

VERSIÓN TAQUIGRÁFICA

7 DE AGOSTO DE 2020

COMISIÓN DE SISTEMAS,
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y
LIBERTAD DE EXPRESIÓN

REUNIÓN VIRTUAL

–A las 12:34 del 7 de agosto de 2020:

Sr. Presidente (Luenzo).- Vamos a dar comienzo a una nueva reunión de la Comisión de Libertad de Expresión y de Medios.

Como parte de la tarea que nos hemos propuesto para este año y para el próximo en la comisión –es un equipo muy grande, muy amplio, con el que estamos trabajando; en definitiva, hacemos una construcción colectiva– vamos a tener foros de estas características, foros donde vamos a poder intercambiar opiniones, foros donde las leyes que tengamos que analizar seguramente también serán el resultado de un trabajo consensuado previamente, trabajado con especialistas, en un momento en que el tema de la conectividad y las plataformas digitales son un eje central de debate en el mundo.

Yo lo vengo señalando permanentemente: cuando nosotros hablamos de aula virtual, de teletrabajo, de telemedicina, si no tenemos en cuenta conectividad y en qué condiciones la recibimos, es bastante complicado, porque hay un tercer actor que, por lo general, aparece invisibilizado.

Por otro lado, tenemos el gran desafío de la regulación o no de las plataformas digitales en el mundo. Vemos lo que está pasando, lo que ha ocurrido recientemente en Australia o en los Estados Unidos, con doscientos diarios que han hecho una alianza para enfrente a Google. Y lo hablamos hace pocas horas atrás. Es un tema que también está tomando cuerpo en su debate en la República Argentina. En un encuentro convocado por ADEPA y CABASE –que son actores centrales en un debate que nos tiene que contener a todos– hablábamos de esta cuestión y de perder ya –creo yo– aquella mirada que teníamos de que a Internet no había que regular absolutamente nada.

Creo que este aporte para una regulación democrática de las grandes plataformas que garanticen la libertad de expresión en Internet –porque ese es el otro punto: garantizar la libertad de expresión–, me parece que es central ponerlo en debate. ¿Por qué? Porque hay una parte, un párrafo de este documento, que es propiciado por OBSERVACOM –cuya autoría, entre otros, es de Santiago Marino, que está con nosotros–, habla de que el modelo de autorregulación evidentemente es un fracaso.

Sin ir más lejos, el 16 de marzo las grandes plataformas digitales comenzaron a remover contenidos que tenían que ver, justamente, con el COVID-19, según su criterio, con información no fiable. ¿Qué significa esto? Que Google editorializa. Lo que hace Google –no solamente a través de su plataforma virtual, sino que hay otras cuatro herramientas que están utilizando actualmente– es ir seleccionando información. Y todos sabemos que cuando uno hace un recorte de la información está editorializando.

Para ser más gráfico todavía, en el mundo de la gráfica no es lo mismo un título a seis columnas en la tapa que un aviso al lado de los avisos fúnebres. Evidentemente, eso significa que estamos editorializando. Estamos diciendo algo cuando ponemos primero una noticia, segunda otra y tercera otra, o directamente no aparece. Google está haciendo esto. No por casualidad España lo debatió y lo están debatiendo Alemania y Francia. Creo que el concepto de la editorialización por parte de las grandes plataformas es su problema.

¿Quién editorializa? Esta es la gran pregunta. Ahí aparece, entonces, frente al fracaso de la autorregulación, lo que tiene que ocurrir. ¿Los estados? Y uno se pregunta: ¿qué Estado? ¿Los estados democráticos que, además, acuerden con mi

perfil o estados democráticos que, obviamente, no acuerden con mi mirada ideológica? O, lo que es peor aún, estados con un perfil totalitario.

Es muy seductor, sin lugar a dudas, el hecho de meterse a regular contenidos y plataformas. Pero que algo hay que hacer, en el marco de una Internet democrática, inclusiva y abierta, a mí no me cabe ninguna duda. Esto lo vengo señalando hace cuatro o cinco años e, inclusive, lo hemos debatido mucho con Eleonora, que representa a Google aquí en la República Argentina, pero también con el resto de las plataformas. Está el tema de suplantación de identidad en algunas en particular.

Creo que es un debate muy, muy vigente en todo el mundo, y uno tiene la sensación de que carecemos de herramientas para poder introducirnos en el debate; y lo que es aún más grave, con qué marco jurídico nos metemos en él desde un ámbito como el Congreso Nacional. Es un desafío muy, pero muy interesante que enfrenta el mundo en su conjunto.

Podría citar muchísimos otros ejemplos de lo que está sucediendo: Australia dio un ejemplo hace muy pocas horas atrás en cuanto a la propiedad intelectual, a la protección de datos.

Si uno abre el abanico por donde nos podemos meter... De hecho, la senadora Cristina Valverde, que está con nosotros, es autora de un proyecto para regular los *influencers*. No te quiero ni contar, Cristina, la reacción. Pero es bueno, porque la reacción significa que hay necesidad de debatirlo, y es este el ámbito donde lo vamos a hacer, creo que la semana que viene, si Ricardo Oporto nos organiza todo esto y Diego Marquis, que es el otro puntal extraordinario que tenemos en todo este esquema de trabajo junto a Martín Vignola.

No quiero agregar nada más. Me gustaría, en principio, presentar el programa de OBSERVACOM. Me gustaría, Gustavo, que nos cuentes qué es OBSERVACOM, por qué este trabajo va a ser elevado a la UNESCO, cuáles son las sus características. Luego, estará Santiago, que es uno de los autores. En todo este campo de ecosistema, me permito decir que es una de las mentes brillantes que tenemos para aportar a un debate que nos tenemos que dar. Nos tenemos que dar este debate. Vivimos en el mundo digital y lo único que tenemos regulado es el mundo analógico. Estamos dando los primeros pasos. Esto es lo que yo siento. Pero, tenemos que darlos.

De hecho, hace 48 horas atrás, la señora presidenta de nuestra casa ha presentado una demanda a Google. Esto es de todos los días. Es permanente y algo tenemos que hacer. ¿Qué es lo que tenemos que hacer? Es lo que vamos a construir entre todos, que es lo que me parece sintetiza este aporte.

No quiero hablar más, porque los que venimos del periodismo podemos estar dos horas hablando y creemos que es importante. Pero, lo importante es escuchar, más que hablar.

Gustavo: es un placer tenerte con nosotros en el inicio de estos foros de debate que vamos a generar a partir de esta comisión. Gracias.

Sr. Gómez Germano.- Gracias, Alfredo. Para OBSERVACOM es un placer estar acá en este primer foro, sin duda alguna, muy oportuno.

Esta cuestión de la regulación de Internet está instalada en el debate internacional y ni que hablar en América Latina. Necesita de posiciones democráticas, equilibradas, adecuadas al entorno digital. Pero, finalmente, estamos ante un fenómeno de uso y consumo de Internet que empieza a ser cada vez más importante, que tiene cada vez más influencia en los debates públicos o en el consumo de entretenimiento en nuestros países y con actores relevantes, enormes

en algunos casos, e incluso más grandes que Estados enteros, y que comienzan a tener un papel importante en una especie de regulación privada que está por fuera de cualquier tipo de control democrático.

En ese gran tema que bien planteabas y que desafía a los congresos y a los organismos reguladores, que desafía la obligación de cómo mantener ciertos principios fundamentales en materia de Derechos Humanos en estas nuevas tecnologías, necesitamos también saber cómo entrar, con qué guía y horizonte, que para nosotros son los estándares internacionales de Derechos Humanos. Es decir, cualquier intervención en este sentido tiene que ser para más libertad de expresión, no para menos; para más Internet libre y abierta, no para menos, y no siempre nos encontramos con iniciativas en este sentido.

Además, hay que tratar de ver que Internet es cosa muy grande y que lo mejor es empezar a ver si no tenemos que pensar en distintos abordajes complementarios, todos importantes, pero que no hay una bala de plata para resolver el problema de Internet.

Una aproximación que particularmente OBSERVACOM propone es observar y –en este caso la propuesta que vamos a hacer tiene que ver con esa idea– y empezar a abordar algunos aspectos de Internet relevantes. Porque no es lo mismo regular los servicios en Internet de transporte, por ejemplo, o de alquiler de alojamiento, que servicios audiovisuales. Estamos hablando de servicios totalmente distintos, con lógicas distintas. Incluso, los derechos a proteger son distintos. Si bien todos admiten regulaciones, en algunos alcanzará con comercio electrónico, en otros casos tenemos otras obligaciones.

En este tema de servicios audiovisuales e Internet, hemos trabajado bastante desde OBSERVACOM. Estamos en condiciones de presentar algunas propuestas que mi colega Santiago Marino puede hacer ahora y que, les comento, lo estamos hablando con organismos reguladores de la región. Estamos hablando con gente del IFT de México, de la Comisión de Comunicaciones de Colombia, del Consejo de Televisión de Chile. Estamos en conversaciones con ENACOM en la Argentina para poder avanzar en esto porque estamos conscientes de que estamos ante un fenómeno de un creciente uso y consumo de contenidos audiovisuales en Internet que ya están consolidados. No son nuevos servicios. En general, son empresas extranjeras que toman muchos recursos de nuestros países y los trasladan a sus matrices fuera del país. Entonces, claramente que hay temas impositivos y, en general, la discusión ha estado por el lado impositivo en la región. ¿Cómo les cobro el IVA? Si les cobro por un impuesto a la renta.

