empresas de radio y televisión y sus servicios de medios.	Por sector	Sí
Italia	AGCOM; Para la Televisión Pública (RAI); Comisión Parlamentaria para la orientación general y la vigilancia de los servicios radiotelevisivos;		Radiodifusión	Plan de distribución de frecuencias, registra los operadores de comunicación, controla publicidad, protección de menores, minorías lingüísticas y regula propaganda electoral.	Ley n°249 de 1997	Convergente	Sí
Israel	Second Authority for Television and Radio (SATR) The Council for Cable TV and Satellite Broadcasting (CCSB)		Televisión, radio, distribución de radiodifusión digital, producción nacional	Entrega de licencias, contenido	Ley de Comunicaciones 5742-1982	Por sector	Sí

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Japón	MIC		Sistema básico de administración, administración de AUTONOMÍA local, servicios de bomberos y emergencias, y estrategias para el desarrollo de TIC.		Ley de Radiodifusión sobre servicios de Telecomunicaciones de 2002	Multisectorial	
Singapur	IMDA				Ley de Telecomunicación de 1999	Convergente	Sí
China	National Radio and Television Administration (NRTA)					Por sector	Sí
Hong-Kong	Communications Authority		Broadcasting, Radio y Telecomunicaciones	Innovación e inversión, competencia		Convergente	Sí
Nueva Zelanda	Broadcasting Standards Authority (BSA)		Televisión, radio, contenido online y on demand	Contenido	Broadcasting Act 1989	Por Sector	
Taiwán	National Communications Commission	Órgano Autónomo	Telecomunicación y radiodifusión			Convergente	Sí
Marruecos	Haute Autorité de la Communications Audiovisuelle (HACA)		Comunicación audiovisual, público y privado.	Pluralismo, diversidad, libertad de expresión	Dahír(Decreto del Rey), 2002	Por sector	
Kenia	Communications Commission of Kenya (CCK)	Comisión Independiente	Radiodifusión, ciberseguridad, multimedia, telecomunicaciones, comercio electrónico, servicios postales	Licencias, administración del espectro, contenido	Communications Act 1998	Convergente	
Gana	National Media Commission (NMC)	Comisión Independiente	Prensa, radiodifusión, cine	Asignación de frecuencias, contenido	National Media Commission Act – 1993 (Ley 449) The Electronic Communications Act, Ley 775 del 2008	Por sectores	
Sudáfrica	The Independent Communications Authority of South Africa (ICASA)		Telecomunicaciones, radiodifusión y servicios postales	Licencias, administración del espectro, protección al consumidor, contenido	Electronic Communications Act, Ley No 34 del 2005	Convergente	

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Tanzania	Tanzania Communicationss Regulatory Authority (TCRA)		Radiodifusión, telecomunicaciones, servicio postal	Licencia, contenido	Communications Regulatory Act No. 12 de 2003	Multisectorial	
Uganda	Uganda Communicationss Commission (UCC)				Uganda Communications Act 2013		Sí
Estados Unidos	FCC a nivel federal; Gobiernos estatales para televisión por cable	Órgano Independiente	Radio, televisión, cable y satélite	Operación técnica, mercado y libre competencia, contenido	Ley de Telecomunicaciones 1996	Convergente	Sí
Canadá	CRTC		Radiodifusión, telecomunicaciones, internet, telefonía.	Asegurar la calidad de los sistemas de información y comunicación. Generar orientaciones generales sobre contenido generado en Canadá.	Para Contenido Audiovisual: Broadcasting Act (1991); Para Telecomunicaciones TeleCommunicationss Act (1997)	Multisectorial; Desde 2018 se ha discutido la posibilidad revisar las leyes de telecomunicaciones y de radiodifusión para avanzar hacia la convergencia.	No, aunque la CRTC entrega orientaciones generales para que la programación sea pluralista y de calidad.
México	IFT	Órgano público autónomo	Radiodifusión, televisión e Internet	Operación técnica, mercado y libre competencia		Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014)	Convergente
Colombia	Comisión de Regulación de las Comunicaciones (CRC)	Agencia autónoma administrativa, financiera, técnica y lega.	Proveedores de redes y servicios de internet, telefonía, televisión, radio, servicio postal y contenidos audiovisuales.	Entrega de concesiones, fomento, libre competencia, pluralismo, contenido	Ley N° 1978/2019 para la modernización de tecnologías de la información y las comunicaciones.	Convergente.	Parcial
Argentina	ENACOM	Órgano autárquico y descentralizado	Servicios de radiodifusión, TV, telefonía, espectro, licencias de servicios TIC, homologación técnica, codificación y autorización de equipos, servicios postales	Operación técnica, mercado y libre competencia	Ley N°26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual	Convergente	Sí

