



## *Bases de la AIR para una Legislación sobre plataformas y nuevas tecnologías digitales en defensa de la Libertad de Expresión y la Democracia (\*)*

Mayo | 2024

### Resumen:

- Actualmente, es posible observar un movimiento en las 3 Américas hacia una mayor transparencia como forma de aumentar la responsabilidad de las plataformas digitales por sus acciones.
- Los informes de transparencia publicados por las plataformas digitales proporcionan un gran volumen de datos, pero aún no son suficientes, además de abordar temas diversos y de maneras diferentes, lo que dificulta las comparaciones y la identificación de buenas prácticas por parte de estas plataformas.
- Hasta ahora, las iniciativas existentes para promover una mayor transparencia de las plataformas digitales siguen siendo en gran medida inspiradoras, pero no han tenido un impacto sustantivo y se han producido relativamente aisladas entre sí.
- Las grandes diferencias en tipos, tamaños y modelos de negocio de las plataformas digitales muestran la necesidad de aplicar principios rectores para lograr resultados.
- Las Bases de AIR sirven de orientación para debates hacia una legislación sobre Plataformas Digitales y nuevas tecnologías en defensa de la libertad de expresión y la democracia.

## *Índice*

**Introducción.....Pág. 03**

**Un enfoque de la AIR: “Bases para Promover la  
Transparencia de las Plataformas Digitales” .....Pág. 07**

**(\*) Documento aprobado por el Consejo Directivo de la Asociación Internacional de Radiodifusión -AIR – en su reunión celebrada en Washington D.C., el 13 de Mayo de 2024.**

## ***Introducción***

**La AIR, entidad fundada en 1946 y que tiene bajo su representación más de 17.000 emisoras de radio y televisión en las tres Américas, tiene como objetivo la defensa de la radiodifusión privada que es consagrada como la forma independiente y libre de hacer llegar a la población información y entretenimiento de calidad, sin interferencia de los Estados en sus contenidos.**

**Es la única forma verdaderamente gratuita de acceso de todos, sin perjuicio de su condición económica, a un periodismo independiente y profesional. Además, la radiodifusión es responsable por los contenidos que entrega a la sociedad.**

**Los Estados deben establecer las condiciones legales necesarias para que los medios nacionales y locales puedan prosperar en la nueva era digital, con igualdad de oportunidades frente a las plataformas globales.**

**Producto del acelerado avance tecnológico y de la constante universalización de los servicios de telecomunicaciones, han proliferado infinidad de aplicaciones y plataformas digitales, lo cual genera implicaciones sociales, políticas y económicas que han extrapolado el límite de lo virtual, cuyo impacto alcanza un número cada vez mayor en todas las áreas del quehacer humano.**

**En el caso de la radio y la televisión, la libertad de producción y de programación y la consecuente libertad de elección de contenidos por parte de las audiencias, resultan incompatibles con diferentes prácticas monopólicas en la operación de plataformas digitales y sus algoritmos, bajo el control discrecional de empresas tecnológicas globales, con acciones que menoscaban y restringen la competencia, la diversidad y la igualdad de oportunidades, así como el libre flujo de ideas e informaciones en el ecosistema digital. Estas plataformas se han convertido en foros de debate, para los defensores de la igualdad y la libertad; pero también con cada vez más frecuencia se han convertido en burbujas de aislamiento y**

fuentes de desinformación, permitiendo reales amenazas a la democracia y la estabilidad de las naciones.

El hecho de ser un fenómeno relativamente reciente, disruptivo y en rápida transformación, ha hecho que los gobiernos y las autoridades públicas muchas veces no dimensionen ni presten atención en el funcionamiento de esos negocios, sus particularidades y posibles riesgos.

Al mismo tiempo, la regulación, a menudo dependiente de complejas decisiones políticas y sociales, suele avanzar mucho más lento que la tecnología. La adaptación del marco regulatorio requiere tiempo de elaboración, discusión, correcciones de ruta y aprobación.

En ese escenario, no ha existido una discusión ponderada sobre la necesidad o no de regular ciertas actividades que se realizan a través de las plataformas digitales. Sin embargo, los problemas y preocupaciones que han surgido en todo el mundo como en los campos de la competencia, de la publicidad, la creación y distribución de contenidos, el pago de tributos, los derechos de autor y la responsabilidad civil, hacen que se abra la discusión de manera urgente para la regulación de las actividades de estas plataformas digitales, tal y como lo han hecho en algunos países.