Quisiéramos encarar un enfoque un poco más amplio, que tenga en cuenta también cómo protegemos los derechos de niños, niñas y adolescentes en estos nuevos servicios. Porque el principio sigue valiendo. No hay que inventar nuevos derechos. Hay que ver cómo se aplica.

¿Cómo hacemos para proteger y promover la industria nacional audiovisual? Claramente, no puede ser lo mismo que en la televisión abierta. ¿Vamos a dejar de lado esa obligación para nosotros de promover la industria nacional audiovisual?

Sin duda alguna, abordajes y mecanismos distintos. Pero, el debate está arriba de la mesa y quisiéramos proponerles un documento con insumos. Obviamente, está para revisar. Es eso, Alfredo, señores...

–Contenido no inteligible.

Sr. Gómez Germano.- Hay que tener cuenta los antecedentes internacionales, algunas ideas que podrían orientar una regulación en este sentido.

Termino diciendo que OBSERVACOM es esto que acabo de decir. Es un

think tank, un tanque de pensamiento de alcance latinoamericano con oficina en Montevideo, Uruguay, pero con expertos en varios países de la región, entre otros, en la Argentina, que investiga, analiza e, incluso, capacita y asesora en estos temas que vinculan libertad de expresión, medios, Internet; proponiendo recomendaciones también y no solamente planteando los problemas, los diagnósticos sino sugiriendo alternativas. Eso es un diferencial. Hay muchos que critican, denuncian, pero hay poco de pienso para buscar soluciones y creo que los legisladores y legisladoras necesitan diagnósticos y estar conscientes de los desafíos, pero también tener alternativas. Y eso es lo que vamos a tratar de hacer en este momento.

Aquí redondeo mi presentación, agradeciéndote.

Sr. Presidente (Luenzo).- Voy a corregir un error mío cuando te presenté, que no fue como corresponde. Gustavo Gómez Germano es director ejecutivo de OBSERVACOM. Como decíamos, es especialista en libertad de expresión y regulación de medios e Internet y ha sido director de telecomunicaciones de Uruguay.

Ahora sí le vamos a dar la palabra a Santiago Marino, que es docente e investigador de la Universidad Nacional de Quilmes, de la UBA, de la Universidad de San Andrés y Universidad del Salvador. Es especialista en políticas y mercado del sector audiovisual e investigador asociado a OBSERVACOM.

Santiago, te escuchamos con mucha atención. Tomo el concepto que recién mencionaba Gustavo: estos son insumos para el trabajo. Esto es esencial. Insumos para un trabajo que tenemos que llevar adelante sin lugar a dudas.

Santiago, gracias por estar hoy con nosotros.

Sr. Marino, Santiago.- Buenos días a todas y todos los miembros integrantes de la comisión, senadores y senadoras de todo nuestro país. Muchas gracias, Alfredo, por la presentación y por la convocatoria para presentarles este trabajo que, como ustedes dicen, tiene la intención de ser un insumo para las discusiones regulatorias en la Argentina, en un ámbito que si bien hoy no es físico, es el ámbito de discusión con el objetivo de mejorar las condiciones democráticas del funcionamiento de nuestra sociedad y, en particular, en esta comisión, la cuestión en torno a la libertad de expresión y desarrollo de la cultura y la comunicación.

Muchas gracias, también, por la posibilidad de presentar y discutir de cara a legisladores y legisladoras que se especializan en esta temática dentro del funcionamiento de la comisión, de este trabajo que desde OBSERVACOM llevamos adelante desde hace mucho tiempo y que tuvo forma de un documento que intenta dar cuenta de la problemática general de los desafíos de la regulación de los servicios audiovisuales y que, como planteaba Gustavo –a quien le agradezco también–, se hace de cara a las legislaturas, organismos de aplicación y regulación de todos los países de Latinoamérica.

De hecho, cuando Gustavo comentaba, recordaba que entré a la cuarentena con un pasaje emitido a Guadalajara para participar por OBSERVACOM del festival de cine de esa ciudad, para discutir estas cuestiones que hoy nos tienen desde casa discutiéndolas en este ámbito. Pero esto nos plantea que es una problemática que trasciende nuestras fronteras, que tiene un diagnóstico parecido en materia de los dilemas para la comunicación, la cultura y la democratización.

Eso es lo que nosotros intentamos presentar en este trabajo, que es un diagnóstico integral sobre cuál es el problema y qué han hecho los diferentes países, incluyendo no solo los de América Latina, sino también los países europeos que han avanzado en esta cuestión, y una serie de posibles soluciones que, por supuesto, están abiertas a la discusión, al intercambio y a la mejora, y que tienen el

objetivo –insisto– de ser un insumo para una discusión que esperemos que apenas comience y que no sea un punto de llegada, sino un punto de partida.

Por último, también quiero agradecer a la Comisión por la posibilidad de que esté con nosotros una querida amiga y especialista en estas temáticas, Soledad Segura, de la Universidad de Córdoba, que nos va a permitir pensar lo que el trabajo aporta con una distancia que no es la de quien lo produjo, que eso les podrá a ustedes generar otros insumos. De nuevo, les agradezco por la posibilidad y el respeto para la participación.

Sabemos que así como los docentes y los investigadores tenemos intensificado nuestro trabajo desde casa, también sucede lo mismo con quienes integran el Senado. Nos parece muy destacable que se hayan hecho este espacio para discutir este tema que, por distintas cuestiones coyunturales, se vuelve muy significativo.

Paso a presentarles, para ser operativo, directamente cuestiones del trabajo. Nosotros realizamos este informe en base a un diagnóstico de una situación y con el objetivo de dar cuenta de posibles soluciones y propuestas para marcos regulatorios por venir y que, claramente, enfrentan el desafío de una situación que es móvil, que está como todo el tiempo cambiando, mutando, y que, por ejemplo, este contexto de pandemia global ha puesto aún más en la agenda del desafío por la cantidad de tiempo y de dinero que destinan las personas al entretenimiento, el consumo de bienes y servicios culturales. Lo hacemos enfrentándonos al desafío que presenta el modo en que el mercado ha expandido su desarrollo y las asimetrías regulatorias que los servicios audiovisuales en Internet exponen y presentan.

En la primera parte del informe, me gustaría destacar que nosotros hemos realizado el trabajo siguiendo los principios generales de los derechos humanos, que plantean que los derechos humanos reconocidos internacionalmente deben mantenerse en Internet. Es decir, esta transición que llevamos adelante desde nuestro mundo analógico al mundo digital sigue tutelada por los mismos derechos. El desafío está en adaptarlos a partir del reconocimiento internacional a ese espacio global en el que se constituye Internet. Justamente, el desafío es adecuar esos derechos reconocidos internacionalmente para que sean ejercidos efectivamente en el desarrollo *online*. Gran parte de nuestra vida está sucediendo en estos momentos en ese espacio y va a continuar así durante mucho tiempo, incluso, cuando logremos salir de esta pandemia y de este contexto.

Entonces, el camino es ese: adecuar los derechos al sistema *online*, no desconocerlos o anularlos, como por ejemplo, las cuestiones que se trabajan semanalmente aquí, en esta Comisión, como la libertad de expresión, el pluralismo, la no discriminación, la protección de los derechos de niñez y la adolescencia, los derechos a la privacidad, etcétera.

Eso incluye reconocer los derechos de las empresas que brindan servicios montados en la red, lo que conocemos como OTT, pero sobre todo los derechos de las audiencias en los derechos de las personas ante las empresas que ofrecen estos servicios, que tienen diferentes lógicas; algunos son servicios pagos y abiertos, otros son servicios onerosos y que demandan, además del pago por parte de las audiencias, la explotación de los datos personales. Entonces, estamos frente a un desafío ciertamente complejo.

Ahora bien, no dejamos de pensar que estamos frente al desafío de regular servicios culturales, y los servicios culturales no son cualquier mercancía, es decir, tienen una serie de distinciones que vuelven aún más compleja su regulación. Los bienes y servicios que ofrecen los OTT audiovisuales no son simples mercancías, y

esto ha sido reconocido por la Convención de la Diversidad de la UNESCO.

Son contenidos o soportes para la libertad de expresión, para las identidades culturales, la formación de valores y sentidos. Por eso es tan relevante, como lo plantearon Ricardo, Gustavo y el senador Luenzo en su diálogo al principio. Estamos hablando de mercancías con doble valor, valor material, valor simbólico y se ponen ahí en juego una serie de cuestiones, tanto la capacidad de producir sentido social, con una perspectiva nacional, como el hecho de garantizar fuentes de trabajo, libertad de expresión y capacidad de construir relatos.

Estos servicios culturales admiten un tratamiento diferenciado de otros bienes y servicios que también son usados y consumidos en Internet, y exigen regulaciones específicas. Esto que planteaba Gustavo: una cosa es regular el comercio electrónico y otra es regular los servicios audiovisuales en Internet.

