



BOLETIN REGULATORIO N°9 – Octubre 2020

Palabras introductorias

Los 50 años del Consejo Nacional de Televisión nos encontramos en un punto de inflexión en la historia nacional e institucional. El CNTV se ve enfrentado al enorme desafío de asumir, como entidad reguladora, los cambios legales que implican los acelerados avances tecnológicos, donde la televisión abierta y de pago, no son más que otras plataformas para la distribución de los contenidos, cuyo mayor volumen, se transmite por internet banda ancha.

Existen ejemplos paradigmáticos de instituciones que han sabido actualizarse, haciéndose cargo del nuevo escenario de la convergencia de los medios sobre Internet, optando por diversos caminos.

En este Boletín se parte por distinguir algunos de los últimos logros del CNTV en estos meses y luego, se da una mirada a los temas que están en la *agenda setting* del ámbito regulatorio – desde Europa hasta Brasil, pasando por lo que se proyecta para la próxima administración de Estados Unidos-, pero siempre teniendo en cuenta de qué manera todos estos ejemplos y/o modelos, podrían ser útiles a nosotros como institución y dentro del contexto país.

Contenido

Consejo Nacional de Televisión celebra 50 años de vida con grandes desafíos para el futuro

¿Quo Vadis Europa?: Las tendencias en televisión y avance de la Inteligencia Artificial

USA: los desafíos regulatorios que heredará la nueva Administración

Trabajo regulador en conjunto con la ciudadanía

OCDE recomienda a Brasil, crear regulador convergente

Consejo Nacional de Televisión celebra 50 años, con grandes desafíos para el futuro

El Consejo Nacional de Televisión está celebrando 50 años de vida. Durante este tiempo, cuatro han sido las leyes fundamentales que lo han regido. La primera, fue la ley 17.377, inserta en una industria televisiva dominada por las Universidades y el Estado, que se mantuvo hasta la dictación de la ley 18.838 de 1989. Su nuevo estatuto, según mandato de la Constitución de 1980, que incluyó en su artículo 19 número 2 inciso 6º, al Consejo Nacional de Televisión como institución autónoma del Estado. Este nuevo Consejo desempeñó sus funciones en un mercado dominado por la industria televisiva de capital privado. Más adelante, el año 1992, se dictó la ley 19.131, la que le dio la actual fisonomía que mantiene el CNTV, creando, entre sus aportes más importantes, un Fondo de fomento para las producciones audiovisuales. Finalmente, para permitir la introducción de la Televisión Digital Terrestre, se dictó la ley 20.750, que entró en vigencia el año 2014, y que fortaleció el rol del CNTV, encontrándose entre sus más importantes aportes, las campañas de utilidad pública y la duplicación de las horas de programación cultural.



En el contexto de este aniversario, la Presidenta de la institución, Catalina Parot, recordó la trayectoria de este organismo, trabajando por una televisión de calidad.

Acentuó el esfuerzo que se ha hecho al interior del CNTV en este tiempo de pandemia, para seguir cumpliendo con los mandatos legales, pero también para ir más allá de las normas y ser un plus para la ciudadanía y las familias chilenas. Destacó, por ejemplo, la señal **TV Educa Chile**, que nació para ser un apoyo a los más de 3 millones de escolares que han estado sin clases presenciales, y a sus padres.

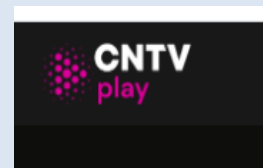
Esta iniciativa de tv infantil y familiar impulsada por el CNTV; el Ministerio de Educación; ANATEL; ARCATEL y la Tv de pago, se ha posicionado entre las señales infantiles más vistas. Es la única señal de nuestro país –en su género– en el contexto de la crisis sanitaria. Según la encuesta del Depto. de Estudios del Consejo de Televisión –respondida por 2.308 personas–, el 78% de los encuestados considera que los contenidos de **Tv Educa Chile** son útiles o muy útiles, y un 86% está de acuerdo con que la señal continúe más allá de la pandemia.



Plataforma audiovisual y CNTV Play

En agosto de 2018, el Consejo de Televisión estrenó, a través de su sitio web, una videoteca virtual con un amplio catálogo de producciones premiadas por el Fondo CNTV.

