

TELECOMUNICACIONES DE AMÉRICA LATINA

Economías creativas e industria audiovisual: desafíos y buenas prácticas

La economía creativa y, en ella, la industria audiovisual, generan un gran aporte a la región en términos de desarrollo económico, innovación y empleo. El sector audiovisual se enfrenta a importantes retos, como la evolución de los intereses y consumo de la audiencia y el flagelo de la piratería de contenidos. Diferentes expertos analizan desde amplias perspectivas los retos y oportunidades de esta industria para potenciar la recuperación económica de América Latina.

ASIET MAGAZINE JULIO 2021



Este número de la Revista Digital de ASIET está dedicado a la memoria de Manuel Abelleira, quien fuera Presidente de las Operaciones de DirecTV en Latinoamérica. Su liderazgo trascendió los límites de la empresa y dejó su huella en toda la industria del entretenimiento.

Esta publicación es una iniciativa de la Secretaria General y la Comisión de Comunicación de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones.

Editores | Pablo García de Castro y Michelle Krawchik

Diseño | Jimena Logulo

Imágenes | Unsplash y Pexels

CONTENIDO

Narciso Casado, CEIB (Consejo de Empresarios Iberoamericanos) Digitalización e industrias creativas, la gran apuesta de futuro de la región iberoamericana	04
Carlos Baigorri, Anatel Brasil “Nos últimos dez anos observamos uma mudança muito profunda nos hábitos das famílias em como se consome o conteúdo audiovisual”	06
Maryleana Méndez, ASIET El aporte económico de la industria de contenidos culturales en América Latina	09
Gabriel Andriollo, HBO Max América Latina “Marcaremos el futuro del entretenimiento al entrelazar: contenidos de calidad premium, personalización, modalidades de suscripción ajustadas a la coyuntura local”	11
Gustavo Larrabure, DIRECTV Perú La industria audiovisual como pilar de desarrollo de la economía creativa	13
Julissa Cruz, INDOTEL República Dominicana “Las empresas de televisión están haciendo inversiones y realizando trabajos desde hace varios años, preparando sus redes y estudios para transmitir digitalmente y producir contenido con la calidad deseada”	15
Pablo Scotellaro, Certal Construyendo empresas y sociedades creativas y digitales	17
Daniel Rojas, Claro Media Colombia Creatividad, contenido y tecnología para atraer a más consumidores	19
Claudia Kattán de Jordán, Amcham Honduras “Es crucial que las autoridades locales tengan un marco legal y regulatorio moderno, que contemple la piratería audiovisual”	22
Jonas Antunes Couto, ABTA Brasil Pirataría audiovisual no Brasil: como restringir as transmissões ilegais pela internet?	24
Sergio Piris, Telecom Argentina “Creemos fundamental trabajar en la prevención a través de la concientización”	27
Ana Claudia Quintanilla Paucarcaja, Telefónica Perú Riesgos a la innovación en el mercado TV Paga	30
Ernesto P. Orozco O., CRC Colombia y PRAI Transformación institucional del sector audiovisual colombiano para una sociedad digital	32
Rodolfo Mendoza, Aprodica Guatemala La primera línea de defensa	37
Jeferson Fued Nacif, SKY Brasil “A modernização normativa é importantíssima para o setor, a competição com as plataformas de streaming alavanca a inovação e move as empresas rumo a melhores serviços, mas é a pirataria que corrói nossos negócios”	38
Carolina Bertola, Telecom Argentina Asuntos penales, delitos tech y antipiratería	41
Federico A. Villalba Díaz, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina Delitos en materia de derecho de autor y derechos conexos en el Anteproyecto del Código Penal de la Nación	42
Irma Salinas, TIGO Honduras “Combatir la piratería es combatir la ilegalidad, es crear un ambiente transparente, justo y leal de competencia”	46

OPINIÓN

DIGITALIZACIÓN E INDUSTRIAS CREATIVAS, LA GRAN APUESTA DE FUTURO DE LA REGIÓN IBEROAMERICANA



**NARCISO
CASADO**

Secretario Permanente
de CEIB (Consejo
de Empresarios
Iberoamericanos)

Industrias teñidas de naranja y crecimiento exponencial de la digitalización es lo que ha predominado en tiempos de pandemia y, sin duda, son tendencias que seguirán vigentes y que han llegado para quedarse. Representan una gran apuesta de futuro, en el que prima la tecnología, la innovación y sectores en auge en la región iberoamericana, como son la economía naranja, verde y azul.

Desde CEIB y sus organizaciones miembro hemos tratado de promover el apoyo a la digitalización, situándola en el centro de las políticas de los gobiernos de nuestros países. Solo de este modo conseguiremos que se aplique de manera transversal en todos los procesos productivos de nuestra economía.

De cara a la recuperación económica, los empresarios apuntan a la necesidad de canalizar adecuadamente los recursos disponibles, priorizando la digitalización de las empresas, sobre todo en materia de financiación, y especialmente para las pymes. Entre las medidas a implementar, destaca la necesidad de contar con un sistema fiscal de apoyo a la I+D+i estable, que contemple adaptar los tipos de interés, plazos de amortización y carencia, y flexibilizar las condiciones de los avales de los préstamos, ligados a las ayudas públicas, a la realidad de los mercados y a las características de las empresas receptoras.

Además, se deben impulsar programas de asistencia técnica y de formación que posibiliten el buen uso de las tecnologías digitales, en aras de generar un ecosistema de interconexión a través del que difundir las experiencias, las iniciativas y sus efectos.

Buenas prácticas empresariales

Desde las organizaciones empresariales se han puesto en marcha propuestas orientadas a la digitalización, prestando especial atención al uso adecuado de las tecnologías y las buenas prácticas empresariales. En Argentina, la UIA (Unión Industrial Argentina) y la CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales), pusieron en marcha un programa de digitalización para las Pymes, que representa un ejemplo de colaboración entre países en materia de transformación digital, con el claro objetivo de mejorar su competitividad.

En Brasil, la Confederación Nacional de la Industria (CNI), a través del Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial (SENAI), y el Ministerio de Economía, lanzaron el programa Aprendizaje 4.0 para capacitar a los jóvenes en temas de digitalización e innovación para promover su empleabilidad. El objetivo es que los estudiantes experimenten en el mundo real las necesidades digitales en una de las miles de empresas asociadas al SENAI.

En Colombia, la Asociación Nacional de la Industria (ANDI) apostó en los últimos años por la transformación digital. En 2016 creó la Vicepresidencia de Transformación Digital, siendo pionera en esta materia y con el objetivo de que Colombia y sus empresarios sean digitales, para impulsar un cambio de mentalidad que facilite la transformación de los modelos de negocio.

En el caso de España, desde la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) se puso en marcha en colaboración con la Fundación Telefónica el programa “Profesionales 4.0” para impulsar la digitalización y contribuir a la formación de los trabajadores, teniendo en cuenta las necesidades específicas de cada sector. La CEOE elaboró, además, el “Plan Digital 2025. La digitalización de la sociedad española”, que se estructura en torno a tres pilares fundamentales: innovación, educación y emprendimiento, integrados por las administraciones públicas, las empresas y los ciudadanos, de manera que se desarrollen en un entorno digital responsable.



Éstos son solo algunos de los ejemplos de buenas prácticas en materia de transformación digital, pero en todos los países de la Región se han implementado diversas medidas orientadas a la digitalización, siendo conscientes de su importancia, no solo para hacer frente a la pandemia e impulsar la recuperación económica, sino de cara a un futuro centrado en la productividad y la competitividad de las empresas y sus sociedades.