A partir de allí, adelantamos alguna de las primeras ideas centrales que presenta el documento, que es identificar que una regulación única para los servicios audiovisuales en Internet –que podríamos reconocer como OTT por la sigla de ahora en adelante, es decir, servicios montados en la red que se explotan por esa vía– sería un error, porque lo que nosotros entendemos es que es necesario regular por servicios y no por tecnología, y que se diseñen normas comparables para servicios comparables. Esto implica adentrarse en la complejidad del mercado audiovisual y en los servicios audiovisuales en la red, porque ahí necesitamos reconocer que hay diferentes tipos de servicios. Necesitamos reconocer que hay diferencias entre los actores que ofrecen el mismo tipo de servicio. Hay actores dominantes, hay actores pequeños, hay actores que tienen un objetivo comercial y otros que tienen un desarrollo sin fines de lucro, que es un sector de una tradición muy significativa en América Latina, en todos los países de América Latina, y que también desplazan su actividad hacia el desarrollo en Internet.

También es necesario reconocer en esa idea central, que sería la primera, que es que no haya una regulación única para los OTT, que los derechos a proteger son distintos según el tipo de servicio.

En esa línea, entonces, vamos a una segunda instancia de la presentación que sería: ¿cuál es la estructura del informe que nosotros pretendemos que sirva como insumo para las discusiones de la comisión? Lo tienen disponible. Se lo hemos pasado a Diego Marquis y a los legisladores se lo podemos hacer llegar.

El informe expone un relevamiento de los debates que se han dado en Europa y en América Latina, en primer lugar. Sistematiza las recomendaciones sobre marcos regulatorios democráticos y adecuados al entorno digital.

El informe también reconoce que el debate que se ha dado tanto en Europa como en América Latina plantea una serie de desafíos al marco vigente. Esto que se mencionaba al principio: tenemos una regulación con una estructura muy potente para el sistema analógico, no todavía para el sistema digital y esto parece más significativo en la Argentina, donde la discusión del funcionamiento del sistema comunicacional ha estado en la agenda de la regulación de los últimos años, en la última década, y que necesita, por su centralidad en la vida social y su expansión comercial, una adecuación. Pero esto debe ser resuelto desde el Estado que ve, en esos debates que nosotros analizamos en el informe, cuestionada su capacidad regulatoria en este escenario digital.

Entonces, ahí hay una cuestión relevante a tener en cuenta. Una cuestión central de la dificultad de este debate es que, desde algunos sectores, lo que se ha puesto en duda es que el Estado cuente con esa capacidad regulatoria, que era algo que resultaba indiscutible en el escenario analógico. Nadie se animaba a decir

que el Estado no debía sancionar normativas para regular a los medios audiovisuales en el entorno analógico, por el uso del espectro, lo finito del éter. Todos argumentos que han sostenido durante mucho tiempo esa capacidad del Estado que hoy se ve discutida por algunos sectores y que nosotros entendemos es un elemento a profundizar. Es decir, el Estado debe regular y tutelar los derechos como los que aquí se trabajan: libertad de expresión, diversidad, pluralismo, en esa transición analógica.

Ahora bien, como estamos hablando de servicios audiovisuales, voy a hacer un alerta de *spoiler*, es decir, les voy a adelantar una especie del final de la temporada.

En primer lugar, la propuesta implica no desandar el camino más corto, que sería eliminar las normas vigentes, porque eso consolidaría las asimetrías que encontramos en el análisis que hoy ofrece el mercado y, a la vez, desprotegería a la ciudadanía. Digo esto, porque aquí tenemos el otro desafío relevante: identificar las formas para conducir el funcionamiento del mercado –que puede traer desarrollo de trabajo, capacidad productiva de las naciones, etcétera–, pero eso debe suceder tutelando a una ciudadanía que está desprotegida en la cuestión de sus derechos y que ha incorporado este tipo de usos sociales a su vida cotidiana. El Estado estaría llegando a conducir un desarrollo que debe, insisto, pivotar entre esas dos cuestiones.

El siguiente *spoiler* del final del cuento sería identificar que es necesario mantener los principios de regulación –derecho a la información, pluralismo, diversidad– que están por encima de las tecnologías. Para eso, proponemos que debe hacerse con una regulación que amplíe la perspectiva, por ejemplo, hasta en términos conceptuales. Es decir, deberíamos pasar de las concepciones de regular televisión a regular servicios audiovisuales, que tienen una expansión, ciertamente, compleja y un desarrollo que habría que tipificar y reconocer en diferentes normativas. Y dentro de esa ampliación de la concepción, habría que regular, específicamente, a los OTT audiovisuales –insisto, en esta idea que retomo de la presentación de Gustavo– que no estarían alcanzados por normativas que el Congreso pudiera sancionar para otras actividades que también suceden en el desarrollo digital, como el comercio electrónico, el alquiler de espacios físicos, etcétera.

En ese recorrido, alertando el final del trabajo –la alerta del *spoiler*–, nosotros entendemos que hay una serie de aspectos claves para un adjetivo que debe tener la regulación de los servicios audiovisuales, que es una regulación democrática. Hablamos de una regulación democrática de los servicios audiovisuales en Internet. Y esa regulación democrática debe incluir –a entender del trabajo–, las siguientes cuestiones: en primer lugar, la definición de los servicios regulados; es decir, tenemos que pasar de televisión a servicios de comunicación audiovisual. Esto implica adecuar la normativa vigente: si solo se regula TV abierta o TV paga, pero si excluye –según lo vigente– la oferta de servicios audiovisuales en Internet. Este punto lo podemos tratar después, porque es lo que pasa hoy en la Argentina, donde solamente hay regulaciones impositivas para los servicios audiovisuales en Internet.

Por otra parte, habría que ampliar la regulación a la definición de “servicios de comunicación audiovisual” sin importar la tecnología, es decir, pensando en el servicio más allá de la tecnología.

Esta regulación de servicios audiovisuales debería alcanzar a los servicios lineales en Internet –estamos hablando de la TV por *streaming*, de la TV por suscripción– y a los servicios no lineales, es decir, los servicios a demanda que, por

ejemplo, se están desarrollando en el mercado por paquetes. En efecto, uno es cliente de Netflix y, mediante su lógica de demanda, pagando un abono mensual puede acceder a esos contenidos. Pero también hablamos de la combinación de modelos de negocios, que expanden servicios integrales a demanda más el paquete por obra, que es lo que Disney piensa en comenzar a desarrollar. Disney todavía no ha llegado a la Argentina con su OTT Disney Plus, pero, a nivel mundial, ya empieza a pensar en cómo combina la cuestión de un paquete mensual más el pago por el acceso a determinadas obras.

Ahora, ese alcance de los servicios regulados no debería incluir los contenidos audiovisuales que acompañan páginas web de medios, de prensa y otros, cuando se trate de complementos y no sea su servicio fundamental, o los vídeos distribuidos en grupos cerrados o producidos y subidos por usuarios a las plataformas existentes en Internet. Es decir, debería quedar en claro qué es lo que estamos regulando a partir del tipo de servicio y comprendiendo ciertos alcances y límites que debe tener la normativa.

Hay algunas preguntas abiertas que, por supuesto, el documento no cierra y que implica tener interrogantes, tales como: si debería incluir las plataformas de intercambio y distribución de videos, como Youtube u otros. Al menos en una primera etapa, es posible, salvo que estas plataformas ofrezcan servicios propios que puedan ser catalogados como servicios lineales y no lineales. Ya estamos hablando del fin de la regulación y de la necesidad de ajustar y definir estos planteos.

Tenemos que reconocer, además, que esta discusión comienza cuando ya ha sido expandido el uso social y, entonces, hay que analizar que hay algunas ideas ya instaladas en el funcionamiento social y en el modo en el que se comunica el mercado como, por ejemplo, con la idea de que los servicios a demanda le han ampliado la capacidad de decisión a los usuarios. Me refiero a esto de que la capacidad de elección y el control que puede ejercer el usuario en servicios a demanda es mayor que en otros servicios audiovisuales. Ese es un argumento central y está claro. Cada uno de nosotros y nosotras que lleva adelante este tipo de consumo lo percibe.

Ahora bien, eso podría venir acompañado de la idea de que esto justifique una regulación más liviana o una adopción del mecánico de corregulación entre el mercado, el usuario y el Estado. Por ello, adquiere más relevancia la obligación de garantizar dispositivos tecnológicos para algunos mecanismos que deberían tutelar derechos, por ejemplo: control parental, exigencia de mayor transparencia y clasificación indicativa en los programas y servicios ofrecidos; una cuestión central que implica dar cuenta de la necesidad que tiene la regulación y de lo extendido que está el mercado y cuáles son las tesis que sustentan su desarrollo.

Por otro lado, la propuesta también indaga en establecer mecanismos de entrada al mercado; esto tiene que ver con pensar en mecanismos de simplificación de ingreso al mercado de jugadores no lineales. Para el caso de los lineales –como, por ejemplo, la TV paga–, habría que pensar en si se precisa autorización previa o bien una licencia. Para eso, entendemos que con el establecimiento de una autorización alcanzaría para que una OTT pudiera empezar a operar. Es decir, no debería exigirse un concurso o una licitación, sino el cumplimiento de determinados requisitos para que el operador ingrese en el mercado, esté encuadrado en el marco regulatorio y cumpla con algunas exigencias, que podrían ser: la tutela de algunos derechos, la garantía de producción propia, producción nacional, de equilibrio en la presentación en la interfase. En esta idea, habría que adaptar un modo con el que el

Estado ha actuado, históricamente, en el sistema analógico; porque en el sistema analógico el problema era la escasez del espectro como elemento articulador.