Al poner a disposición de la ciudadanía esta alternativa gratuita, también se estaba relevando el patrimonio audiovisual y cultural chileno, que el CNTV financia. Durante la pandemia, este espacio ha encontrado gran aceptación entre el público, traducida en un importante número de visitas.



La última semana de octubre, la serie más visitada fue *El Reemplazante*, con un total de 6.637 visitantes para la primera temporada y 5.054 la segunda temporada, cifras que dan cuenta de la importancia que ha tenido este espacio para los chilenos que han debido pasar más tiempo en casa.

Precisamente por eso es que el CNTV ahora tendrá una nueva OTT, **CNTV Play**, para que, desde el *streaming*, la experiencia pueda ser aún más y mejor aprovechada. La misma plataforma, tendrá vistas para teléfono, ipads y escritorio.

Un aporte más a las audiencias, en medio de la emergencia sanitaria.

¿Quo Vadis Europa?

Las tendencias en televisión y el avance de la IA

El Observatorio audiovisual europeo (*European Audiovisual Observatory*), publicó su libro Anual de tendencias del mercado audiovisual europeo 2019/2020. En él se dan a conocer las principales tendencias en Televisión, Cine, *Video on Demand* y servicios audiovisuales varios.

Lo que más ha crecido en los últimos 10 años, es el servicio VOD, pero también la “*catch-up televisión*”, cuyo modelo descansa en la conducta de ver tv en el momento, lugar y por cualquier tipo de pantalla. Se evidencia también un crecimiento en cuanto a la producción de series televisivas, una importante base para conquistar y/o preservar audiencias. Por eso, se reasignan recursos para series con temporadas más cortas y se hacen alianzas entre canales de TV para aumentar los presupuestos en co- producción.

Sin embargo, sumando y restando, el sector audiovisual se mantiene plano, donde solo crecen los *servicios on demand* y la publicidad solo está resistiendo la migración a internet. El financiamiento de la TV pública en la mayoría de los países ha sufrido limitaciones presupuestarias.

Hasta 2012, la publicidad para televisión y radio era el segmento de mercado líder del sector audiovisual. Pero desde 2017, los servicios de pago son la principal fuente de ingresos del sector (35,5% de los ingresos totales, 4,6% del crecimiento medio anual). SVOD representa solo una pequeña parte de los ingresos por servicios de pago, pero el crecimiento es más rápido que la televisión de pago tradicional (108,8% anual desde 2009 frente al 2,9%). Internet se está convirtiendo cada vez más en un medio de video; el tiempo de visualización de televisión ya no aumenta, e incluso disminuye entre los espectadores jóvenes.

Es interesante que el libro aborda el tema de la Inteligencia Artificial (IA), que presagia un cambio de paradigma, ya que puede transformar toda la cadena de valor, desde la producción y programación de contenidos hasta la publicidad. Las expectativas y los comportamientos de los consumidores también pueden cambiar, debido a la abundancia de ofertas y dispositivos y a la personalización del contenido. Sin embargo, hay varias cuestiones legales que plantea la introducción de la IA en la producción y distribución de información: la IA puede contribuir a la proliferación de noticias falsas y plantea cuestiones sobre el derecho de los usuarios a la información, la diversidad de medios y el pluralismo, y la protección de datos.

Otro tema de fondo, es la reflexión respecto a las máquinas creando obras de arte y literatura; actores virtuales generados por IA y la pregunta respecto a si los algoritmos decidirán por nosotros qué contenidos debemos ver, en detrimento de la diversidad cultural. Por lo tanto, la regulación de la Inteligencia Artificial está aún en pañales, frente a estos desafíos.



El Observatorio Audiovisual Europeo ha venido organizando, los últimos años, talleres sobre Inteligencia Artificial, uno de los temas que vienen, es la discusión del contenido y la regulación en un futuro próximo.

Las discusiones se han centrado, principalmente, en los siguientes puntos:

- (1) El impacto de la IA en el concepto de responsabilidad editorial**
- (2) El impacto de la IA en la calidad y diversidad de la información de la oferta audiovisual.**

En Chile, el tema de la IA también se ha debatido, por ejemplo, en el contexto de *Congreso Futuro*, aunque sólo tangencialmente respecto a su importancia para el contenido y regulación del audiovisual





¿Qué es la sección 230?