PAIS	ENTIDAD REGULADORA AUDIOVISUAL	DEPENDENCIA	ÁMBITO DE REGULACIÓN	COMPETENCIA	LEGISLACION	MODELO INSTITUCIONAL DE REGULACIÓN	SANCIONA CONTENIDOS DE TV
Costa Rica	Ministerio de Gobernación y Policía	Ministerio de Gobierno			Ley General de Telecomunicaciones N°8642 (2008)	Por sector	No
Brasil	ANCINE	Autarquía sobre régimen especial, con autonomía administrativa y financiera	Industria audiovisual (entendida como cine más <i>mercados auxiliares – home video</i> , TV abierta y paga, internet, teléfonos móviles y nuevos medios)	Fomento y difusión, regulación de contenido, derechos de autor	Resolución de la directoría colegiada n°59, 2 de abril 2014.	Por Sector	No
Uruguay	Consejo de Comunicación Audiovisual				Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual		
Venezuela	CONATEL	Instituto autónomo, con personalidad jurídica, patrimonio propia	Telecomunicaciones, radio, televisión y medios electrónicos.	Administración de espectro, contenido	Ley Orgánica de Telecomunicaciones n°39.610 (2011). Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos	Multisectorial	Sí
Perú	Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV)	Órgano autónomo, plural y consultivo adscrito al MTC	Radio y Televisión	Propiciar buenas prácticas para radio y televisión	Ley de Radio y Televisión (2004)	Por sector	No
Chile	Consejo Nacional de Televisión (CNTV)	Autonomía con rango Constitucional	Televisión	Adjudicación de concesiones televisivas; subsidio a TV cultural, fiscalización de contenidos televisivos	Ley 18.838 Crea el Consejo Nacional de Televisión	Por sector	Sí

Fuente: Elaboración propia a partir de CNTV (2012, 2013, 2019); Arenas (2015); Ichikawa (2013); García Castillejo (2016); Dewing (2014); Pavani (2015); López (2016)

CONCLUSIONES

De lo expuesto se desprende que, en la actualidad, la tendencia es a una regulación e institucionalidad convergente, en el entendido que la tecnología ha hecho migrar los servicios de voz, datos e imagen a una red común de Internet de banda ancha capaz de soportar y unificar la totalidad de los servicios.

En lo que se refiere la institucionalidad, como se pudo ver, hay países que han optado por la convergencia en su diseño, en términos amplios, haciéndose cargo de las materias propias de telecomunicaciones y también de la fiscalización de los contenidos. Por otra parte, otros países han optado por mantener la regulación separada por mercados. En ambos casos, hay países que han extendido la fiscalización de contenidos independientemente de la plataforma sobre la cual se emitan –Francia-, y otros países han optado por excluir a los proveedores de internet, de la fiscalización de contenidos que se proveen a través de Internet.

En esta última alternativa, es interesante observar a la Ofcom que ha impuesto buenas prácticas internacionales con iniciativas como la simplificación normativa y de trámites, que van en el sentido de lograr la menor regulación posible, racionalizando la intervención, entre otras.