Otra cuestión central que entendemos debe incluir la regulación es la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes. Esto implica la identificación expresa y clara del contenido que puede ser nocivo para estos sectores de la población, el desarrollo de instrumentos técnicos de verificación de edad, cifrado de acceso, mecanismos idóneos de control parental. Es decir, siempre pensando que lo que estamos tutelando es una serie de derechos de la ciudadanía y que es obligación indelegable del Estado de hacerlo, más allá de la tecnología que se regule.

Por último, tendría que incluirse el modo en que la regulación debería tutelar la promoción de la producción nacional, estableciendo exigencias similares para los servicios lineales a los que tiene hoy el mercado de TV paga; la inclusión de porcentajes de catálogos de obras o de producción nacional y regional. Esto debería ir acompañado del establecimiento de lógicas para la adecuada visualización de esos contenidos en las plataformas. Una respuesta podría ser establecer un piso de producción local o regional, pero si eso no es acompañado de un lugar en la interfase, el usuario o la usuaria no se entera de que ese contenido está ahí disponible. Es decir, no alcanzaría solo con establecer pautas de producción.

Luego, hay una discusión que puede ser incluida en este marco regulatorio, en otros posibles o en la actualización de otros, vinculada con la inclusión de lo que estos jugadores podrían aportar para el Fondo Audiovisual que tiene cada país. Nosotros, en la Argentina, tenemos la tradición de un fondo para la producción cinematográfica, que hoy está en una crisis muy significativa, dada la necesidad de tener las salas de cine cerradas, etcétera; pero también ahí hay una cuestión de financiamiento a incluir. Asimismo, la generación de algunos mecanismos para la coproducción, la inversión en coproducciones u obras nacionales, etcétera.

Finalmente –y con esto cierro mi exposición–, existe la necesidad de identificar un organismo regulador que, con la misma lógica que en los otros espacios, debería ser independiente de gobiernos y de los actores regulados; que aplique la normativa desde una perspectiva del derecho y no desde la tecnología. Tiene que ser un organismo al que la normativa dote de capacidad y de recursos para imponer medidas regulatorias a los servicios que estén alcanzados por la jurisdicción nacional.

En definitiva, esta es la propuesta de OBSERVACOM: una regulación democrática y adecuada; un tratamiento específico a los OTT audiovisuales; una idea de pasar de televisión a servicios de comunicación audiovisual; el establecimiento de lógicas de tributación similar a los servicios similares y la promoción de producción, difusión y distribución de contenidos nacionales, incluyendo la tutela de derechos de espacios específicos, como niños, niñas y adolescentes. Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Santiago.

Vamos al cierre. Luego, si hay inquietudes de los senadores, obviamente vamos a compartirlas en el cierre.

Pero antes quiero presentar a la doctora María Soledad Segura, profesora de la Universidad Nacional de Córdoba, investigadora del CONICET y especialista en políticas públicas de comunicación.

Soledad: gracias, también, por acompañarnos en este mediodía.

Sra. Segura.- Hola. Buenas tardes. Muchas gracias, Alfredo, por la invitación, y muchas gracias a los senadores y las senadoras de la comisión de comunicaciones.

Felicitaciones a OBSERVACOM por la propuesta; a su autora, Ana Bizberge, y sus autores, Gustavo, Santiago y João Brant, por el trabajo que hicieron, porque realmente considero que produjeron un insumo fundamental para la discusión y la formulación de regulaciones de servicios audiovisuales en Internet.

Mi presentación va a tener dos partes. En primer lugar, quisiera subrayar algunos de los principios en los que está basada esta propuesta y de los principales desafíos que identifica. La segunda parte está más centrada en pensar las posibilidades de una propuesta así en Argentina y cuáles son ya las trayectorias que tenemos en el país y que van en esta línea, que podrían ser retomadas para abordar una regulación de este tipo; y, también, preguntarnos si es el momento, ahora, para pensar en una difusión o un debate de una normativa sobre este tema, en medio de la emergencia sanitaria que estamos viviendo y de la tremenda crisis económica también.

Comenzando por los puntos de partida, entiendo que compartimos los presupuestos que voy a subrayar y que el documento ha presentado. Pero, también, teniendo en cuenta la historia de las políticas de comunicación en la Argentina y en la región –en América latina–, nunca está de más volver a pasar el resaltador sobre estos temas.

En primer lugar, en una democracia es necesario regular las asimetrías de poder para que las voces de todos los sectores sociales –y más en un país tan diverso, como el nuestro– puedan expresarse y ser escuchadas en el espacio público. Lo audiovisual –como dijo Santiago y como dice el documento– es soporte de la libertad de expresión e incide en la opinión pública; y que, por lo tanto, lo que estamos discutiendo es que lo que hay que proteger es un interés público. El tema es quién y cómo lo protege.

Ya sabemos que el mercado no es democrático; que el mercado consolida las asimetrías; que en él impera la ley del más fuerte y que, además, libra su propia disputa –como también lo marcan en el documento– entre las empresas de telecomunicaciones y las de Internet, entre las empresas de televisión y las de servicios audiovisuales por Internet, entre las nacionales y las globales, etcétera.

También sabemos que la sociedad civil, por más movilizadora y organizada que esté –como es el caso de la sociedad civil argentina–, tampoco puede hacerlo por sí sola.

Si estamos aquí discutiendo esto, en este ámbito, compartimos que es el Estado el que tiene un papel central que cumplir en la regulación de las OTT, en representación de los ciudadanos y frente a ese otro actor poderoso, que es el mercado, para promover la diversidad de la oferta y facilitar el acceso a estos bienes culturales.

También estoy segura de que compartimos que las regulaciones no lo solucionan todo. Sabemos que mucho depende de cómo después son implementadas por el Poder Ejecutivo y, también, de en qué medida son acatadas o no, sobre todo, por los actores comerciales poderosos. Sin embargo, coincido con el planteo que hace el documento de OBSERVACOM y que mencionó Santiago, respecto de que tener esta conciencia no implica dejar las regulaciones de lado. Porque las normas son las que dan el marco necesario para la implementación de las políticas públicas y las acciones legales del Estado y de las empresas, pero también son las normas las que dan el marco necesario para el debate público y para las potenciales demandas y los potenciales reclamos que pudieran presentar los ciudadanos. Como dicen en el escrito, regular es, fundamentalmente, un acto necesario para garantizar derechos.

Si estamos en una comisión del Congreso recibiendo un informe de una organización social internacional de la región –que fue realizado, además, a pedido de una organización intergubernamental, como UNESCO, y cuyos autores y autoras son, en su mayoría, investigadores universitarios–, estimo que también estaremos de acuerdo con el rol relevante que tienen, en este proceso de formulación de normativas sobre comunicación, las organizaciones de la sociedad civil progresistas en materia de derechos digitales, los organismos internacionales y la academia. Hablo de un rol relevante en tanto pueden funcionar como aliados; como legitimadores de las propuestas de regulación; como técnicos que pueden colaborar en la formulación de proyectos o de acciones de discusión, de divulgación y de formación de la opinión pública. Porque estas modificaciones, sobre todo en consumos que –como decía Santiago– ya están instalados en nuestra sociedad y están en constante crecimiento, necesitan, también, obtener respaldo y consenso social. Porque, además, los actores que están enfrente son muy poderosos, como también marcó Gustavo al principio.

Además, hay otros elementos que no están dichos en el informe pero que tal vez podrían considerarse y que van en la misma línea, como la posibilidad de establecer estrategias de cooperación regional que apunten a potenciar los recursos culturales de cada una de las naciones de nuestra región, como plantean algunos otros especialistas en estos temas, entre ellos, el también argentino Fernando Krakowiak.

Coincido, por supuesto, en que el paradigma regulatorio debe seguir siendo el de los derechos humanos. En ese sentido, se deben aplicar a estos servicios audiovisuales en Internet los mismos principios que los otros servicios audiovisuales analógicos: los de protección y promoción de la industria y el trabajo audiovisual nacional independiente; los de la producción, difusión y divulgación de los contenidos nacionales; los de las lenguas que hablamos en la Argentina y de la enorme diversidad cultural de nuestro país; los de protección y no discriminación de niños, niñas y adolescentes, personas con discapacidad auditiva y también las mujeres –que es algo que el documento no menciona, pero en lo cual en Argentina tenemos mucha trayectoria en términos de debate y de regulación–; los derechos de usuarios y consumidores y los de protección de la privacidad de los datos personales.

También es necesario no solo pensar en las iniciativas comerciales, sino también en la necesidad de fomentar las público-estatales, como Cont.ar y Cine.ar, y también propiciar el surgimiento y desarrollo de iniciativas sin fines de lucro.