Industrias creativas, las 7 íesde la economía naranja

Son la gran apuesta de futuro de la Región Iberoamericana, especialmente en estos difíciles momentos. Representan un 3% del PIB Mundial, dan empleo a 29.5 millones de personas en el mundo, más de lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones.

Los ingresos de estas industrias ascienden a 2,25 billones de dólares, más que el total de la industria automovilística de Japón, Estados Unidos y Europa. Su aportación en Iberoamérica va del 2% del PIB en Chile a más del 10% en Brasil.

Industrias que han llegado para quedarse con nosotros y que han ayudado mucho y lo seguirán haciendo en la recuperación económica y social tras el COVID. Basadas en 7 pilares, según la definición de su creador e impulsor desde Colombia, el ministro de Cultura, Felipe Buitrago: información,

instituciones, industria, infraestructura, integración, inclusión e inspiración.

Cada vez que hablamos de economía naranja, lo hacemos de trabajos de mayor calidad, de bienes y servicios de gran valor añadido. Y lo hacemos de creatividad e imagen, digitalización, diseño, calidad, innovación, comercio electrónico y sostenibilidad, y de refuerzo de las cadenas de valor.

Economía naranja y su importancia en la internacionalización de las empresas, y en su competitividad. En España, solo en el ámbito audiovisual se ha producido un crecimiento de las exportaciones del 300%, la tasa de cobertura en los últimos 5 años ha pasado del 25% al 75%. Y en la industria editorial existen 9000 empresas exportadoras.

El futuro de la región estará teñido de naranja, verde y azul. Un espacio envuelto por la cultura, la creatividad y la identidad; y donde primará la diversificación, la conversión del talento, la prosperidad, la creación de ideas transformadas en productividad, en habilidades y en ingenio. Debemos colaborar instituciones públicas y privadas, para fomentar las iniciativas en esta línea y lograr, mediante la información, la unidad solidaria, compromiso y resiliencia, hacer entre todos más y mejor Iberoamérica. x

ENTREVISTA

"NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS OBSERVAMOS UMA MUDANÇA MUITO PROFUNDA NOS HÁBITOS DAS FAMÍLIAS EM COMO SE CONSOME O CONTEÚDO AUDIOVISUAL"

CARLOS BAIGORRI, Comissioner da Anatel, Brasil



* **O mercado de TV paga no Brasil, e em geral na região e no mundo, vem reduzindo o número de assinantes nos últimos anos, principalmente em relação às mudanças no ambiente competitivo com novas opções para os consumidores a partir do desenvolvimento da banda larga, e mudanças nos hábitos de consumo e preferências dos usuários. Como você acha que a regulamentação dos serviços do SeAC deve ser adaptada para promover o desenvolvimento desse mercado em uma competição saudável e favorecer a capacidade de inovação das empresas regulamentadas?**

Penso que a regulamentação do SeAC precisa ser revista urgentemente. A regulamentação atual foi criada logo após a entrada da Lei do SeAC, há quase uma década atrás, uma época que as atuais aplicações de conteúdo audiovisual OTT não tinham relevância no mercado ou sequer existiam.

Nos últimos dez anos observamos uma mudança muito profunda nos hábitos das famílias em como se consome o conteúdo audiovisual. O consumidor deixou de ser refém de uma grade de programação e agora escolhe o que quer assistir, quando quer assistir e faz isso em diferentes telas, como celulares, tablets, computadores, TVs conectadas, etc.

Diante dessa elevada oferta, decorrente de uma concorrência cada vez maior no mercado audiovisual,

“O CONSUMIDOR DEIXOU DE SER REFÉM DE UMA GRADE DE PROGRAMAÇÃO E AGORA ESCOLHE O QUE QUER ASSISTIR, QUANDO QUER ASSISTIR E FAZ ISSO EM DIFERENTES TELAS, COMO CELULARES, TABLETS, COMPUTADORES, TVS CONECTADAS, ETC.

entendo que não estão mais presentes as falhas de mercado que justificavam a atuação regulatória do Estado na distribuição desse conteúdo.

* **Como você relaciona essa flexibilidade regulatória com a recente decisão de permitir que a possibilidade de cobrança antecipada nivele o piso competitivo? Como isso beneficia os usuários?**

Essa decisão recente vem justamente nessa visão da necessidade de uma menor intervenção regulatória no mercado do SeAC. Nessa decisão havia um pleito para que uma vedação ao modelo de negócio de pagamento antecipado fosse revogada. Na minha relatoria propus acolher o pedido da interessada, pois entendi que aquela vedação ao modelo de negócio criava uma assimetria regulatória indevida, injustificável, entre o modelo tradicional de distribuição de conteúdo audiovisual e os modelos baseados na internet.

Essa regra suspensa não é a única assimetria regulatória que não tem mais fundamento em falhas de mercado e que, portanto, não deveriam mais existir no nosso arcabouço regulatório. Nesse sentido, a área técnica da Anatel está fazendo uma ampla revisão da regulamentação para reduzir o máximo essas assimetrias regulatórias. Em paralelo, há uma discussão no âmbito do Ministério das Comunicações para rever a Lei do SeAC, uma vez que diversas assimetrias estão previstas em lei e não na regulamentação da Anatel.

* **Quais são as prioridades para a reforma da Lei de Televisão Paga? Como você acha que seria a melhor forma de otimizar os marcos regulatórios para acompanhar os tempos de mudanças tecnológicas e adaptar o marco regulatório à presença de serviços que podem ser substitutos como as OTTs?**

Eu não estou participando do Grupo de Trabalho coordenado pelo Ministério das Comunicações, mas entendo que em um ambiente com forte elemento tecnológico as leis e regulamentações precisam ser principiológicas e flexíveis, para garantir que sejam perenes.

* **No âmbito regional e global, o mercado de produção, empacotamento e distribuição de conteúdo está se tornando mais dinâmico, convergindo e tendendo à integração vertical, em benefício dos usuários, da concorrência e da produção local. Como você avalia esse desenvolvimento para o Brasil? Como deve progredir em relação à propriedade cruzada de distribuidores e produtores neste mercado? E as cotas para conteúdo produzido localmente?**

De fato, o que observamos é uma tendência à verticalização da cadeia produtiva da produção, empacotamento e distribuição do conteúdo audiovisual. Essa tendência é muito intensa quando olhamos para a parte das aplicações OTT.

Considerando que existe uma concorrência muito clara e acirrada entre as plataformas OTT e os operadores tradicionais, entendo que a manutenção de restrições à verticalização dos operadores tradicionais, como prevista na Lei do SeAC, representa uma assimetria de regras que não é adequada para a concorrência. Penso que essa assimetria acaba definindo os “ganhadores” da disputa pelo mercado, de tal forma que essa definição não é baseada em eficiência, qualidade ou preço, mas sim em regras definidas pelo Estado.

Essa assimetria também se verifica no que diz respeito à regras de cotas, que existem apenas para os operadores tradicionais e não para os OTT.

Assim, penso que a revisão da Lei do SeAC deveria rever essas assimetrias. Não que eu seja contra assimetrias regulatórias, mas entendo que essas só devem existir quando muito bem fundamentadas em falhas de mercado devidamente identificadas. Por exemplo, entendo que faria sentido a existência de assimetrias regulatórias entre operadores integrados verticalmente e não-integrados, entretanto, não considero que seja justificável a existência de assimetrias regulatórias fundamentadas na tecnologia ou na forma de distribuição do conteúdo audiovisual.