Entonces, la interrogante que este análisis plantea en el caso chileno es: ¿Resulta conveniente migrar hacia un organismo regulador único, tanto para las telecomunicaciones como para los contenidos? o, por el contrario, ¿Se debe mantener la institucionalidad actual, pero dotando al CNTV de facultades para fiscalizar los contenidos que se proveen multiplataforma, en casos de interés público, cuando se vulneren los derechos de las personas?

Esta convergencia, que es tecnológica y de mercados, implica, en términos prácticos que, en terminales multifuncionales, convergerán diferentes autorizaciones, lo que en definitiva hará que sea conveniente una sola autorización o título habilitante que permita prestar todos los servicios que la tecnología permita sobre Internet banda ancha, como autorización general o plataforma única. Esto permitiría traducir los avances tecnológicos, en una prestación de servicios concretos para la ciudadanía, y eventualmente podría obligar a contar con un ente regulador único para el sector de tecnologías de la información y las comunicaciones, incluyendo a la televisión.

Referencias

- Arenas, M. (2015). El Régimen Jurídico de los Medios de Comunicación en Alemania. *UNED. Teoría y Realidad Constitucional*(36), 529-588.
- Bustillo, R. (2011). *Un modelo institucional para la regulación en materia de convergencia tecnológica en América Latina*. Santiago: CEPAL.
- Califano, B. (2018). Políticas de comunicación. De sus orígenes a los desafíos de las tecnologías digitales. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 13(25).
- CNMC. (2018). Modificación de la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- CNTV. (2012). *Regulación de Contenidos Audiovisuales en Entornos de Convergencia Audiovisual*.
- CNTV. (2014). *Foro Regional de Reguladores. Instituto Internacional de Comunicaciones*.
- CNTV. (2017). *IX Encuesta Nacional de Televisión*.
- CNTV. (2019). *Regulación y Convergencia*.
- Crusafon Burqués, C. (2012). *La nueva era mediática: las claves del escenario global*. Barcelona|: Editorial Bosch.
- Dewing, M. (2014). *Canadian Broadcasting Policy*. Ottawa: Library of Parliament.
- Fernández Vivas, Y. (2015). El Régimen Jurídico de los Medios de Comunicación en el Reino Unido. *UNED. Teoría y Realidad Constitucional*(36), 497-537.
- García Castillejo, Á. (2016). Convergencia y Regulación en Europa. *Desafíos de la convergencia, regulación, legislación y audiencias*, (págs. 18-33). Santiago.
- HM Government. (2019). *Online Harms White Papers*. Londres: Crown.
- Ichikawa, Y. (2013). More de-regulation or re-regulation?: The lessons for media policy from the Great East Japan Earthquake. *Journal of political science and sociology*, 3(18), 93-113.
- López Olano, C. (2016). Las autoridades de regulación audiovisual en España. Panorámica perspectivas del control de la pluralidad. *Miguel Hernández Communication Journal*(7), 87-112.
- Loreti, D., & Lozano, L. (2018). En Europa se Consigue. *AVATARES de la comunicación y la cultura*, 16(diciembre 2018).
- Mansell, R. (2019). Abordando el poder de las Plataforma Digitales. *Observacom*.

- Mastrini, G. (s/f). Paradigmas de políticas de Comunicación.
- OFCOM. (2007). *Simplification Plan*. Londres.
- OFCOM. (2018). *Ofcom's diversity and inclusion programme 2018-2022*. Londres.
- OFCOM. (2019). *The OFCOM Broadcasting Code*. Londres.
- OFCOM. (2019). *The OFCOM Broadcasting Code (with the Cross-promotion Code and the On Demand Programme Service Rules)*. Londres.
- Onwurah, C. (2019). The challenge of forward-looking regulation. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 9-17.
- Parlamento Europeo y el Consejo. (14 de noviembre de 2018). Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo. *Diario Oficial de la Unión Europea*, págs. 69-92.
- Pavani, G. (2015). El Régimen de los Medios de Comunicación en Italia. El Sistema de Radio y Televisión: ¿Una Anomalía en el Contexto Comparado? *UNED. Teoría y Realidad Constitucional*(36), 459-496.
- Smith, P. (2006). The politics of UK television policy: the making of Ofcom. *Media, Culture & Society*, 28(6), 929-940.
- UNESCO & CNTV. (2018). *Módulo 1: Definición del Contexto*.
- Van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 182-207.