El documento también plantea los enormes desafíos que esto enfrenta –que mencionaron ya Gustavo y Santiago–, como estas plataformas de contenidos que operan a escala global y fuera de nuestro país, que ponen en fuerte cuestión, justamente, el papel de los estados y su capacidad de regulación soberana. Y el otro gran desafío es cómo traducir estos principios generales en soluciones legislativas y regulatorias concretas, que estén adecuadas a estas tecnologías y que también tengan en cuenta y consideren lo que mencionó Santiago en su exposición, que son las ideas y usos que sobre estas tecnologías ya están acendradas y expandidas en la población, en quienes consumimos estas plataformas.

La segunda parte de mi planteo es: ¿qué es lo que ya tenemos en la Argentina en este sentido? ¿En qué podemos basarnos para avanzar? ¿Qué es lo que podemos retomar para no partir de cero?

Creo que nuestro país ya tiene muchos avances en nuestro debate. Ya hemos discutido públicamente y de manera muy abundante, en las últimas décadas,

sobre libertad de expresión y servicios de comunicación audiovisual. Ese debate, además, fue un debate que excedió a los poderes del Estado, a las organizaciones sociales y a las universidades que nos dedicamos específicamente a estos temas, para instalarse en la opinión pública, para instalarse en la ciudadanía en general. No solo se instaló el tema, sino que también se instaló el marco interpretativo, o sea, cuáles son los límites en que vamos a dar ese debate. Y se instaló este marco interpretativo de pensar a la comunicación como un derecho humano. Creo que ese es un primer punto a favor que tenemos en la Argentina: dónde hacer pie para dar este debate.

El segundo, son los avances regulatorios con los que contamos. Ya hemos regulado por tipo de servicio; esto que mencionaba Santiago de si pensar la regulación por tipo de servicio o por tipo de tecnología o soporte. Nosotros ya hemos regulado por tipo de servicio, cuando, en 2009, se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Aun con las idas y vueltas regulatorias, porque en 2015, con el decreto de necesidad y urgencia 267, volvimos a la regulación por tipo de soporte al pensar la televisión de pago como telecomunicaciones, se trata también de una discusión que ya conocemos, con fundamentos muy desarrollados tanto en el Congreso, como en las universidades y organizaciones que trabajan el tema.

También, con la sanción de la ley audiovisual se establecieron medidas de protección y promoción de la industria y el trabajo audiovisual nacional y de la lengua y la cultura nacional, regional e independiente –mediante las cuotas de pantalla, tributos que van destinados a fondos de fomento–, así como también medidas de protección de derechos de las personas vulnerabilizadas –niñas, niños, mujeres, etcétera– y medidas de accesibilidad, entre otras.

También tenemos –lo mencioné antes– la ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres, vigente desde 2009, que define y caracteriza con mucha precisión la violencia simbólica.

En términos regulatorios, me parece que nos quedan algunos pendientes que están conectados con esto, como la necesidad de actualizar –la que fue nuestra pionera– la Ley de Protección de Datos Personales. Ahora requiere actualizaciones para dar cuenta de los nuevos desafíos que presentan las posibilidades tecnológicas. Esto facilitaría, también, la protección de datos personales en la regulación de estos servicios audiovisuales por Internet.

Entonces, tenemos avances en debate y avances en regulaciones. Y el tercer punto que me parece importante considerar para hacer pie son las instituciones estatales con participación social en políticas de comunicación, que se crearon en los últimos años y ahora se están fortaleciendo nuevamente. Por ejemplo, la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia. Me parecen instituciones importantes para discutir y proponer políticas de comunicación audiovisual en la línea que aquí se planteó, porque han acumulado mucha experiencia en estos temas durante los últimos años y tienen prestigio internacional para hacerlo.

El cuarto punto, como nuestro *background* a favor para avanzar en estos temas, es que tenemos experiencia estratégica en la formulación de políticas de comunicación en este sentido. Es decir, tenemos experiencia en articulación entre legisladores y organizaciones sociales y entre académicos y organismos internacionales. Además, tenemos experiencia en consultas públicas y abiertas a la ciudadanía sobre estos temas, en particular en el Congreso, con las audiencias públicas. También hemos construido consensos entre otros actores.

Entonces, tenemos estos cuatro ítems: debate, regulaciones, instituciones estatales con participación social, y experiencia acumulada en estrategias colaborativas con amplia participación para construir estas políticas públicas en la Argentina.

Voy a mi último punto, que es: ¿por qué ocuparnos de esto aquí, en la Argentina, ahora, en plena emergencia sanitaria que nos dio vuelta el país y la cotidianeidad a todos y a cada uno de nosotros; y en medio de una crisis agravada, además, por la emergencia sanitaria? ¿No tenemos problemas más importantes? Sí, tenemos problemas gravísimos, muy importantes. Pero considero que este no es otro problema, sino que es parte de estos mismos problemas. ¿Por qué? Porque el consumo de servicios audiovisuales en Internet ya era muy alto en nuestro país. El CEO de Netflix dijo, cuando estuvo en febrero de este año en la Argentina, que tienen 4,5 millones de suscriptores. Esos son solo los suscriptores, pero la cantidad de personas se incrementa por los usuarios que comparten las suscripciones. Por ende, la Argentina es uno de los diez países con mayor consumo de Netflix en el mundo. Además, es uno de los consumos que, en tiempos de restricción económica, cuando las familias buscan reducir sus gastos, los argentinos y las argentinas más nos resistimos a dejar. Dejamos consumos de alimentos y de ropa antes que el consumo de estas plataformas, según demostraron datos de encuestas de mayo del año pasado. Además, sabemos que, siguiendo la tendencia en el mundo, durante la pandemia, el aislamiento y el distanciamiento social, preventivo y obligatorio, estos consumos se incrementaron aún más.

Entonces, ahora es más urgente todavía esta regulación para proteger a los ciudadanos, en tanto públicos que precisan diversidad, protección de su cultura nacional, no discriminación, respeto; en tanto personas con necesidad de que su privacidad y sus datos sean protegidos; y en tanto consumidores que requieren cumplimiento de contratos, calidad de servicios, precios accesibles, etcétera.

También es una regulación –como planteaba Gustavo al principio– que es fundamental para todo país en desarrollo –y más para uno como el nuestro, con los problemas económicos que estamos atravesando–, para evitar que el dinero de quienes consumen estos servicios salga en su totalidad del país, que no vuelva, ni siquiera en parte, como tributos, fomentos, empleos, inversiones. Asimismo es una ley que se necesita para promover la industria cultural nacional, y generar empleo en esta industria de manera directa y, en otras, de manera indirecta. Es una industria que es muy importante en la Argentina en términos económicos y, también, en términos simbólicos, y que está enfrentando una crisis muy seria.

Para cerrar, quería decir además que, en una América latina que tiene –como mencionan en el documento y comentaron Gustavo y Santiago– debates todavía muy incipientes sobre regulación de estas plataformas, la Argentina tiene la oportunidad también de asumir un rol protagónico y de avanzada en la región en materia de regulaciones progresistas de la comunicación pública, recuperando así una tradición larga que tiene junto con otros países, como Uruguay, Brasil y México, en algunos aspecto de estos temas.

Nuestro país se caracteriza por su debate público apasionado y vibrante. La fortaleza de nuestra democracia se mide también por el vigor de esas discusiones públicas. Y eso es posible, entre otras razones, por la calidad de las regulaciones que tenemos en materia de libertad de expresión. Sin embargo, los desafíos planteados hoy por las tecnologías y el mercado nos obligan a dar un paso más allá si no queremos, por inacción, perder lo que ya hemos ganado.

Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias. Excelente, muy claro lo tuyo. Absolutamente, muy claro.

¿Alguno de los senadores tiene alguna consulta para poder interactuar, para buscar algún elemento en estos insumos que queramos aportar desde la comisión para trabajar en un marco regulatorio? Creo que está claro que este tema es fundamental. Lo están discutiendo en el mundo, pero nosotros tenemos nuestra propia dinámica para poder hacerlo.

Si hay algún senador que tenga alguna consulta, con gusto lo escucharemos en este primer foro de intercambio de opiniones.

El senador Parrilli quiere hacer un aporte. Lo escuchamos.

Sr. Parrilli.- Tengo una pregunta, a raíz de un hecho que ha sido público en el día de ayer. Quiero saber qué opinión tienen ustedes con respecto a eso y si hay alguna legislación extranjera o alguien que lo esté previendo. Precisamente, me refiero al uso que se hace a veces por parte de *trolls* y a veces por los mismos usuarios de las distintas redes sociales, menoscabando, desprestigiando, desacreditando a personas, quienes a veces quedan absolutamente imposibilitadas de cualquier defensa y de cualquier posibilidad de hacer algo.

Me refiero, concretamente –ustedes, obviamente, deben estar al tanto–, a lo que planteó ayer la actual vicepresidenta, Cristina Kirchner, con respecto al reclamo que está haciendo a la empresa Google en función de una publicación y una comunicación que se estaba haciendo por parte de la empresa con referencia a ella.

Esto no es nuevo; creo que hay muchos casos. Obviamente, el de ella es muy notable por lo que ella significa. Pero hay muchos. Sé de algunos que han ido a la justicia que han merecido alguna noticia.