* **No Brasil, a Anatel decidiu que a oferta de conteúdo audiovisual linear por meio de plataformas de internet deve ser considerada um Serviço de Valor Adicionado (SVA). Quais são as vantagens da flexibilidade regulatória para esses produtos em termos de pluralidade de oferta para os usuários, adaptação de conteúdo às necessidades e consumo do usuário e em termos de inovação para o desenvolvimento do mercado? O que poderia ser flexibilizado no SeAC para alcançar tais objetivos?**

A grande questão aqui é justamente a diferença de obrigações regulatórias. Ao definir a oferta de conteúdo audiovisual linear por meio de plataformas de internet como um Serviço de Valor Adicionado (SVA) a Anatel entendeu que esse ‘serviço’ não é um serviço de telecomunicações, de tal forma que não pode ser regulado pela Anatel.

“ NOS ÚLTIMOS ANOS PASSAMOS A ATUAR COM MAIS INTELIGÊNCIA, EM COOPERAÇÃO COM FORÇAS POLICIAIS, CONTROLE DE FRONTEIRA E DIVERSAS OUTRAS INSTITUIÇÕES DO ESTADO BRASILEIRO. COM ESSA ATUAÇÃO COORDENADA PASSAMOS AGORA A FOCAR NOS GRANDES DISTRIBUIDORES DESSES EQUIPAMENTOS, DESMOBILIZANDO SUA OPERAÇÃO EM ÂMBITO NACIONAL.

Assim, a Anatel reconheceu não ter qualquer autoridade legal para regular a distribuição de conteúdo pela Internet. Assim, os operadores OTT não se submetem a nenhuma regra da Anatel, enquanto que os operadores tradicionais, que detêm a outorga de SeAC, se submetem a dezenas de obrigações, seja de conteúdo, de relacionamento com consumidor, de licenciamento de estações, de uso de equipamentos certificados, enfim, estão submetidos a todo rigor da regulamentação.

Como a Anatel já reconheceu mais de uma vez a existência de uma dinâmica competitiva entre os operadores tradicionais e os OTT, entendo que o nosso papel deva ser no sentido de reduzir as assimetrias regulatórias e permitir que a definição da participação de mercado de cada agente seja em função do seu produto, da sua qualidade, dos seus preços, etc, mas não em função da regulamentação estatal.

*** O que você pode nos contar sobre o combate à pirataria no Brasil? A Anatel apreendeu recentemente 600 mil aparelhos ilegais de TV por assinatura e IPTV; A Operação 404 também foi realizada no país para combater a distribuição ilegal de conteúdo online, que segundo o cet.la impacta o mercado com potencial de perda de 97 até 699 milhões de dólares.**

Posso dizer que já há alguns anos esse é um tema prioritário para a Anatel. Por anos a Agência combateu o uso de equipamentos não-certificados atuando na ponta da cadeia, apreendendo produtos em feiras e lojas.

Nos últimos anos passamos a atuar com mais inteligência, em cooperação com forças policiais, controle de fronteira e diversas outras instituições do Estado brasileiro. Com essa atuação coordenada passamos agora a focar nos grandes distribuidores desses equipamentos, desmobilizando sua operação em âmbito nacional.

Com certeza veremos mais atuações da Anatel nesse sentido enquanto os criminosos continuarem com essa atuação que prejudica o consumidor, a indústria os produtores, atores, enfim, e a sociedade como um todo. x



COLUMNA

EL APOORTE ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA DE CONTENIDOS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA



MARYLEANA MÉNDEZ
Secretaria General de ASIET

Impulsar las economías creativas es una pieza fundamental para la recuperación económica de los países de la región, en el escenario que enfrentamos como consecuencia de la contingencia sanitaria. Hoy nos encontramos frente a la urgencia de redoblar nuestra apuesta por políticas que promuevan la economía naranja y protejan la producción y el consumo legal de nuestros productos culturales. Este tipo de medidas son un instrumento fundamental para el fomento de nuestra cultura, que se reflejan desde el punto de vista material en la generación de empleo de calidad y de incentivos para la innovación. Según un estudio realizado por la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI), las industrias culturales en Europa generan hasta el 6% del PIB, en Estados Unidos hasta el 8%, mientras que en América Latina tan solo llegan al 4%. Las oportunidades de expansión son muchas y tenemos que aprovecharlas para potenciar su capacidad transformadora y coadyuvar al desarrollo sostenible y el crecimiento de la economía en general en nuestra región.

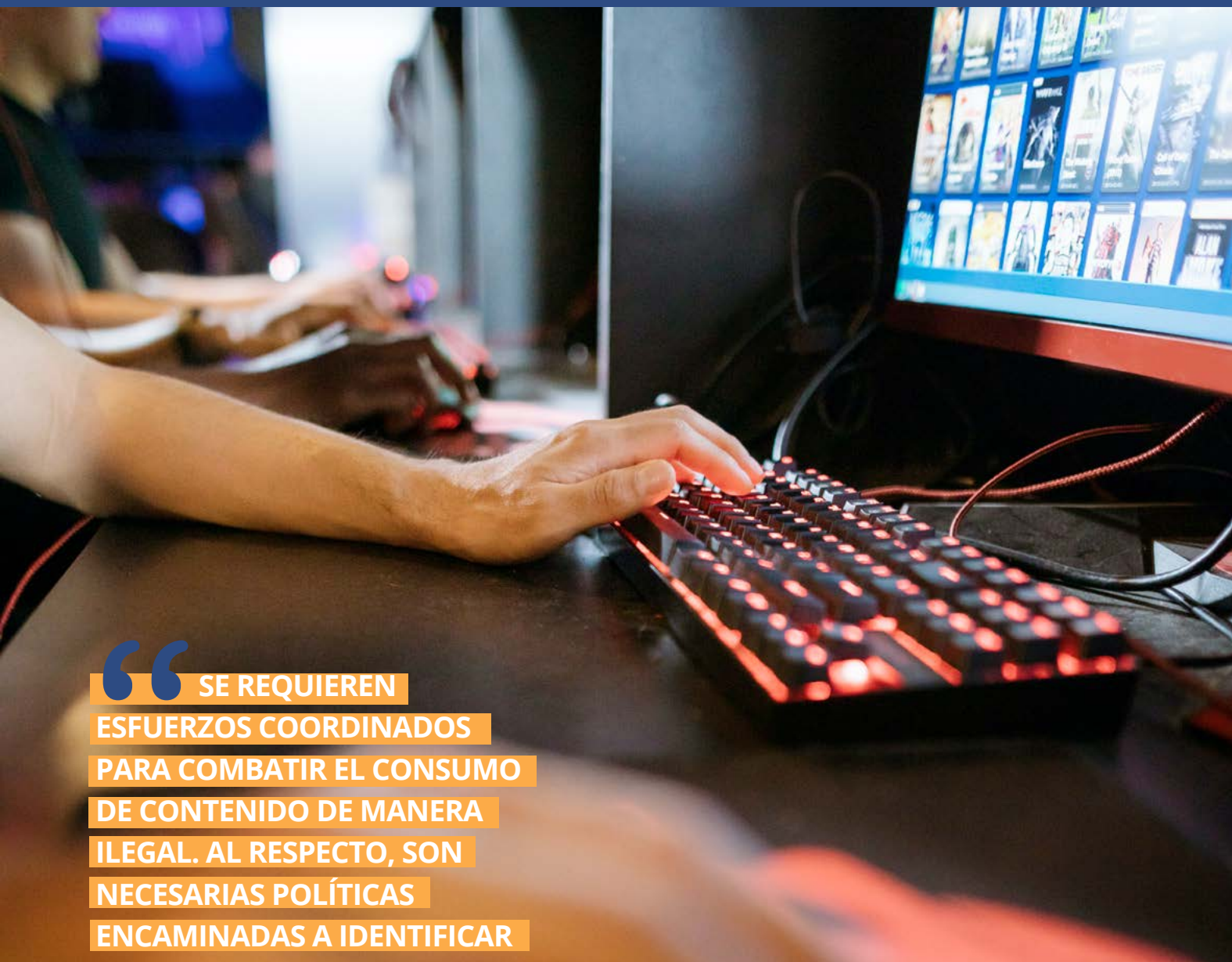
Cuando nos referimos a Economía Creativa o Naranja, hablamos directamente de los beneficios sociales, económicos y culturales que tiene la producción y distribución de contenidos, pero también se torna fundamental aludir a los retos y amenazas que enfrenta nuestra sociedad para materializarlos. En dicha tarea es imprescindible referirse al impacto negativo que tiene la piratería en estas actividades desarrolladas de manera legal por el sector audiovisual. El consumo desde sitios ilegales perjudica directamente a las economías nacionales al afectar la recaudación de