ANEXO 1: Agrupaciones de Reguladores

NOMBRE DE LA AGRUPACIÓN	SIGLAS	SITIO WEB
The African Communications Regulation Authorities Network	ACRAN	http://www.acran.org
European Platform of Regulatory Authorities	EPRA	http://www.epra.org/
Central European Regulatory Forum	CERF	http://cerfportal.org
The Black Sea Broadcasting Regulatory Authorities Forum	BRAF	http://www.braf.info
Nordic Regulatory Cooperation Junta Trilateral de Cooperación Báltica	NRC	
Junta Trilateral Francia-Alemania-Reino Unido		
The Network of French-Speaking Media Regulatory Authorities	REFRAM	http://www.refram.org
Conferencia Ibérica de Consejos Audiovisuales	CICA	
Red de Reguladores del Mediterráneo	RIRM	http://www.rirm.org
Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica	PRAI	http://prai.tv/

ANEXO 2: Lista De Reguladores

PAÍS	NOMBRE DE LA AGRUPACIÓN	SIGLAS
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE		
Chile	Consejo Nacional de Television	CNTV
México	Instituto Federal de Telecomunicaciones	IFT
Colombia	Comisión de Regulación de las Comunicaciones	CRC
Argentina	Ente Nacional de Comunicaciones	ENACOM
Perú	Consejo Consultivo de Radio y Televisión	CONCORTV
Uruguay	Consejo de Comunicación Audiovisual	
Ecuador	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación	CORDICOM
Brasil	Agencia Nacional de Cine y Televisión	ANCINE
Barbados	Broadcasting Authority	
Jamaica	Broadcasting Commission	
Bermuda	Regulatory Authority	
Trinidad y Tobago	Telecommunications Authority	TATT
EUROPA		
Albania	Audiovisual Media Authority	AMA
Armenia	Commission on TV and Radio	CTR
Austria	Kommunikationbehörde	KommAustria
Azerbaijan	National TV and Radio Council	NTCR
Bosnia y Herzegovina	Communications Regulatory Agency	CRA
Bélgica	Conseil superior de l'audiovisuel	CSA
Bélgica, Flandes	Flemish Regulatory Authority for the Media	VRM
Bélgica gemánica alemana	Medienrat of the German speaking Community of Belgium	
Bulgaria	Council for Electronic Media	CEM
Suiza	Federal Office of Communications	BAKOM
Chipre	Cyprus Radio-Television Authority	CRTA
República Checa	Council for Radio and Television Broadcasting	RRTV
Alemania	Directors Conference of the State Media Authorities	DLM
Dinamarca	Radio and Television Board	
Estonia	Consumer Protection and Technical Regulatory Authority	CPTRA
España	Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	CNMC
España, Cataluña	Consell de l'Audiovisual de Catalunya	CAC
España, Andalucía	Consejo Audiovisual de Andalucía	CAA
Finlandia	The Finish Transport and Communications Agency	Traficom
Francia	Conseil Superiur de l'Audiovisuel	CSA
Reino Unido	Office of Communications	Ofcom