Primero, quiero saber qué opinión tienen ustedes: si eso es regulable o no, si se puede controlar, si ya hay estados que lo estén controlando, y cuáles debieran ser las medidas o las acciones a tomar para evitar eso.

Sr. Presidente (Luenzo).- Queda abierta la pregunta –Soledad, Santiago o Gustavo– para quien quiera responder. Quedó planteada la inquietud.

Sr. Gómez.- Muchas gracias.

Sin extenderme demasiado, quisiera responder algo respecto de la situación general de este tipo de casos más que del caso en particular.

La protección de los derechos de las personas, en general, se mantiene en nuestra legislación y no admite diferencias por cuestiones tecnológicas. Es decir, si nosotros queremos proteger el derecho al honor y la reputación de una persona, en nuestra opinión no es necesario establecer legislación nueva para respetar ese principio, como hablábamos recién respecto del derecho de niños, niñas y adolescentes. Ahora, no son un elemento menor los desafíos que plantea la aplicación efectiva de la protección de ese derecho en los nuevos entornos tecnológicos.

Desde el punto de vista conceptual, en América latina, esos derechos están protegidos. Y lo que necesitamos es buscar mecanismos de aplicación efectiva de ese derecho reconocido. Y el del honor y la reputación es uno de ellos.

Segundo elemento importante: las plataformas de internet –en particular, las más grandes– tienen una dualidad de actuación. Por un lado, son un espacio donde nosotros mismos u otras personas, publican determinados contenidos: textos, gráficos, videos. En nuestra opinión, si la plataforma no tiene nada que ver con el contenido publicado por ese tercero, no debería tener responsabilidad objetiva. Es un principio general en la legislación general, y en los estándares interamericanos en materia de libertad de expresión en Internet, que las plataformas no son

responsables objetivamente por un contenido publicado por un tercero que use esa plataforma, en tanto no se niegue a aplicar una orden judicial al respecto o no tenga algún tipo de intervención en ese contenido.

Este tipo de casos es interesante y lo vamos a seguir muy de cerca por lo que implica. Insisto, no he analizado la situación concreta, es decir, quién tiene razón. Pero lo que está planteado acá es si hubo o no una intervención de algún tipo de editorial. Permítame que lo diga entre comillas, porque si bien la plataforma no es necesariamente igual a un medio de comunicación, sí interviene de alguna manera en cómo se visualizan los contenidos que esos terceros publican. Una cosa es que diga que no tiene responsabilidad legal sobre el contenido de un tercero, y otra es que diga que no tiene ninguna responsabilidad. Ahora bien, si la plataforma tuvo algún tipo de responsabilidad en la forma en que ese contenido se visualizó o no, si de alguna manera incidió en que se pusiera más arriba o abajo en materia de visualización, eso es lo que estamos discutiendo. En ese sentido, todavía hay muy poca cosa.

Hay mucha protección en Estados Unidos a partir de la ley de decencia en las comunicaciones, la cual les permite una inmunidad –casi impunidad– muy grande a las plataformas para hacer lo que quieran en materia de moderación de contenidos. Nosotros somos de la idea –será para otra discusión– de que algunos límites y algunas responsabilidades tienen que tener. Pero no por el contenido posteoado por un tercero, sino cuando intervienen en la presentación, en la selección, en la edición de ese contenido puesto a disposición pública, que es un poco lo que vamos a estar mirando en este caso en particular.

Espero haber respondido con tan breve tiempo.

Sr. Parrilli.- ¿María Soledad o Santiago tienen alguna otra respuesta respecto de esto?

Sr. Marino, Gustavo.- Me permito agregar que la dificultad que va a exponer el caso, por la relevancia política de la denunciante y la visibilidad que adquiera quizás acelere algunos procesos de discusión pública y política respecto de una situación que es la regulación de intermediarios y la diferencia entre medios de comunicación tradicional y plataformas, lo cual, en la Argentina, tuvo una discusión muy profunda en virtud de un par de casos emblemáticos, como el de Belén Rodríguez y algún otro más, como el del compañero de ustedes, el exsenador Jenefes, en otra situación específica.

Es una discusión que se viene. No soy especialista en esa temática en particular, y por eso anticipo mis limitaciones. Pero es algo respecto de lo cual el Estado tendrá que estar atento, más allá de la resolución judicial a la que se llegue en este caso. Porque me parece que es otro gran ejemplo de eso que planteábamos con relación al proyecto específico, y que Observacom propone, respecto de la regulación de los OTT, que es cuando se pone en discusión la capacidad de los estados de establecer marcos normativos para el funcionamiento de la comunicación y la cultura.

La dimensión de los actores involucrados –lo vimos la semana pasada en el caso de Estados Unidos, en el momento que comparecieron frente al Senado los dueños de las GAFAs– identifica la dimensión del problema. Estamos ante un escenario en el que está en discusión esto que me parece que es lo que marcaba Gustavo, y que yo complemento, que es la pregunta de si las plataformas hacen algo más que dar visibilidad a contenidos de terceros en el caso de información respecto de figuras públicas o no públicas, y en el caso de la configuración de contenido al que la ciudadanía puede acceder o no.

Es una cuestión sobre la que hay que estar atentos. Hasta ahí mi apreciación.

Sr. Presidente (Luenzo).- Soledad.

Sra. Segura.- En la misma línea que Gustavo y que Santiago.

Gustavo planteaba, y con razón, que la tendencia –la línea con la cual coincidimos– es que, en principio, no tienen responsabilidad por lo que publican terceros. Pero, como también dice Santiago, hay que ver hasta qué punto realmente no intervienen de ninguna manera en que ciertos contenidos sean visibles o no.

Coincido con el punto que planteaba Santiago sobre la oportunidad también en términos de debate –era una de las cuestiones que yo mencioné también en mi exposición–, cómo estos casos y la relevancia que tienen los actores intervinientes nos presentan una oportunidad para discutir, para entrarle a la discusión pública sobre estos temas y, eventualmente, avanzar con los desarrollos desde el Estado.

Sr. Presidente (Luenzo).- Edgardo: me habías pedido la palabra.

Teresa también me la estaba pidiendo.

Sr. Kueider.- Un comentario cortito nomás.

Tengo casi terminadas varias iniciativas que tienden a tratar de intervenir en este asunto. Una de ellas tiene que ver con que si bien es cierto que nosotros no podemos atacar a la red social, porque es una plataforma donde los usuarios son los que quizás escriben y publican cosas que pueden ser agraviantes, las redes sociales, las plataformas, tienen que brindar y facilitar todas las herramientas de identificación de los usuarios. Pero eso no es tan sencillo; no sucede de forma sencilla.

Una de las leyes tiende a eso. Y ahí sí le cabe una responsabilidad a la red social. Estoy trabajando para actuar desde el punto de vista penal –es más complejo– y también desde las regulaciones que tiene el Estado nacional a través del ENACOM y de otros organismos de control en el caso de incumplimiento.

Después, estoy trabajando en otra que tiene que ver con la difusión de noticias falsas dentro del espectro digital. Y en otra que tiene que ver con el tema de las cibertropas, esto de los *trolls* que es parecido o tiene relación con la que le mencionaba al principio. Pero que también es algo que se utiliza habitualmente por determinadas personas para generar y difundir determinado tipo de información para impulsar o instalar cuestiones positivas, pero también para agraviar o causar otro tipo de daños. Por lo tanto, la idea es también regular ese aspecto.

Le voy a alcanzar a Alfredo, como presidente de la comisión, estas iniciativas antes de presentarlas, para que quizás puedan discutirse, incluso, a nivel bloque o con el Ejecutivo.

Me parece que nosotros tenemos que avanzar en algunas cuestiones. Yo creo que algunas cosas se pueden hacer. Por supuesto, el límite de esto siempre está dado por la cuestión de la libertad de expresión y todo lo demás, que es lo que tenemos que atender. Por eso es que tenemos que ser cuidadosos a la hora de redactar estas iniciativas, porque después nos van a salir a decir que estamos atacando a la prensa, la libertad de expresión y demás.

Creo que nosotros los argentinos, en general –no voy a hablar de otros países–, tenemos una facilidad enorme para agraviar al prójimo. Es tan gratuito hablar del otro, acusar, calumniar y demás. Es tan fácil hacerlo que la verdad es que tenemos que cambiar esa lógica, porque lo único que hacemos es desprestigiar a nosotros como sociedad. Nosotros mismos nos desprestigiamos, permanentemente. Así que tenemos que cambiar esa lógica, y me parece que a través de algunas regulaciones y de algunas modificaciones al Código Penal y a otras leyes podemos llegar a marcar algún rumbo en ese sentido.

Sr. Presidente (Luenzo).- Por supuesto, esa es la idea.

Lo decía Soledad. Creo que en algún momento dimos un ejemplo, cuando discutimos abiertamente la ley de contenidos audiovisuales. Creo que tenemos que ir hacia lo mismo. Y lo que estamos demostrando en este primer paso es eso.

Creo que hay mucho por debatir. No sé si es necesario a esta altura crear un fuero digital; me parece que sería conveniente. La rapidez para remover –como vos decías– el material dañino que circula de todo tipo. Observen lo que ha pasado, en el marco del COVID-19, con la difusión de noticias que no tenían absolutamente nada que ver con una solución ni un medicamento.