“ IMPULSAR LAS ECONOMÍAS CREATIVAS ES UNA PIEZA FUNDAMENTAL PARA LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LOS PAÍSES DE LA REGIÓN, EN EL ESCENARIO QUE ENFRENTAMOS COMO CONSECUENCIA DE LA CONTINGENCIA SANITARIA.

los Estados; restar ingresos al mercado legal que podrían destinarse a la oferta y despliegue de más y mejores servicios; reducir puestos de trabajo y afectar a los consumidores al comprometer la calidad de los servicios que reciben y poner en riesgo su información personal. Los recursos que van a los promotores de la piratería no se utilizan para brindar servicios de calidad, no se reinvierten en innovación o en contenidos, no generan empleo formal ni están fiscalizados.

Según el informe 'Dimensión e impacto de la piratería online de contenidos audiovisuales en América Latina', publicado por el Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (cet.la) a finales del 2020, las ganancias de la piratería de contenidos en línea podrían llegar a alcanzar los 2.000 millones de dólares anuales en la región. Este mismo informe expone cómo motores de búsqueda, redes sociales, **marketplaces** o **app stores**, funcionan en algunos casos como puentes hacia el consumo fraudulento.

La investigación realizada para el cet.la a través de Ether City (especializada en soluciones de protección de contenido) expone que en la región



“SE REQUIEREN ESFUERZOS COORDINADOS PARA COMBATIR EL CONSUMO DE CONTENIDO DE MANERA ILEGAL. AL RESPECTO, SON NECESARIAS POLÍTICAS ENCAMINADAS A IDENTIFICAR Y DESARTICULAR LAS ESTRUCTURAS PRIMARIAS DE LAS REDES DE DISTRIBUCIÓN FRAUDULENTO.”

hubo al menos 15.6 mil millones de visitas online a sitios ilegales en 2019. En la comparación de visitas entre 1377 dominios ilegales y 31 dominios legales con acceso directo a contenido audiovisual, los dominios ilegales tuvieron un 145% más de visitas totales en seis meses.

Existen varios problemas de base, sin embargo el que más resalta es que los usuarios desconocen los riesgos que están asumiendo al acceder a estos sitios ilegales en los que abunda el *malware*. Según Ipsos, 1 de cada 4 personas cree que las plataformas pirata son legales. Se trata de servicios ilegales que muchas veces tienen un costo o algún tipo de pago por suscripción, lo que tiende a confundir aún más al usuario.

Se requieren **esfuerzos coordinados para combatir el consumo de contenido de manera ilegal**. Al respecto, son necesarias políticas encaminadas a

identificar y desarticular las estructuras primarias de las redes de distribución fraudulenta. Además, son fundamentales medidas como la formación de capacidades digitales para elevar la conciencia entre los ciudadanos de los peligros a los que se exponen por consumir contenido ilegal y la construcción de acuerdos institucionalmente transversales para coordinar acciones que protejan la creación y el consumo legal. En definitiva, las políticas efectivas para la promoción de la Economía Naranja pasan, en buena parte, por la protección de nuestros contenidos, por la protección de su creación, distribución y consumo, acompañando con recursos y medios tecnológicos la difusión de los productos culturales.

En el complejo escenario que se observa a nivel global como resultado de la pandemia, ha sido notoria la importancia que la conectividad y las TIC tienen para nuestras sociedades. De manera particular, hemos presenciado como nunca, frente a la implementación de medidas de distanciamiento social, el rol fundamental que tiene el sector audiovisual para las personas y el impulso que la economía creativa merece en tiempos difíciles. **x**



ENTREVISTA

“MARCAREMOS EL FUTURO DEL ENTRETENIMIENTO AL ENTRELAZAR: CONTENIDOS DE CALIDAD PREMIUM, PERSONALIZACIÓN, MODALIDADES DE SUSCRIPCIÓN AJUSTADAS A LA COYUNTURA LOCAL”



GABRIEL ANDRIOLLO, HBO Max, Head of Publicity & Activations at HBO Max for Latin America



*** El sector audiovisual y de entretenimiento ha sido una pieza clave en los hogares durante las temporadas de aislamiento social por la expansión de la pandemia, lo que trajo aumentos de la demanda por parte de los usuarios, ¿cómo están viendo el rol de la industria durante la pandemia?**

En 2020 la dinámica de consumo de contenidos por parte de los usuarios se transformó debido a la contingencia por la pandemia. El streaming se convirtió en una opción real y viable para millones de consumidores que encontraron allí, una manera para entretenerse de una forma distinta y al alcance de sus manos.

Esto supuso un acelerado crecimiento de la industria, al tiempo que se batallaba con una pandemia que impulsó la evolución de un sector que debía concebirse de una manera diferente. Ahora, el reto es otro: existe una audiencia cada vez más exigente, que ya conoce las ventajas del streaming y busca permanente nuevas experiencias y diferenciadores clave. Es allí en donde HBO Max hace el match perfecto.

“CREEMOS QUE HAY PÚBLICOS PARA TODO, LA TELEVISIÓN POR CABLE TIENE MUCHO CAMPO QUE EXPLORAR AÚN, PERO ES UN GRAN MOMENTO PARA LAS PLATAFORMAS DE STREAMING, LAS CUALES OFRECEN CONTENIDOS QUE SE VAN AJUSTANDO A LAS NECESIDADES Y GUSTOS DE LOS USUARIOS; AMBAS PUEDEN COEXISTIR.

- * **La industria de contenidos audiovisuales está cambiando y los usuarios juegan un rol fundamental en las elecciones de estrategias de negocio, para ustedes: ¿cuáles son los principales desafíos y oportunidades para el sector en la región?**

Desde hace algunos años se comenzó a vivir el boom de la tecnología digital, las plataformas y sus contenidos. Estamos convencidos de que a través de HBO Max ofrecemos el mejor servicio de streaming en todos los sentidos; y pronto se convertirá en una plataforma indispensable. Trabajamos para crear experiencias de entretenimiento inolvidables para todos los consumidores alrededor del mundo. Marcaremos el futuro del entretenimiento al entrelazar: contenidos de calidad premium, personalización, modalidades de suscripción ajustadas a la coyuntura local y una experiencia única que solamente HBO Max puede ofrecer.

