

CONVERGENCIA AUDIOVISUAL Y DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

La convergencia, además de un proceso tecnológico, es un proceso cultural que expresa formaciones sociales distintas y canalizan representaciones heterogéneas. Así, las prácticas mediadas por y en estos usos sociales de las tecnologías implican, desde nuestro abordaje, un desafío teórico, profesional y jurídico: cuál es el alcance del audiovisual, cuando incluye a la convergencia de lo que fuera hasta hace unas décadas una clara separación entre el campo de la radiodifusión y el campo de las telecomunicaciones.

Desde hace algunos años el campo comunicacional se debate entre una mirada alucinada y una mirada espantada acerca de las prácticas implicadas en y por los entornos digitales. Con escasa autocrítica, el periodismo encuentra en el desarrollo de Internet, de plataformas y 'redes sociales' la explicación de la presunta reducción de su peso simbólico. Esa reducción –con su correlato en la economía comunicacional y la concentración publicitaria en escasas grandes empresas globales- pone en jaque a una de las formas modernas de construcción de "comunidad". El papel de los modernos medios de comunicación de masas –anclados en territorios y temporalidades específicas- se encuentra dislocado en una sobre-modernidad que pareciera desarmar el andamiaje de las formas de organización de los Estados. Y ese dislocamiento resulta cada vez más crítico. Históricos liberales anti-estatalistas reclaman la presencia del Estado ante la voraz globalización que, progresivamente, absorbe cuanta producción emerja en cualquier lugar que resulte rentable

b) Las plataformas en línea están siendo vivenciadas y compartidas, entre otras dimensiones, como nuevas forma de "mirar televisión", independientemente del dispositivo desde el cual las personas accedan. Dichas vivencias son expresadas por audiencias y por empresarios que, aún cuando reclaman no ser producciones audiovisuales refieren a sus "usuarios" como "audiencias" y a sus "audiencias" como usuarios. El sábado 19 de mayo, en una nota publicada en Infobae, se leyó cómo Richard Gingras, vicepresidente de noticias en Google, refería a sus usuarios como audiencias. Hace semanas –meses- que Perfil viene planteando esta discusión con sus lectores, con el Estado, con los portales de Internet y con las redes sociales con el objetivo de repensar el universo del periodismo, del audiovisual y de la regulación de lo que Marino ha sintetizado como el Espacio Audiovisual Ampliado.

Por ello, tanto desde el presunto dislocamiento de la sobremodernidad como desde las prácticas de la vida cotidiana, la ampliación del objeto audiovisual implica, simultáneamente, la necesidad de proteger al sujeto del derecho (audiencia/usuario).

Si el sujeto del derecho son las audiencias y el agente obligado no sólo es el Estado, los nuevos actores audiovisuales (OTT, videos en línea, etc.) nos encontramos ante un panorama desafiante que esta Defensoría entiende como piso de cualquier discusión sobre el tema: ¿cuáles son los mecanismos democráticos, plurales y diversos que deben sostenerse en virtud de la protección del derecho humano a la comunicación?

Esta Defensoría reafirma que la normativa convergente no debe ni puede ser regresiva, contemplando los cambios tecnológicos y las prácticas culturales de la ciudadanía.

A la luz de lo que se viene produciendo a nivel internacional en la materia, y producto de los escasos espacios de debate locales, consideramos necesaria una re-definición de lo audiovisual y su posible regulación convergente.

Esta propuesta advierte que hoy la comunicación audiovisual, las formas de entretenimiento e información cotidianas no pueden objetivarse sin atender a los usos sociales de dispositivos convergentes: tanto las plataformas digitales, las redes sociales, los servicios 'over the top' adquieren una relevancia tal que resulta impensable una ciudadanía comunicacional y el ejercicio efectivo del derecho a la comunicación sin su universalización y regulación.

Así como la penetración de la TV por cable llegó a porcentajes incomparables en Argentina, el crecimiento de las suscripciones a servicios OTT es cada vez más impactante, tanto en nuestro país como en el resto del mundo. Basta sólo con mencionar que empresas como Netflix alcanzan al millón de suscripciones a nivel local(registrados) y ya supera los 125 millones de suscripciones a nivel mundial.

A modo de ejemplo, Facebook, en alianza con Fox Sports, acordó la trasmisión de la Champion League 2017-2018 y alianzas con Univisión para la trasmisión del fútbol de la liga mexicana, entre otras.