Es la sección de la Ley de Decencia en las Comunicaciones de Estados Unidos, que representa una parte fundamental sobre la que se sostiene internet. Lo que hace es proteger a los foros públicos, como las redes sociales, de ser legalmente responsables por el contenido que se publica en estas plataformas. Es decir que las plataformas como *Twitter*, *Facebook*, o *YouTube*, por ejemplo, no pueden ser demandadas por el material que circula allí. Esto protege a las compañías de las demandas y, a la vez, los ciudadanos se sienten más “libres”, porque sin esta norma, internet dejaría de existir como la conocemos. Sin la Sección 230, las plataformas no se expondrían al riesgo legal de alojar contenido y así no habría foros públicos en internet. Lo que el presidente Trump quiere hacer, en nombre de la libertad de expresión, es terminar con esta sección de la Ley para garantizar que nadie, ni Twitter ni Facebook, puedan marcar sus comentarios como “peligrosos”, o puedan ser eliminados. Uno de los problemas, es que tampoco se podrían eliminar las noticias falsas.

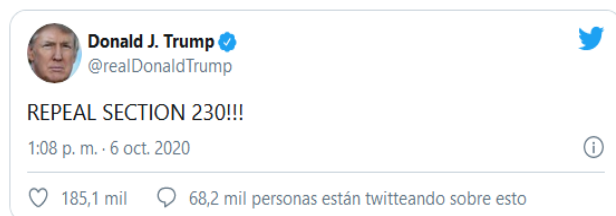
USA: Los desafíos regulatorios que heredará la nueva Administración

La sección 230 ha sido objeto de críticas bipartidistas en Washington, y tanto el presidente Trump como el ex vicepresidente Biden, argumentaron que la controvertida ley debería ser derogada. A medida que se acercaban las elecciones, una serie de propuestas legislativas apuntaban a dicha legislación. Este documento sostiene que la próxima administración debería adoptar un enfoque más específico, centrándose en los cambios que disuadirán algunas de las formas de expresión más dañinas y, al mismo tiempo, preservarán las características de las plataformas tecnológicas que son esenciales para la libertad de expresión en línea. Específicamente, la próxima administración debería modernizar la ley federal para la era digital, para prohibir el discurso problemático en línea, como la supresión de votantes y la incitación a disturbios; exigir que las plataformas cumplan con las órdenes judiciales para eliminar contenido ilegal; definir lo que significa que una plataforma “desarrolle” contenido; trabajar con plataformas en opciones de informes que facilitarán la responsabilidad individual e incentivarán a las plataformas a compartir datos que informen el diseño de productos y la formulación de políticas en el futuro.

Para la industria televisiva esto es relevante porque, si bien la televisión ha vivido de espaldas a internet durante mucho tiempo, hoy las audiencias no sólo quieren elegir los contenidos que quieren ver, sino cuándo los quieren ver y en qué tipo de dispositivos (y los de bolsillo constituyen un buen canal para difundir noticias y entretenimiento). Por ello, las regulaciones de contenidos en internet están convergiendo con la regulación de contenidos televisivos.

Aunque la sección 230 ha sido objeto de críticas transversales, sin duda, es el presidente Donald Trump quien se ha manifestado más en contra. Sus continuas disputas con Twitter, por ejemplo, son una muestra de ello. Esto se intensificó durante la campaña electoral.

El fiscal general norteamericano William Barr, anunció una propuesta legislativa “para modernizar y aclarar la inmunidad”, en tanto indicó que plataformas como Facebook y Twitter “(...) pueden abusar de este poder, censurando la expresión lícita y promoviendo ciertas ideas por encima de otras”.



Trabajo regulador en conjunto con la ciudadanía

La Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) de España abrió una consulta pública hasta el 13 de noviembre sobre la aplicación de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual a las plataformas de intercambio de video en el país.

La consulta –que contiene 32 preguntas- no tiene por objeto abordar aspectos de la regulación que le competen a la ley, sino recabar información acerca de las opiniones sobre obligaciones en materia de contenidos, protección al menor, publicidad y sus ámbitos de aplicación. Esto, porque el consumo audiovisual se produce cada vez más a través de plataformas de intercambio de video y no por los contenidos de la televisión tradicional.