Trabajamos en una estrategia lo suficientemente atractiva para maximizar nuestra presencia en los diferentes mercados. Esto lo vamos a lograr de 3 maneras:

- **PRIMERO**, estar presentes en todas las plataformas de suscripción y reproducción habituales. Tanto para smartphones y tabletas, como para televisiones inteligentes y dispositivos de streaming.
- **SEGUNDO**, WarnerMedia tiene una larga historia en la región de más de 90 años, logrando importantes relaciones durante estos años, lo que nos ha permitido crear sinergias; una de ellas es que HBO Max es entregado sin costo adicional a millones de familias que, a través de nuestros socios de distribución, están suscritas a HBO en el modelo de televisión lineal.

- **TERCERO**, para complementar nuestro modelo de distribución directa, desde hace tiempo hemos trabajado en una serie de alianzas estratégicas en otras verticales, con el objetivo de acercar la plataforma aún más, a los usuarios.

- * **En este sentido, el entretenimiento *on demand* está ganando cada vez más peso y esto obliga a los proveedores de servicios audiovisuales a pensar *out of the box*, ¿cuál es la importancia de adaptar contenidos, formatos y oferta a los nuevos consumos de los usuarios?**

Creemos que hay públicos para todo, la televisión por cable tiene mucho campo que explorar aún, pero es un gran momento para las plataformas de streaming, las cuales ofrecen contenidos que se van ajustando a las necesidades y gustos de los usuarios; ambas pueden coexistir. Por nuestro lado, continuaremos enfocándonos en poner en el centro de todo al usuario, manteniendo la calidad que nos diferencia y dejar un sello característico de HBO Max como la mejor plataforma de streaming.

- * **Se acerca un nuevo lanzamiento con fuerte presencia en América Latina, ¿cómo se preparan para la llegada de HBO Max a América Latina? ¿Cuáles son sus objetivos en la región?**

América Latina y el Caribe es una región de gran importancia para HBO Max. El lanzamiento en esta zona ha sido muy relevante debido a que es el primero que se lleva a cabo fuera de Estados Unidos.

HBO Max tiene un plan de expansión a corto y mediano plazo. El lanzamiento en Latinoamérica y su posicionamiento en el mercado sin duda es la prioridad en este momento.

Cada región tiene características distintas pero ahora nos enfocaremos en conducir nuestra expansión de manera exitosa y cuidando lo que nos ha caracterizado siempre: calidad, usuario y experiencia única. Otro de los desafíos es reinstalar el concepto de entretenimiento de calidad. El consumidor está acostumbrado a mirar un contenido apático y HBO Max viene con una oferta para llegar al corazón de la gente.

- * **¿Qué cuestiones toman de referencia para producir localmente?**

Tenemos el compromiso de crear las mejores historias Latinoamericanas para HBO Max y lograr una afinidad con nuestros usuarios. Queremos hacer de la plataforma una ventana para impulsar la innovación y que tanto nuestros artistas como directores, escritores y productores, brillen por toda la región. x



COLUMNA

LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL COMO PILAR DE DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CREATIVA



GUSTAVO LARRABURE
Gerente de Asuntos Externos y Regulatorios de DIRECTV, Perú

La llegada de la pandemia trajo grandes desafíos a la industria en general y en particular a la industria digital y audiovisual. Debido al aumento del tráfico de internet distintas empresas vieron la necesidad de invertir en el desarrollo y mejora de las apps y plataformas streaming ante su mayor demanda. Asimismo, generó un incremento en el número de empresas y emprendimientos que optaron por la producción de bienes y servicios creativos, no solo por su rentabilidad sino para satisfacer las nuevas necesidades del mercado.

En el caso de los programadores de contenidos, muchos de ellos apostaron por la producción en streaming, desarrollándose una competencia importante, con un impacto positivo para el consumidor al generarse una autoexigencia en la creación con un mayor valor agregado, haciendo uso de la tecnología e innovación y formando una importante cadena de valor. A manera de ejemplo tenemos a las plataformas de Disney+, DIRECTV GO, Netflix las mismas que aumentaron de una manera significativa sus niveles de producción y se convirtieron en espacios alternativos a las salas de exhibición para los creadores, actores y todo el talento audiovisual.

Un punto a tener en cuenta para los desarrollos mencionados son los niveles de conectividad generados en el país. Según un estudio de Ipsos del último año, se estima que en el Perú hay 13.5 millones de internautas conectados a Internet, quienes representan el 80% de la población entre 16 a 70 años, teniendo entre sus dispositivos más usados

para conectarse a internet los smartphones y las PC con un 64% y 50%, respectivamente.

Ante este escenario, surge la necesidad de sensibilizar los beneficios de la Economía Creativa, desde la industria audiovisual, como una oportunidad para estimular la empatía de la sociedad no solo hacia un crecimiento cultural sino también a través de la contribución en la educación y formación de estudiantes. Desde este punto se debe impulsar y fortalecer la ampliación del espectro de actividades entre el Estado, el empresariado y los diferentes actores que impulsan la educación, el arte y la cultura del país.

Asimismo, a través de esta interacción entre el Estado y los distintos actores, se desarrollarán mecanismos de protección de la propiedad intelectual y cultural que tendrán un alto impacto en la sociedad y en el PBI, a través de la generación de empleo, cierre de brechas y promoción en innovación y tecnología.

En este sentido, es importante tener en consideración los altos niveles de informalidad existentes en el sector audiovisual. La emisión de contenido no autorizada por TV, cable o satélite, incluyendo la retransmisión por Internet de señales emitidas, sin autorización, ha sido un problema desde hace mucho tiempo para la industria del entretenimiento. Por ello, desde DIRECTV buscamos fortalecer la sensibilización de los actores de generación de políticas públicas respecto del concepto y los beneficios de economía creativa.

La piratería tiene impacto en quienes aportan su talento para crear contenidos, así como para los que invierten en tecnología para generar programas que ayuden a promover la cultura local, entretenimiento, información y deportes, entre otras cosas; mina los esfuerzos de quienes buscan proteger y promover la industria audiovisual nacional, y afecta los derechos de los artistas y trabajadores.

No podemos perder de vista el alcance de la piratería online. El informe de ALIANZA, que realizó MUSO, expertos globales en piratería digital, revela un aumento significativo en la piratería web en la

“EN PERÚ, EL ESTUDIO SOBRE LA “CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DE LAS INDUSTRIAS BASADAS EN EL DERECHO DE AUTOR EN EL PERÚ”, DEL INDECOPI, MUESTRA QUE LA TOTALIDAD DE ESTAS INDUSTRIAS, EN EL 2018 GENERARON EL 4.05% DEL EMPLEO NACIONAL.

región de América Latina. El tráfico a los sitios web pirata en América Latina aumentó un 9% en 2018 en comparación con el año anterior, con más de 14,14 mil millones de visitas a sitios pirata; y un patrón parecido se observó en el 2019. Asimismo según el reporte “Dimensión e impacto de la Piratería online de contenidos audiovisuales en América Latina” publicado por cet.la, en América Latina el 35% de los URL analizados a partir de la búsqueda de tópicos relacionados con contenido audiovisual en línea conducen hacia servicios o contenidos ilegales. Lo mismo ocurre con el 33% de los resultados en Redes Sociales y con el 26% en los marketplaces.