Así que hay mucho para hacer. Creo que estamos con los insumos primarios, todavía, para poder encaminar todo este debate. Y la comisión creo que tiene que ser el ámbito entre todos para debatirlo y encontrar la mejor solución.

Tenía una consulta para hacer la senadora González.

Sra. González, María Teresa.- Creo que todos y todas estamos yendo hacia la misma línea en cuanto a preguntas. Me quedo con dos o tres puntos que plantearon Santiago Marino y también Soledad Segura.

Precisamente, ellos hablaban de los mecanismos con respecto a la regulación en el mercado y el tema de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Y, por sobre todas las cosas, me quedó algo que es la identificación de un organismo regulador desde el punto de vista del derecho. Eso lo había dicho Santiago Marino. Sobre ese punto, me gustaría ahondar un poco más si es posible, o por lo menos avanzar.

Con respecto a María Soledad Segura, también en su exposición habló de la regulación de las asimetrías del poder. Y un factor común en los tres es la protección del interés público y, por sobre todas las cosas, la protección a los ciudadanos y a los consumidores.

Nuevamente, caemos en un factor común que es identificación de un organismo regulador desde el punto de vista del derecho. Ese sería el punto acerca del cual me gustaría, si se puede, ahondar un poco más. Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Teresa.

Creo que gran parte de la consulta va orientada hacia Santiago.

Sr. Marino, Santiago.- Muchas gracias, senadora.

Voy a agregar una cosa antes, muy breve. Quiero repasar una idea que marcó Soledad –porque no lo hice en mi exposición– que es el trabajo en equipo. No soy el responsable único del documento que presentamos. Es un documento que elaboramos en equipo junto a distintos investigadores de diversos países, como mencionó Soledad. Quiero marcar eso, y que solo me tocó exponerlo aquí.

En relación con la pregunta, específicamente, también me apoyaría en algo que mencionó Soledad: la existencia de una tradición –en realidad, quizá sea demasiado utilizar la palabra tradición–, de una novedad que trajo la discusión, en la última década en la Argentina, del diseño de un conjunto de instituciones que han intentado cubrir ese vacío tradicional– el vacío es tradicional, no el desarrollo de esas instituciones– de organismos que, con diferentes configuraciones, han contribuido a volver más compleja la trama con la que el Estado puede abordar estas cuestiones.

Por un lado, fue la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual –en la ley de 2009– y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, que es una de las organizaciones modelo a nivel mundial y que deberá retomar su camino –ahora que la comisión ha designado a una defensora, nuevamente–, porque no hay muchos antecedentes de ese tipo.

Tampoco hay mucha recomendación ni mucho modelo a seguir a nivel mundial de este fenómeno. Porque es un fenómeno novedoso.

Es decir, ¿hay una solución convergente para las instituciones? Es una respuesta difícil de realizar. Hay países que han diseñado organismos reguladores convergentes y que no resuelven el problema. Y hay países que siguen trabajando con organismos dedicados unos, específicamente, a telecomunicación y otros, específicamente, a la radiodifusión, y siguen con los mismos problemas.

Creo que hay mucho por hacer. Me parece que el camino que ha seguido la OFCOM es muy interesante, que es no crear un nuevo organismo sino adjudicarle nuevas tareas y nuevas capacidades, incluyendo la del análisis, el diagnóstico, la sistematización de investigación y el financiamiento para la investigación de esos comportamientos sociales y de los mercados, que Soledad describió con más detalles en su presentación.

Me parece que el Estado no debería descansar solo en las investigaciones que hacemos los investigadores de las universidades, que hay mucho por hacer ahí también, porque, efectivamente, este es un objeto que se mueve.

Entonces, tiendo a pensar que es central que haya un organismo público que sea autónomo respecto de los gobiernos y del sector del mercado. Pero que contemple la participación ciudadana, con esa tradición que sí reconozco en el planteo que hace Soledad: la ciudadanía, los distintos estamentos, las universidades, que han aportado a lo mejor que desarrollaron los organismos públicos en el país. Siempre identificando que tienen que ser guiados por la defensa de los derechos de la ciudadanía, en tanto que involucrados en el debate público – es decir, la protección de su libertad de expresión, pluralismo y diversidad–, en tanto que usuarios y consumidores. Tampoco es algo que debemos dejar de incluir en la agenda la necesidad de que se protejan los derechos de los usuarios y consumidores. Pero, también, en tanto la garantía de que se tutelen esos derechos más allá de dónde residan las personas. En la Argentina está muy condicionada la capacidad de que sus derechos estén garantizados, no solo por su capacidad económica, sino también por dónde habiten. Es decir, si uno vive en una localidad pequeña de la provincia de Buenos Aires, o del interior de la provincia de Córdoba, es muy complejo que tenga la misma capacidad de acceso a desarrollos de tecnología. Luego de lo cual, habría que ponerse a discutir sobre los otros derechos a tutelar.

Entonces, insisto en esa idea. Creo que hay que ir hacia un camino de fortalecimiento de las instituciones preexistentes. Siempre subrayando la necesidad de que sean autónomas de los gobiernos de turno y del mercado, e incorporándole capacidades, como por ejemplo la capacidad de investigación y diagnóstico respecto de una situación que se mueve de un modo tan constante y –de nuevo insisto con una idea que planteé al principio– donde la capacidad del Estado está puesta en discusión. O sea, los actores del mercado ponen en discusión que sea el Estado quien deba resolver estas cuestiones o tomar decisiones. Hay una idea que podríamos reconocer con una especie de eslogan: la convergencia nos hará libres e iguales. Entonces, como eso va a pasar mediante la tecnología, el Estado no tiene mucho por hacer. Yo creo que es una idea que sostienen los actores del mercado, que es afín a sus intereses y que se combina con la capacidad de incidencia en el desarrollo.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Santiago.

Tiene la palabra Oscar.

Sr. Parrilli.- Simplemente, quiero comentar lo siguiente. La verdad es que no tengo la respuesta, creo que hay que buscarla. Lo que hay que tener en claro es en qué situaciones vamos a buscar respuestas. Obviamente, primero tenemos que garantizar que no haya ninguna disposición o medida por parte de los poderes –en este caso, el poder estatal– limitando el derecho de las personas a la libre expresión de las ideas. Es decir, que nada limite eso. Pero no es solamente el Estado el que limita eso. Hoy, son más poderosas las corporaciones internacionales que los estados; no solamente las corporaciones financieras. Nosotros lo estamos viendo con lo que está pasando con la deuda. Hoy tiene más poder un acreedor que un ministro de Economía de un país.

Ya lo estamos viendo con los medios de comunicación. Hoy, los medios de comunicación tienen mucho más poder que muchas veces los estados. Al igual que el nuevo actor que surgió que son las redes sociales, que son dueños, señores y empresarios que lo único que buscan es el rédito y no les importa absolutamente nada de los demás.

Entonces, creo que, en realidad, los estados hoy se están constituyendo en un resguardo de esos abusos. En algún momento había que organizarse para evitar los abusos del Estado. Y hoy tenemos a los estados como los únicos que puede ser el límite a los abusos de los grupos financieros, los grupos mediáticos y las redes sociales. Hoy son las redes sociales, pero hacen 20 o 25 años atrás, eran *Clarín* y la televisión, que eran lo mismo. Es decir, dinamitaban la imagen de una persona, independientemente de si había razón o no, y "andá a cantarle a Gardel" después.

Hay una anécdota que no sé si es cierta, pero a mí me la contaron; a lo mejor Luenzo se acuerda. Falleció, en el año ochenta y pico, un senador del Chubut cuyo nombre no recuerdo. Entonces, se reúne el comité editorial del diario *Clarín* a las 7 u 8 u ocho de la tarde: "¿Ponemos la noticia, no la ponemos?", "¿Tenemos espacio, no tenemos espacio?". Comienza la discusión, había muerto y había que poner la noticia. ¿Qué fue lo que dijeron?: si no sale el *Clarín*, no murió. A ese nivel de soberbia. Ellos eran los que determinaban la realidad.

Yo tengo miedo de que hoy pase lo mismo con las redes sociales y estos grupos. Además, ¿cuántos son? ¿Cinco, diez...? ¿Cuántos son los grandes dueños que determinan esto? ¿Cómo ordena Google? Yo busco una computadora y al día siguiente me llegan diez publicaciones. ¿Por qué me llegan diez? ¿No tengo derecho a que no me lleguen? Si yo busqué una computadora, por qué tengo que ser víctima de que haya ahora una catarata de cosas que me llegan y me distraen, si yo no quiero ver propaganda de computadoras.

Entonces, a mí parece que hay que tener valentía, decisión y convicción para saber que estamos frente a poderes mucho más poderosos que los estados y mucho más poderosos que los gobiernos. Tenemos la responsabilidad de hacerlo. No sé la medida. Lo que digo es que no podemos decir "¡Ah, no, libertad, libertad!". La libertad de comercio, también; y así nos endeudaron. Así mueren chicos por falta de alimentos, porque también eso tiene consecuencias.

En ese sentido, reitero: hay que buscar la respuesta de una manera que no violente ningún derecho, pero que no permita abuso y que no permita lo que hoy está permitido y de la manera en que se está haciendo.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Gracias, Oscar.