Esto se debe a que los nuevos medios digitales poseen ventajas intrínsecas derivadas de la propia tecnología digital, que posibilita gigantescas ganancias de eficiencia derivadas de economías de escala, de alcance y de red, además del hecho de operar globalmente, alcanzando el potencial de miles de millones de consumidores.

Esto representa una gran ventaja con respecto a la radiodifusión (Radio y Televisión), donde los réditos de eficiencia y el mercado de actuación son mucho más limitados.

Además, esa actuación se da en un ambiente de fuertes asimetrías legislativas, donde las empresas de radiodifusión están sujetas a un extenso conjunto de normas, que regulan prácticamente todos los aspectos de sus actividades, mientras que los nuevos desarrollos

**tecnológicos y plataformas digitales, a pesar de actuar en el mismo mercado, no se someten a las mismas reglas.**

**El análisis de la necesidad de construir un marco regulatorio para las plataformas digitales, por lo tanto, demanda una actuación conjunta de los países, en pro de la creación de legislaciones para la corrección de las asimetrías reglamentarias existentes entre las big techs y los medios de comunicación social, puesto que el fundamento de la democracia es la libertad basada en el principio de la igualdad ante la Ley.**

**A lo largo de este documento se considera la aceleración de las iniciativas regulatorias en curso, sobre las actividades de estas empresas tecnológicas en las tres Américas, al mismo tiempo que se observan progresos en el consenso de entidades sectoriales, como la AIR, y organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Asociación Nacional de Radio y Televisión de los Estados Unidos (NAB), la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), la Federación Internacional de Periodistas (FIJ) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sobre la necesidad de una mayor transparencia en las actividades de los gigantes tecnológicos.**

**Para estas Bases de AIR, se analizaron mecanismos de transparencia existentes, por ejemplo, en GAFA, acrónimo que reúne las letras iniciales de poderosas plataformas: Google, Amazon, Facebook y Apple.**

**Como contraparte, vale destacar que en reunión conjunta del Consejo Directivo de la AIR y de la ABERT (Asociación Brasileña de Radio y Televisión), celebrada en marzo de 2023, fue aprobada la "Carta de Brasilia", documento que solicita a las autoridades públicas de las tres Américas que permitan políticas públicas orientadas a la rendición de cuentas de las plataformas digitales, remuneración de contenido periodístico, transparencia en la publicidad digital e inhibición de prácticas anticompetitivas.**

**También, como parte de las conclusiones de la reunión, fue reiterada la validez de la Declaración de AIR, "Por una Radiodifusión**

**Libre e Independiente en la Era Digital" de 2021 (AIR Doc.8/2021). En este sentido, dada la naturaleza global de estos temas, presentamos en este documento las bases de AIR sobre las plataformas y nuevas tecnologías digitales, para crear conciencia sobre los cambios que están aconteciendo debido a los avances tecnológicos y la necesidad de abrir la discusión, con el fin de generar medidas y acciones que promuevan un ecosistema digital saludable, un mercado justo y diversificado, en el que todos los actores tengan garantizados sus derechos a la información fidedigna y a la leal competencia con el fin último de fortalecer la Libertad de Expresión y la Democracia en las tres Américas.**

**Las propuestas contenidas en este documento son justas, claras y de carácter asertivo, con el objetivo de garantizar la plena vigencia de la Libertad de Expresión y la Democracia.**

## ***Un enfoque de la AIR:***

# ***“Bases para Promover la Transparencia de las Plataformas y Nuevas Tecnologías Digitales”***

Es importante destacar que muchas de las ideas aquí presentadas, tratan de las principales preocupaciones y están inspiradas por iniciativas existentes en las Américas o son fruto de las discusiones ocurridas en el ámbito de entidades sectoriales y organismos internacionales multisectoriales o que aún están siendo practicadas aisladamente en diferentes escenarios.

### ***Competencia***

- Es importante que las plataformas digitales sean conscientes y asuman la responsabilidad de que sus empresas no estén diseñadas, implantadas o utilizadas con fines anticompetitivos. El uso de redes sociales, herramientas de búsqueda, servicios de mensajería y plataformas de comercio electrónico de forma anticompetitiva puede tener graves consecuencias para la economía y la sociedad.