El marco coyuntural que hoy vivimos constituye una oportunidad ideal para apostar por la formalización y poder gozar de los beneficios que ésta pueda generar a los que opten por esta migración. Para ello, se requiere la creación de un Consejo Asesor de Economía Creativa (autónomo y empoderado) encargado de articular eficientemente el desarrollo de todos estos elementos hacia un objetivo común, donde participen las empresas peruanas e internacionales líderes en el sector; así como la emisión de una legislación de Economía Creativa dinámica, eficaz, directa y horizontal entre los distintos actores que compondrán esta alianza, tales como incentivos tributarios y vencimiento de obstáculos institucionales.

En Perú, el estudio sobre la “Contribución económica de las industrias basadas en el derecho de autor en el Perú”, del Indecopi, muestra que la totalidad de estas industrias, en el 2018 generaron el 4.05% del empleo nacional. Esto es más de 700 mil puestos de trabajo. Además, contribuyeron con más 18 mil millones de soles, que se refleja en el 3.83% del valor agregado nacional.

Finalmente, en el estudio “La economía creativa en el Perú”, elaborado por la consultora Niubox para DIRECTV, recomienda trabajar de manera colaborativa entre los diversos stakeholders en un marco que facilite la promoción y desarrollo sostenible de las industrias culturales en el país y que se tenga como objetivo la generación de un plan nacional de fomento que impulse el diseño e implementación de medidas incluidas en la agenda de políticas públicas.

Desde DIRECTV venimos trabajando junto con la Cámara de Comercio Americana del Perú (AMCHAM), en el desarrollo de mesas de trabajo para abordar y crear iniciativas de promoción de políticas públicas, así como la implementación de una hoja de ruta para el desarrollo sostenible de las industrias culturales en el país que a su vez enfrenten a la piratería y protejan al sector. Buscamos que se gestione de manera adecuada la creatividad, conocimiento, propiedad intelectual, derechos de autor y otras actividades, con objetivos de corto y mediano plazo.

Está demostrado que el desarrollo de la Economía Creativa, a través de la industria audiovisual, ha generado grandes beneficios para el país en materia laboral por el desarrollo de nuevos emprendimientos, inclusión y cierre de brechas. La distancia física ya no es un impedimento para contar con un producto o servicio que genere un impacto en el PBI debido a la oferta de mayores puestos de trabajo y al desarrollo de nuevas propuestas innovadoras que se traducen en mayor inversión, crecimiento cultural, formalización y generación de ingresos para los peruanos tal como ha venido sucediendo en los distintos países de la región. x



ENTREVISTA

“LAS EMPRESAS DE TELEVISIÓN ESTÁN HACIENDO INVERSIONES Y REALIZANDO TRABAJOS DESDE HACE VARIOS AÑOS, PREPARANDO SUS REDES Y ESTUDIOS PARA TRANSMITIR DIGITALMENTE Y PRODUCIR CONTENIDO CON LA CALIDAD DESEADA”

JULISSA CRUZ

Directora Ejecutiva de INDOTEL, República Dominicana



*** En República Dominicana se va a implementar Televisión Digital. ¿Qué Estándar eligieron ustedes? ¿Por qué?**

República Dominicana está en proceso de realizar el apagón análogo y del encendido digital, a través del cual iniciaremos a transmitir señales televisivas digitales. Para este proceso se eligió ATSC 1.0 como su estándar de implementación para Televisión Terrestre Digital.

Bueno, la selección del estándar se realizó ya hace más de 10 años, cuando ATSC 1 era el único “sabor” viable de este estándar. Desde el órgano regulador se impulsó el implementar la versión 3.0 de ATSC para esta transición, pero la falta de dispositivos finales, tanto televisores como cajas convertidoras, tanto en cantidad como a precios asequibles harían esta implementación imposible. La población no estaría lista y el financiar los dispositivos necesarios para asegurar que los grupos más vulnerables estén protegidos harían el proyecto poco factible.

*** ¿Esta transición tendrá algún costo para los usuarios?**

Salvo por la necesidad de comprar su televisor del estándar correcto, ninguno. Sin embargo, no puedo dejar de mencionar de que el Estado Dominicano ha identificado cerca de un millón de hogares vulnerables que tienen televisor, pero no cuentan con un servicio de cable. A estos hogares se les dotará de cajitas convertidoras de señales, para que disfruten de los beneficios de la televisión digital. Para la compra de estos equipos, el gobierno del presidente Luis Abinader invertirá unos 30 millones de dólares.

Este esfuerzo se hace en coordinación con el Gabinete social, la Presidencia de la República y el Indotel. También recibimos el apoyo los operadores de señales

televisivas, los miembros del sector telecomunicaciones y los importadores de estos equipos.

Aquellas personas que no califiquen para una de las cajas convertidoras que dará el Estado, y que deseen adquirirlas, lo pueden hacer en el mercado local o internacional, en precios que oscilan desde 10 hasta 30 dólares en promedio en una versión de función de conversión básica.

- * **¿Y qué piensa hacer el Estado dominicano con el Dividendo Digital? ¿Y con respecto al famoso segundo dividendo digital que se contempla en los foros internacionales y que la FCC ya está operando?**

Bajo la encomienda del Consejo Directivo del Indotel, presidido por Nelson Arroyo, y contando con el apoyo de los licenciarios que hacían uso de la banda de los 700 MHz, se ha logrado despejar esta banda de manera previa a la transición y hemos lanzado pliegos de licitación para la adjudicación de esta banda.

Esto lo pudimos realizar gracias a que la Presidencia de la República declaró como de alto interés nacional el acceso al internet de banda ancha e instruyó asegurar la disponibilidad de la banda de los 700 MHz para su utilización en la provisión de servicios públicos de telecomunicaciones que aseguren la transformación digital del país.

Con respecto al famoso segundo dividendo digital, queremos lograr dejar la mayor cantidad de espectro continuo libre en televisión, para que, en el nuevo Plan Nacional de Atribución de Frecuencia, podamos atribuir nuevos usos a las bandas liberadas de acuerdo a lo que se logre en UIT y los acuerdos internacionales.

- * **En República Dominicana el espectro de televisión ya está copado. ¿Cómo lograrían liberar más espectro que los 700 MHz?**

Aprovechando la capacidad de Multicast característico de la televisión digital estaríamos haciendo que dos concesiones compartan un canal radioeléctrico, y a su vez compartan infraestructura. De por sí la mayoría de las operaciones de televisión del país poseen más de una concesión de televisión, estaríamos creando valor permitiendo que dos empresas compartan sus costos operativos y de inversión capital reduciendo efectivamente CAPEX y OPEX de la operación técnica de un canal de televisión abierta a la mitad.

Al mismo tiempo estaríamos poniendo a disposición del órgano regulador (Indotel) de 80 a 120 MHz, dependiendo de la efectividad del reordenamiento y si se usan las bandas más bajas de VHF, esta banda podría ser atribuida a servicios móviles como lo ha destinado la FCC o aprovechar otras tecnologías y el largo de onda de estas bandas bajas para servicios rurales y educativos de forma fija.

- * **¿Así que estarían creando los grupos de canales de forma voluntaria? ¿no sería limitativo?**

Los canales pueden asociarse con cualquier otro canal siempre que tengan la misma área de cobertura, pueden elegir su socio, pero todos deben quedar agrupados. Para esto el Consejo Directivo ha puesto en consulta pública un nuevo reglamento y un protocolo de migración que contempla los pasos necesarios, pero todas las transmisiones con la excepción de los canales locales deben estar en una relación de 2 a 1.