Georgia	Georgian National Communications Commission	
Gibraltar	Gibraltar Regulatory Authority	GRA
Croacia	Agency for Electronic Media	AEM
Hungría	Media Council of the National Media and Infocommunications Authority	NMHH
Irlanda	Broadcasting Authority of Ireland	BAI
Israel	2nd Authority for Television and Radio	SATR
Isla de Man	Communications Commission	IOMCC
Islandia	Icelandic Media Commission	
Italia	Autorita per le garanzie nelle comunicazioni	AGCOM
Liechtenstein	Office for Communications	AK
Lituania	Radio and Television Commission	RTCL
Luxemburgo	Autorité Luxembourgeoise Independante de l'Audiovisuel	ALIA
Letonia	National Electronic Mass Media Council	NEPLP
Moldavia	The Audiovisual Council of the Republic of Moldova	CA
Montenegro	Agency for Electronic Media of Montenegro	AEM
Macedonia del Norte	Agency for Audio and Audiovisual Media Services	
Malta	Malta Broadcasting Authority	
Países Bajos	Commissariaat voor de Media	CvdM
Noruega	Norwegian Media Authority	NMA
Polonia	National Broadcasting Council	KRRiT
Portugal	Entidade Reguladora para a Comunicacao Social	ERC
Rumania	National Audiovisual Council	NAC
Serbia	Regulatory Authority of Electronic Media	REM
Suecia	Swedish Press and Broadcasting Authority	MPRT
Eslovenia	Agency for Communication Networks and Services of the Republic of Slovenia	AKOS
Eslovaquia	Council for Broadcasting and Retransmission	CBR
Turquía	Radio and Television Supreme Council	RTUK
Ucrania	National Council of TV and Radio Broadcasting	
Kosovo	Independent Media Commission	IMC
Armenia	National Commission on Television and Radio	NCTR
AFRICA		
Botsuana	Botswana Communications Regulatory Authority	
Burkina Faso	Conseil Superieur de la Communcation	CSC
Burundi	Conseil National de la Communication	CNC
Camerún	Conseil National de la Communication	CNC
República Centrafricana	Haut Conseil de la Communication	
Chad	Haute Autorite des Medias et de l'Audiovisuel	HAMA
Egipto	National Telecommunications Regulatory Authority	NTRA
Gana	Commisiones nacionales des medias	

Costa de Marfil	Haute Autorite de la Communication Audiovisuelle	HACA
Kenia	Communication Commission of Kenya	CCK
Malawi	Communications Regulatory Authority	MACRA
Marruecos	Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle	HACA
Mauritania	Haute Autorité de la Presse et de l'Audiovisuel	HAPA
Mozambique	Conselho Superior da Comunicacao Social	CSCS
Nigeria	National Broadcasting Commision	NBC
Senegal	Conseil National de Régulation de l'Audiovisuel	CNRA
Sudáfrica	The Independente Communications Authority of South Africa	ICASA
Túnez	Haute Autorité Independante de la Communication Audiovisuelle	HAICA
Uganda	Uganda Coomunications Commission	UCC

ASIA Y OCEANÍA

Bangladesh	Telecommunication Regulatory Commission	BTRC
Hong Kong	Office of the Communications Authority	
India	Telecom Regulatory Authority of India	TRAI
Indonesia	Broadcasting Commission	KPI
Irak	Commision of Media and Communications	CMC
Malasia	The Malaysian Communications and Multimedia Commision	MCMC
Pakistán	The Pakistan Electronic Media Regulatory Authority	PEMRA
Filipinas	National Telecommunications Commission	NTC
Singapur	Infocomm Media Development Authority	IMDA
Corea del Sur	Korea Communications Commission	KCC
Tailandia	National Broadcasting Telecommunications Commission	NBTC
Emiratos Árabes Unidos	Telecommunications Regulatory Authority	TRA
Catar	Communications Regulatory Authority	CRA
Mongolia	Communications Regulatory Commision of Mongolia	CRC
Australia	Australian Communications and Media Authority	ACMA
Nueva Zelanda	Broadcasting Standars Authority	BSA

cnTV
CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Oficina CNTV: Mar del Plata 2147 – Providencia – Santiago – Chile - Teléfono: (56-2) 25922700

 cntv.cl |  [@CNTVChile](https://twitter.com/CNTVChile) |  Consejo Nacional de Televisión de Chile