Del mismo modo que se observa que por primera vez Netflix supera en los Estados Unidos a la cantidad de usuarios del "cable"; HBO (devenida HBO Go) deja de ser una "señal de cable" para convertirse en un servicio vía streaming y Amazon completa su globalización llegando a 200 países). Los usos sociales de este tipo de servicios repone una diversidad de prácticas y, consecuentemente, de desafíos regulatorios que deberían formar parte de la agenda legislativa en Argentina.

Este proceso es el que la Unión Europea plasmó el 25 de mayo de 2016 cuando elevó la propuesta de Modificación a su Directiva del Audiovisual de 2010, que luego de varias negociaciones, avanzó hasta llegar a un acuerdo preliminar para la revisión de la mencionada Directiva, que prevé la promoción de

las obras europeas en un 30% en los catálogos a la carta, mecanismos de protección de la niñez en los videos a la carta.

En este contexto, la canciller alemana Angela Merkel, sostuvo que Internet no es un espacio fuera de la ley y consideró importante que las reglas del mundo analógico se apliquen en el digital.

Con las tensiones de los debates al interior de la UE, durante 2018 se produjeron hechos emblemáticos de las discusiones que la Defensoría cree fundamentales ser abordadas. Evitamos aquí expresarnos sobre la crisis simbólica del caso Cambridge Analytica y Facebook. Sí nos interesa, en todo caso, los acuerdos de la UE con las GAFAs en relación con la obtención de datos personales y su obligación de adaptarse a la normativa europea. Ello ha significado, como marcó Martín Becerra, un paso significativo en lo que hace a la consideración de la soberanía y las responsabilidades legales de los servicios que se realizan en los lugares donde se hacen efectivos (donde el ciudadano deviene audiencia o usuario). Es decir, una reivindicación de los Estados nacionales como escenario normativo por encima de los criterios de "autorregulación" que proclaman las empresas.

Destacamos la reciente Declaración Conjunta de los Relatores para la libertad de Expresión sobre Independencia y la Diversidad de los Medios de Comunicación Digital (2018): "Los medios de comunicación y las Plataformas en línea, que son o suelen ser agentes empresariales poderosos, deben tomar en serio su deber de respetar los derechos humanos".

Nos interesan los reclamos de las audiencias y usuarios de Cataluña y las actuaciones del CAC ante contenidos que, en Internet, vulneran los derechos humanos de personas LGBT, de mujeres, de niñas, niños y adolescentes.

Ponemos el foco en los debates en materia de regulación publicitaria y los efectos que se producen por ausencia de regulaciones que resulten respetuosos de las recomendaciones emanadas por organismos internacionales (como la OMS o la OPS) en materia políticas preventivas de la obesidad o de otras enfermedades no transmisibles.

Nos interesan los debates en materia de regulación del discurso del odio, las discriminaciones, las fake news en el campo audiovisual y las formas en que las autorregulaciones habilitan nuevas formas de censura (estatales y/o privadas) sin normativas democráticas y garantes de la libertad de expresión que protejan a audiencias y usuarios.

Como también los Organismos de Protección y de mediación de la audiencias/usuarios.

Más la promoción de formas igualitarias de representación en Internet que no sean impedidas por usos arbitrarios por parte de las empresas o los Estados y que restrinjan la igualdad implicada en la libertad de expresión.

Nos interesa, en definitiva, debatir los fundamentos del derecho humano a la comunicación como pilar de la configuración de sociedades que deben generar los mecanismos que garanticen acceso, participación e igualdad en el audiovisual contemporáneo.

Por ello, proponemos debatir en esta jornada los derechos que deben garantizarse a las personas, en su relación con la comunicación audiovisual. Para una mejor exposición, hemos agrupado los ejes del debate en:

1) Derechos de las Audiencias en el campo audiovisual convergente, en relación con "buscadores e intermediarios" de plataformas de intercambio de videos en Internet.

2) Derechos de las Audiencias en los servicios de Video por demanda (VoD) y Over The Top (OTT).

Finalmente, y en función de las observaciones que esta Defensoría viene registrando en materia de la institucionalidad que debe adquirir la defensa de los derechos de las audiencias, proponemos intercambiar propuestas que sirvan como horizonte para un Estado capaz de responder a las exigencias que la convergencia audiovisual le plantea.