“ REPUBLICA DOMINICANA ESTÁ EN PROCESO DE REALIZAR EL APAGÓN ANALÓGICO Y DEL ENCENDIDO DIGITAL, A TRAVÉS DEL CUAL INICIAREMOS A TRANSMITIR SEÑALES TELEVISIVAS DIGITALES.

En el caso de ATSC 1, un canal de 6 MHz es aprovechado para transmitir poco más de 19 Mbps, y considerando que una transmisión en 720 líneas progresivas a 60 cuadros por segundo (fps) usa unos 3.5 a 5 Mbps, un solo canal serviría para transmitir 3 o 4 programaciones en alta definición donde antes, en analógico, solo se podría transmitir un canal en lo que se estima en calidad sería equivalente a no más de una resolución de 480p. De igual manera pueden transmitir 1080p a 30 fps en aproximadamente el mismo ancho de banda de acuerdo a la norma del estándar.

Al final, los canales disfrutarían de una mejora sustancial en su imagen y en la calidad de su audio, en sus costos operativos, en su inversión y sería más fácil cubrir sus zonas autorizadas, creo que en este escenario hay muy pocas limitaciones a cambio de mucho que ganar.

Ciertamente la República Dominicana enfrenta una realidad poco común, nuestro espectro televisivo está totalmente asignado, esta medida es la única que nos permite mantener las concesiones vigentes, asegurar simulcast para todos los canales y el usufructo de un segundo dividendo digital a futuro.

- * **¿Y qué implicaciones tiene esto para las que prestan el servicio? ¿Y cuáles serían las etapas del proceso?**

Las empresas de televisión están haciendo inversiones y realizando trabajos desde hace varios años, preparando sus redes y estudios para transmitir digitalmente y producir contenido con la calidad deseada, en su gran mayoría los transmisores están listos para transmitir digitalmente, en especial considerando que ATSC 1 ya tiene bastante tiempo en el mercado.

Sin embargo, este proceso se rige por un plan de transición propuesto por el Indotel donde se establecen los procesos en las diferentes etapas.

Hay etapas que son regulatorias donde el Consejo Directivo asignará las frecuencias de prueba para la transmisión digital, y otra donde se debe reordenar el espectro. Pero desde el punto de vista de los usuarios, veremos un momento donde tendremos en el aire las transmisiones analógicas que conocemos además de iguales transmisiones digitales. Durante este periodo los usuarios están invitados a probar sus cajas convertidoras y ver la diferencia entre una transmisión digital y una transmisión analógica.

Te puedo decir que la República Dominicana se está preparando para que el apagón analógico sea una realidad en septiembre del próximo año 2022 e iniciaremos la transmisión digital por televisión abierta en estado de pruebas antes de que termine el 2021. x



COLUMNA

CONSTRUYENDO EMPRESAS Y SOCIEDADES CREATIVAS Y DIGITALES



PABLO SCOTELLARO
Presidente Ejecutivo de Certal

Para comenzar, desde CERTAL –Centro de Estudios de Telecomunicaciones y Regulación– entendemos que la economía creativa es un término que no responde a una única definición. Para la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), esta economía engloba todas aquellas actividades económicas vinculadas al conocimiento sobre las que se asientan las industrias creativas y, asimismo, constituyen un punto de encuentro entre el patrimonio cultural y artístico, el conocimiento, las ideas creativas y la tecnología; y así lo vemos también nosotros. Además, la producción de este tipo de economía se diferencia de las demás porque posee una aportación vinculada a la propiedad intelectual y los derechos de autor. De igual modo, se considera que la creatividad y la innovación constante se han convertido en las fuerzas claves e impulsoras de la economía y las sociedades de América Latina.

Por ende, las sociedades, gobiernos y empresas de nuestra región deben comenzar a interpretar y prestar mucha atención al cambio paradigmático que se viene gestando en el modo de innovar, y a su vez, consolidar su capital creativo. Este capital creativo sería, desde nuestro punto de vista, los activos combinados de la sociedad que permiten y estimulan a los ciudadanos, diferentes grupos de interés, organizaciones, empresas, instituciones no gubernamentales y universidades a ser innovadoras y creativas. En este contexto, y ya entrando directamente en el mundo de las telecomunicaciones y la industria audiovisual, el advenimiento de una

economía creativa estaría provocando que emerjan prácticas empresariales, sociales y culturales que deben conjugar creatividad tecnológica, investigación y desarrollo (I+D), creatividad económica e innovación cultural.

Estos elementos combinados permitirán que las empresas de creación de contenidos audiovisuales y, también las de telecomunicaciones, se transformen continuamente y sean cada día más pujantes; constituyéndose, como verdaderos hacedores de valor y de nuevas experiencias para las sociedades de la región y el mundo. Cabe destacar en este punto, que hoy día estamos transitando también por un proceso de convergencia tecnológica y digital de las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones, operadores, programadores de televisión, productores y distribuidores de contenidos digitales, que implica una articulación globalizada cada vez más estrecha y por lo tanto más dinámica entre todos estos actores.

La transformación del ecosistema audiovisual en la región

En referencia a los retos y desafíos de la industria audiovisual de la región, es necesario tener en cuenta que desde ya hace un tiempo largo que viene enfrentando a los obstáculos de la pandemia por COVID-19, donde se tuvieron que cancelar muchas producciones y se han paralizado numerosos proyectos. Además, no debemos dejar de lado el exponencial incremento del consumo de contenidos audiovisuales -que también generó un aumento de la piratería-, el nuevo posicionamiento de la televisión abierta (superado el mito de que la televisión se estaba muriendo), donde los contenidos informativos se presentaban como los de mayor consumo en ese segmento, y el gran desafío de las empresas de telecomunicaciones para soportar y brindar un servicio adecuado a la gran demanda de tráfico que generaba -y continúa generando- este gran consumo digital. Por otra parte, los gobiernos de la región también tuvieron que tomar acciones orientadas a generar nuevas oportunidades que permitan

“LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL TIENE SUS PROBLEMAS, PERO UTILIZANDO LA INNOVACIÓN Y LA ECONOMÍA CREATIVA SE PUEDEN CREAR CIENTOS DE OPORTUNIDADES Y VENTAJAS COMPETITIVAS PARA ENFRENTAR LOS DESAFÍOS QUE TIENE LA INDUSTRIA.

fortalecer la industria audiovisual y de contenidos, así como estimular su desarrollo y competitividad.

En este sentido, comparto el ejemplo de Uruguay, quien a través de varios sectores culturales y de gobierno presentó el proyecto denominado “Programa Uruguay Audiovisual”. El mismo tiene como objetivo mejorar el posicionamiento del país para atraer producciones internacionales, la coproducción de realizaciones nacionales con inversores del exterior e incentivos para la producción de comerciales en Uruguay, industria en la que el país tiene amplia trayectoria. A través de Uruguay Audiovisual, se permitirá que tanto producciones extranjeras como nacionales que se ejecuten en el país presenten sus proyectos a un comité integrado por el Instituto Nacional del Cine y el Audiovisual -ICAU, Uruguay XXI, la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (DINATEL) del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM) y la Agencia Nacional de Desarrollo ANDE-. Luego de una evaluación y aprobación, serán elegibles para el incentivo de ‘cash rebate’, como se lo conoce mundialmente en la industria, devolviendo distintos porcentajes de los gastos realizados en las producciones, según el tamaño de cada proyecto, y con topes máximos de devolución. El programa consolida una prueba piloto realizada en 2019 con buenos resultados, entre ellos la realización de productos internacionales. Como ejemplo se encuentra la serie ‘Conquest’, producida

por Netflix. De acuerdo con las producciones ya acordadas en el marco de este incentivo, se espera que las exportaciones de servicios audiovisuales se dupliquen este año, para superar los 40 millones de dólares. Varias empresas internacionales han confirmado rodajes en Uruguay que ya están en producción y seguirán en el marco de este programa. Entre ellas se encuentran Amazon, Netflix, HBO y Sony.