La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC, es el organismo independiente, encargado de preservar, garantizar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva y de una regulación eficiente en todos los mercados y sectores productivos de España, en beneficio de los consumidores y usuarios.

ALGUNAS DE LAS PREGUNTAS

- En materia de protección al menor: ¿Encuentra algún inconveniente o dificultad especial en la aplicación de estas obligaciones a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que se soportan en plataformas de intercambio de videos?
- ¿Considera suficiente que para cumplir la obligación de implementar los mecanismos de control parental que impida el acceso de los menores a contenidos susceptibles de perjudicarles seriamente, se exija a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que se soportan en plataformas de intercambio de video, administrar la información contextual o metadatos correcta en cada video y realizar un uso responsable de los mecanismos de restricción de edad de que dispongan las plataformas?
- ¿Qué otras medidas podrían instrumentar los prestadores de estos nuevos servicios para evitar la exposición de los menores a contenidos que puedan perjudicar seriamente su desarrollo físico, mental o moral?
- En caso de que considere que los mecanismos ofrecidos por las plataformas de intercambio de vídeos resultan insuficientes para garantizar que los menores no accederán a contenido seriamente perjudicial ¿Estima que es preferible que dichos contenidos no sean provistos hasta que ofrezcan tal garantía?
- Los prestadores de servicio de comunicación audiovisual que se soportan en plataformas de intercambio de videos deben identificar la publicidad en sus contenidos. A este respecto, ¿considera que las herramientas que, en su caso, pone a disposición la plataforma para la identificación de la existencia de comunicaciones comerciales en los videos de estos prestadores, son suficientes para que los usuarios finales tengan conocimiento de su existencia?
- ¿Existe algún inconveniente o dificultad especial en exigir a los prestadores de servicio de comunicación audiovisual que se soportan en plataformas de intercambio de videos, el cumplimiento de las obligaciones relativas a publicidad dirigida a menores?, ¿qué aspectos debieran tomarse en cuenta para que la publicidad sea identificable por los menores, teniendo en cuenta que se trata de una audiencia crédula, inexperta y con capacidad lectora limitada?

OCDE recomienda a Brasil crear regulador convergente

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) recomendó a Brasil la creación de una Agencia convergente e independiente encargada de regular las comunicaciones de ese país, así como la eliminación de las restricciones a la integridad vertical y propiedad cruzada entre empresas de telecomunicaciones y de TV de pago. Señala que esto ayudará a abordar la nueva realidad convergente.

Según la OCDE, el regulador convergente debería estar a cargo de los mercados de TV paga y abierta y servicios OTT: “La agencia reguladora recién unificada debería tratar todas las cuestiones que afectan a la competencia ex ante en los mercados de TV paga y de señal abierta, así como las reglamentaciones *must carry/must offer* (o transporte obligatorio) y servicios OTT”.

Junto con ello, también se recomendó “fomentar el pluralismo y la producción de contenido nacional/regional y promover emisoras locales y comunitarias” y, por otro lado, señalar lo bueno que sería modificar la Ley de Defensa de la Competencia, que establece el límite de 20% de participación de mercado como indicador de posición dominante.

Se mencionan otros temas, como el espectro; acceso abierto a la infraestructura; licencias y tributación.

Recomendaciones

- ✚ Mejorar el marco político y regulatorio
- ✚ Reformar el marco fiscal, arancelario y tarifario
- ✚ Mejorar las condiciones del mercado
- ✚ Fomentar la competencia en los mercados de la comunicación y la radiodifusión
- ✚ Fortalecer las políticas nacionales y la formulación de políticas basadas en evidencias



La OCDE, que en su momento también había recomendado insistentemente la creación de un regulador único en Colombia, ahora manifiesta que Brasil debería tener un modelo de regulación convergente que unifique las funciones en una única agencia, para fortalecer su marco institucional: “Así, una sola entidad estaría a cargo de entregar espectro, tanto para los servicios de radiodifusión, como de telecomunicaciones”, dijo la entidad, que apuntó también a que hay superposición de funciones de regulación con otras entidades, como el Consejo Administrativo de Defensa Económica, CADE.