Son empresas que distribuyen contenidos, forman audiencias y rentabilizan sus negocios en el mercado publicitario, exactamente como las empresas de radiodifusión. Sin embargo, no están sujetas a las mismas obligaciones y responsabilidades y, por tanto, adoptan prácticas anticompetitivas.

- Las plataformas digitales tienen la responsabilidad ética de garantizar que la tecnología se utilice para promover una competencia sana, con prácticas leales.

- Es fundamental que las autoridades reguladoras sigan el desarrollo de nuevos negocios, fusiones y adquisiciones que

puedan violar las leyes antimonopolio y de defensa de la competencia.

- Las plataformas digitales deben garantizar la protección de los derechos fundamentales de personas naturales y jurídicas, incluida la privacidad y la protección de los datos de los usuarios, y cumplir con las regulaciones de protección de datos establecidas en cada país, como por ejemplo lo ocurrido en Brasil con la Ley General de Protección de Datos Personales (LGDP), y en la Unión Europea con el Reglamento General de Protección de Datos Personales (RGPD).
- Captura, procesamiento, almacenamiento y uso de datos personales por las redes sociales, herramientas de búsqueda y plataformas de comercio electrónico deben llevarse a cabo sobre la base del consentimiento explícito del interesado, es decir, el usuario.
- Se debe proporcionar información clara sobre cómo se utilizarán los datos.
- Es indispensable que las plataformas digitales constituyan representación legal en el País de actuación, investida de poderes para todos los efectos, con el fin de propiciar su sujeción a las leyes, autoridades y jurisdicciones nacionales, como los organismos de defensa de la competencia y de protección de datos, además del Poder Judicial respectivo.
- No pueden clasificar sus propios servicios o productos de forma más favorable que los comercializados o anunciados en la plataforma por los demás usuarios o empresas competidoras.
- Se debe garantizar el acceso a los servicios en términos isonómicos y no discriminatorios, especialmente para los usuarios profesionales (empresas), y evitar que las negociaciones sean abusivas, con amenazas de exclusión o con condiciones infundadas.
- La Regulación debe tener en cuenta, entre otros, criterios de oferta de plataforma, volumen de facturación y usuarios, posición dominante, y prever determinadas excepciones.



- Las Leyes, Decretos, Resoluciones y Actos administrativos deben garantizar que las empresas de Radiodifusión (Radio y Televisión), legalmente establecidas, tengan pleno acceso a los servicios de Internet y ecosistemas virtuales, así como la posibilidad de establecer o constituir sus propias plataformas digitales, incluyendo el uso y explotación comercial de nuevas tecnologías para la difusión de sus propios contenidos, sin discriminación y sin mayores requisitos que los mismos que se exijan a las plataformas digitales.

### ***Remuneración por contenido periodístico***

- Las plataformas deben garantizar una remuneración justa por el uso de contenido informativo de propiedad de las empresas periodísticas y medios de comunicación, en beneficio de la sostenibilidad del entorno digital y el desarrollo de las empresas periodísticas legalmente constituidas.

La garantía de una remuneración justa por parte de las plataformas digitales por la utilización de contenidos informativos propiedad de empresas y medios de comunicación periodísticos no excluye acuerdos bilaterales entre las partes ni cualquier otro tipo de negociaciones formales.

- Las plataformas digitales deben reconocer al periodismo y a los medios de comunicación como fundamentales e indispensables para la divulgación de noticias e informaciones, la formación de la opinión pública, la valorización y promoción de la cultura de cada región y para preservar la identidad nacional.
- Las plataformas digitales deben promover mecanismos que permitan a los medios de comunicación y otros grupos de medios bloquear el uso indebido y no remunerado de contenidos periodísticos y/o protegidos.
- Las plataformas digitales deben implementar mecanismos para garantizar que no haya violación del derecho a la remuneración por el contenido periodístico.

- Las empresas de tecnología deben entablar negociaciones y acuerdos formales con las entidades y los medios de comunicación para promover el uso de contenidos y datos sin violar la ley.
- La discusión sobre la remuneración del contenido periodístico no debe ser hecha sólo como una retribución del derecho de autor, sino en un contexto de combate a la desinformación, de mantenimiento del periodismo como herramienta de sustentación de la democracia, incluidos los aspectos competitivos de la concentración de la publicidad digital en las plataformas.
- La remuneración es el resultado y contrapartida de la utilización de un contenido profesional explotado por las plataformas digitales, aunque sea de forma indirecta.
- Se deben prever medidas que garanticen el pago del contenido periodístico por las plataformas digitales, así como medidas que impidan la retirada arbitraria o la reducción del tráfico de contenido periodístico con el fin de no pagar.
- Se deben elaborar reglas inspiradas en los principios universales de interés público, pluralidad, diversidad, sustentabilidad, equidad, colectividad, independencia, transparencia, responsabilidad y resultados.