Gustavo quería hacer una acotación.

Sr. Gómez.- Nosotros tenemos una propuesta en este sentido que, justamente, lo que plantea es cuáles serían los límites al poder que tienen estas grandes plataformas en materia de moderación de contenidos en Internet. Es una propuesta

construida por unas diez organizaciones en la región, con algunos expertos de Argentina, como Martín Becerra o Guillermo Mastrini, pero también con organizaciones y expertos de otras partes de la región. No es el momento ahora y no quiero abusar, pero nos encantaría poder hacérselos llegar a través del senador Luenzo para que lo miren. Ataca, justamente, este tema: cómo poner límites a posibles abusos de una regulación privada que está por fuera de cualquier control democrático, de forma tal de que eso no signifique una afectación a derechos fundamentales como la libertad de expresión. No sé si lo hemos logrado, pero ese es el punto.

Sr. Presidente (Luenzo).- Hay que encontrar un superyó en el ámbito digital, nuevamente.

Alberto Weretilneck también quiere aportar lo suyo.

Sr. Weretilneck.- Buenas tardes a todas y a todos, y gracias a los invitados por destinar este tiempo.

La discusión es muy profunda, no solo desde lo político, como bien lo planteaba Oscar, sino también desde lo personal, como lo han planteado algunos.

Volviendo un poco para atrás, la discusión o el análisis sería –y seguramente los investigadores y catedráticos que tenemos aquí lo deben haber estudiado– el siguiente. Nosotros estamos acostumbrados a analizar la libertad de expresión desde el punto de vista del medio. Es decir, que los medios garanticen a políticos, a ciudadanos, a quien fuera, la posibilidad de expresarse, de transmitir una opinión, un punto de vista, etcétera. Nuestra tradicional libertad de expresión, creo yo –sin ser periodista ni abogado–, es: debo tener el derecho a que mi punto de vista, a que mi opinión, sea en el concepto que fuere, pueda ser reflejada para que otro la escuche. Entonces, la pregunta es si, en este caso, las redes sociales –Facebook, Twitter, Google, Yahoo o la que sea– se enmarcan en nuestra discusión desde el punto de vista tradicional de la Argentina de un medio de difusión. Es decir, ¿es un medio de difusión o es un medio reproductor, en el caso de los buscadores? Ahí tenemos una dicotomía. Porque si interpreto bien, la libertad de expresión es la posibilidad de que yo pueda expresar en un lugar –una carta a lectores, un comentario o lo que fuera– mi punto de vista. En este caso, como planteaba Oscar, Google o cualquier otro buscador: ¿es un medio de expresión o es un medio reproductor de algo? Por un lado, este es un primer tema para tener en cuenta: la manda constitucional.

Por otro lado, los buscadores, ordenadores, pongámosle el nombre que queramos ponerle, ellos mismos se han autolimitado. Las redes sociales aceptan o no aceptan la publicidad. Nos pasa a nosotros como partido político. Tenés que hacer un montón de trámites para poder validar la publicidad que hacés en una campaña electoral. Las propias redes sociales le ponen límites a las compañías con las que pautan publicitariamente.

Por lo tanto, si tienen el derecho a decir qué publicidad va y qué publicidad no va, de acuerdo al perfil de la empresa o a lo que fuera, ¿por qué no pueden hacerse responsables de los contenidos que tienen? Si son responsables para aceptar la publicidad, tienen que ser responsable por los contenidos que publican. Si no, no funciona así.

El otro tema que creo que hay que empezar a seguir son las propias autorregulaciones que se van planteando estas grandes redes o que les van planteando a otros. El caso de Floyd, en Estados Unidos, hace tres meses atrás generó un montón de situaciones distintas de lo que venían siendo. Ustedes observaron situaciones que se han dado, por ejemplo, de grandes multinacionales

que durante un mes dejaron de pautar en algunas grandes redes, porque no estaban de acuerdo con el contenido que esas redes estaban haciendo de la cuestión racial. Y tenemos hasta propias autorregulaciones de algunas grandes redes con el presidente de los Estados Unidos por sus distintos conceptos. O el propio caso que se dio con el *New York Times*.

Entonces, como bien decíamos acá, no hay que tenerle miedo “a la discusión de”. No hay que tenerle miedo, porque creo que es un aprendizaje nuevo. También creo que vamos a tener, indefectiblemente, que llegar a una actualización de todo lo que es la posición jurídica que tiene la Argentina con respecto a esto. Además, tenemos que identificar bien qué es un medio de difusión, qué empieza a ser un medio de reproducción, etcétera.

Una cuestión práctica, que creo que está también en la Constitución Nacional. La Constitución de la provincia de Río Negro tiene un artículo que establece la obligación de la vindicación. Si fuera así, por esa obligación que tenés en la Constitución tendrías que estar vindicándote veinticinco veces por día. Además, ¿a quién encontrás para que te permita vindicarte? Porque, en la política tradicional de antes –a quienes somos del Norte de la Patagonia–, si te pegaba un diario, ibas al diario y le decías: “Dame el derecho de vindicación o dame el derecho de réplica”. Al otro día –capaz que con suerte, no siempre pasaba– no tenías los veinte centímetros en los que te habían escrachado, tenías diez; y en vez de la página impar, aparecía en la par, a la izquierda y abajo, y si era posible, con lo necrológico al fondo. Esa era la cuestión tradicional de antes.

Ahora bien, si vos querés vindicarte, si querés tener el derecho de réplica como político, como empresario, como dirigente gremial, como periodista o como lo que sea, o como ciudadana o ciudadano, ¿cómo ejercés ese derecho? Me parece que da como para poner todo sobre la mesa, sin ningún tipo de preconcepción, sin pretender coartar cómo está funcionando todo. Hay mucho para escribir, para analizar y para profundizar.

Volviendo al inicio, creo que lo que sí tenemos que tener en claro en la Argentina es que aquellos que se denominan “redes sociales” –o el nombre que le quieran poner– son responsables por las cosas publican. Porque si son responsables y aceptan las publicidades, son responsables también por los hechos que publican.

Hay muchos casos. Por ejemplo, aquello relacionado con lo que había pasado con la operación rusa en las elecciones de los Estados Unidos. Cuando Rusia perjudica el resultado de Hillary Clinton, Twitter reacciona y hace una gran purificación de perfiles truchos, clandestinos, etcétera. Bajaron millones y millones de cuentas. Entonces, ¿esto qué está marcando? Que si las propias empresas, si las propias multinacionales, ven las fallas que tienen por el mal uso de su propia herramienta, ¿cómo no se va a animar el Estado a hacer eso si ellos mismos se están autorregulando? Se autorregulan con sus cuestiones ideológicas cuando se les afecta el negocio. Otro ejemplo es lo que pasó el otro día con el tema del racismo: se autotuvieron que regular, porque si no la desconexión de todos aquellos que estaban en sus lugares iba a ser gigante. Y lo mismo pasa con la publicidad.

Por lo tanto, Alfredo, creo que hay que seguir buscando material y seguir haciendo legislación comparada con los otros países, porque es un tema que, más tarde o más temprano, las argentinas y los argentinos nos van a exigir. Porque nadie está exento del mal uso o del uso perverso de este tipo de situaciones. Y, en algunos casos, hasta tenemos que tener nosotros esto perfectamente establecido, porque hay cuestiones que tienen que ver con la seguridad nacional. Y no hablo de

la seguridad nacional desde el punto de vista militar. En situaciones de crisis, como esta pandemia y todo lo demás, el mal uso de ciertos tipos de informaciones también es muy perjudicial para una sociedad.

Si ustedes analizan la red de WhatsApp, hace un año atrás podías reenviar la cantidad de veces que quisieras un audio, un video o un mensajito escrito o por voz. Hoy no se lo podés mandar a más de cinco personas. Entonces, si las propias empresas se animan a esa autorregulación, ¿por qué no lo vamos a hacer nosotros? Esto no significa coartar la libertad de nadie, significa proteger a la sociedad y a la comunidad del mal uso –delincuencial, perverso..., pongámosle el nombre que queramos– de una cuestión que hoy forma parte de nuestros hábitos. Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Alberto.

Lo decíamos al principio: si hay algo que dice, en sus principios, estos aportes que nos propone Observacom, justamente, es que el modelo de autorregulación ha fracasado.

Esto es solo un punto de partida, porque creo que tenemos que abrir el debate. Entiendo que el debate tiene que ser tan amplio o más, tal vez, que cuando debatimos la ley de contenidos audiovisuales. Este debate es mucho más grande, mucho más complejo, y vamos a necesitar de todos para poder ordenar algo que, evidentemente, todavía no sabemos cómo hacer.

Hay alguien que sí sabe cómo lo hace. El tema es que nosotros, en definitiva, somos sus insumos y no lo sabemos. Y no me quiero imaginar, en esta pandemia, cuántos datos hemos aportado; deben ser extraordinarios.

Muchísimas gracias a Soledad –fueron muy buenos tu exposición y tus aportes–, a Santiago y a Gustavo como responsable de Observacom por habernos permitido compartir estas primeras líneas de acción que tenemos que poner en marcha muy, pero muy rápidamente.

Así que mi agradecimiento a todos.

–*Son las 14:06.*