## ***Responsabilidad***

- Las plataformas digitales deben reconocer explícitamente que tienen la obligación de proteger la libertad de expresión y el acceso a la información, así como la privacidad de sus usuarios.
- Las plataformas digitales deben reconocer la necesidad de la divulgación proactiva de información y responder a las solicitudes de información.
- Deben implementarse mecanismos de desincentivo económico de la producción de contenidos falsos y engañosos utilizados y promovidos en las plataformas
- Se debe garantizar que los periodistas, las empresas de medios de comunicación y los propios medios de comunicación que no

permitan el uso de sus contenidos por las plataformas, no tengan un impacto de visibilidad en el ecosistema de Internet en su conjunto.

- Se debe establecer un marco legal adecuado de responsabilidad para las plataformas digitales, a partir de notificación extrajudicial promovida por la parte interesada o cuando se verifique el direccionamiento electrónico y el impulso remunerado de estos contenidos.
- Las plataformas digitales deben eliminar contenidos que no necesiten esperar por notificación de usuario o de una autoridad para que sean tomadas medidas, por la propia plataforma, para su retirada, como los que configuran grave o evidente delito (ejemplo: pedofilia).
- Las plataformas deben expandir el número de moderadores y erogar un porcentaje determinado de su facturación para mejorar la calidad de la revisión del contenido, especialmente en períodos determinados (elecciones, guerras, referendos, pandemias entre otros).
- Deben prohibirse los conflictos de intereses de las plataformas para evitar que el espacio de información y comunicación se rija o influya por intereses comerciales, políticos o de otro tipo.
- Las plataformas son responsables cuando sus servicios son utilizados para prácticas de actividades delictivas e ilícitas, así como desinformación industrial, mensajes masivos en grupos, ataques coordinados en red, riesgos sistémicos, comportamientos anómalos, entre otros.
- Las Big Techs deben ser transparentes sobre los términos y estándares que aplican en sus propias plataformas, estableciendo los límites de lo que consideran un comportamiento aceptable y cómo estos parámetros se alinean con el respeto de los tratados, convenios y normas internacionales sobre Libertad de Expresión.
- Las empresas deben divulgar los términos y las condiciones para donaciones hechas en apoyo a la investigación, la educación y la defensa, así como actividades de lobby.

## ***Publicidad***

- La reglamentación debe asegurar el tratamiento igualitario entre las empresas nacionales y extranjeras, que producen y vehiculan contenidos en el país (industria de medios), con la aplicación de las reglas nacionales del mercado publicitario y de transparencia a todos sus agentes.
- La publicidad por plataformas digitales debe respetar, además, las leyes, reglamentos y otras disposiciones de aplicación en el contexto en las tres Américas, así como los estándares internacionales en lo pertinente.
- Deberá definirse un conjunto de acciones específicas para la publicidad en períodos electorales o de crisis sanitarias, o situaciones por emergencias naturales.
- Es necesario que haya total transparencia en relación con quién contrata publicidad y cuáles son los anuncios, especialmente de sello político.
- Se debe proporcionar a los anunciantes acceso a las herramientas de medición de rendimiento y a la información necesaria para que puedan realizar su propia verificación, independientemente de sus anuncios alojados por las plataformas digitales.
- Las plataformas digitales deben estar obligadas a informar con eficacia y transparencia a los usuarios sobre el origen de los anuncios que reciben.
- Se deben establecer obligaciones de transparencia en la distinción al consumidor entre el contenido noticioso, el contenido promovido por patrocinios y la publicidad, inclusive político-partidaria, además de los informes de transparencia para medición de audiencia y alcance de contenidos pagos.

**ANEXOS:**

**1.- Doc.8/2021: "Por una Radiodifusión Libre e Independiente en la Era Digital"**

**2.- Doc.10/2023: "Carta de Brasilia"**

**AIR / 13 de Mayo 2024.**