Para finalizar, me gustaría también destacar que las alianzas entre instituciones para producir nuevos e innovadores contenidos audiovisuales son otro eje de importancia para apostar al nuevo desarrollo de la industria. Aquí, y como ejemplo que involucra a ASIET, destaco la unión entre esta institución, CERTAL y la señal de televisión Unión Continental Latinoamérica TV - UCL TV para la producción del informativo denominado “Telecomunicaciones de América Latina”. El mismo tiene como objetivo asegurar un espacio didáctico sobre el sector de las TIC, la industria audiovisual y la Economía Digital, y nos brinda un espacio donde se pueda promover los derechos en línea y la protección de datos de los usuarios.

Como vemos, la industria audiovisual tiene sus problemas, pero utilizando la innovación y la economía creativa se pueden crear cientos de oportunidades y ventajas competitivas para enfrentar los desafíos que tiene la industria.



COLUMNA

CREATIVIDAD, CONTENIDO Y TECNOLOGÍA PARA ATRAER A MÁS CONSUMIDORES



DANIEL ROJAS
Director Claro Media, Colombia

Durante la pandemia los generadores de contenido estuvimos llamados a satisfacer las necesidades crecientes de los clientes en cuanto al consumo de entretenimiento. La creatividad y el uso de nuevas tecnologías, ligado al alcance que debemos tener, nos obligaron a responder a estos crecientes retos, a dinamizar la forma de ofrecer contenidos y a usar nuevos canales complementarios para cautivar a las audiencias de todas las edades.

Desde el canal red+ y los canales de Claro en Colombia, nos hemos preocupado por trabajar y ofrecer contenidos diferenciales que nos permitan cautivar a la audiencia. Por un lado, red+ noticias se ha logrado posicionar como una oferta diferente de contenido en la que priman el análisis, los especialistas y en darle profundidad a las noticias. El aumento en la demanda de estos contenidos nos ha llevado a crecer la frecuencia de emisión que ya subió a tres diarias e inclusive el fin de semana.

Así mismo, han llegado nuevos programas y segmentos de deportes, también a amas de casa, programas de opinión, espacios para aficionados a los videos juegos y a la tecnología. Además de canales musicales como Claro música Tv. Un ecosistema amplio de entretenimiento para todos los segmentos y con calidad.

Lo anterior, por supuesto, significa contar con un gran equipo de trabajo comprometido con llevar lo

mejor a los colombianos. Creatividad, innovación y un excelente equipo de producción son los que nos han permitido consolidarnos como una alternativa para los clientes de televisión cerrada en el país, y posicionarnos en la memoria de los colombianos. Es por eso que desde red+ y Claro música Tv le apostamos a contenidos atractivos, a productos diferenciales que se conviertan en una verdadera alternativa para los hogares colombianos y que por medio del operador Claro cada vez más personas los puedan conocer.

Así mismo, y teniendo en cuenta lo anterior, al igual que muchos de los generadores de contenido, nos vemos afectados por prácticas de piratería que impactan de manera negativa en temas de evasión de impuestos, pérdida de empleos formales, imposibilidad de creación de nuevos puestos de trabajo, contenidos y condiciones negativas para la inversión del sector. Colombia presenta una de las tasas de ilegalidad en televisión más altas de Latinoamérica, que se refleja en un importante número de suscriptores de televisión que son atendidos por prestadores no autorizados o no reportados. Es un reto en el que trabajamos de manera conjunta con el Gobierno y sus Instituciones para lograr reducir el impacto y generar mayores avances para el sector.

Sin embargo, desde **Claro media**, que reúne también a los canales, nuestro propósito es seguir trabajando para cautivar a la audiencia con contenidos diferenciales, con una oferta dinámica, nuevos talentos y por supuesto nuevas oportunidades para los televidentes y para las empresas.

Fue por esta motivación que nació esta unidad de negocios de Claro Colombia en la que converge una multiplataforma de servicios enfocadas en conectar a posibles clientes con productos y/o servicios gracias a estrategias de comunicación que integran



“ **CON CLARO MEDIA TENEMOS LA CAPACIDAD DE GENERAR SOLUCIONES ESTRATÉGICAS E INNOVADORAS, SIENDO CLAVE EL DESARROLLO TECNOLÓGICO, LA CLUSTERIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN AVANZADA DE AUDIENCIAS Y LA CAPACIDAD QUE TENEMOS PARA LLEGAR A MILLONES DE COLOMBIANOS PARA CREAR UNA CONEXIÓN REAL ENTRE UNA EMPRESA Y SUS CLIENTES.** ”

canales digitales y tradicionales, además de data con la que se robustece su alcance.

Con **Claro media** tenemos la capacidad de generar soluciones estratégicas e innovadoras, siendo clave el desarrollo tecnológico, la clusterización y segmentación avanzada de audiencias y la capacidad que tenemos para llegar a millones de colombianos para crear una conexión real entre una empresa y sus clientes.

Las empresas pueden llegar a más de 36 millones de personas en Colombia por medio de un hub multiplataforma compuesto por cinco canales de TV dentro de los cuales se destacan Red +, Claro Sports y sus canales musicales; 15 Minutos, la revista con mayor circulación impresa en el país, soluciones para activations de marca y comunicación no tradicional BTL en el centro comercial Plaza Claro, y un portafolio robusto de soluciones de mobile marketing que permite realizar campañas programáticas a los dispositivos conectados a la red de Claro y el ecosistema de soluciones digitales en su red de portales y aplicaciones.

Sin lugar a dudas, en la industria estamos llamados a innovar, a ofrecer más servicios no solo para los

televidentes, no solo para los diferentes dispositivos, sino también para las empresas que cada vez buscan canales de contenido más dinámicos, director y segmentados, lo que se traduce en un mayor alcance y visibilidad. Es una verdadera convergencia entre lo tradicional y la tecnología para la modernización del sector. **x**



REPORTE

Dimensión e impacto de la Piratería online de contenidos audiovisuales en América Latina

La piratería afecta negativamente al desarrollo de la economía creativa en América Latina, genera pérdidas al mercado audiovisual legal, no brinda servicios de calidad y sus ingresos no reinvierten en innovación, o en contenidos. La piratería en el sector audiovisual perjudica la generación de empleo y merma la recaudación fiscal de los Estados.

Descarga el reporte completo en www.cet.la

ENTREVISTA

"ES CRUCIAL QUE LAS AUTORIDADES LOCALES TENGAN UN MARCO LEGAL Y REGULATORIO MODERNO, QUE CONTEMPLE LA PIRATERÍA AUDIOVISUAL"

CLAUDIA KATTÁN DE JORDÁN, Presidenta de Junta Directiva de Amcham, Honduras



* **La piratería es un fenómeno que impacta negativamente en toda la cadena de valor de la industria audiovisual. ¿Cómo observan el fenómeno de la piratería en Honduras y Centroamérica? ¿Qué iniciativas desarrollan desde Amcham para paliarla?**

En general, en la industria de la piratería o falsificación, su mayor atractivo es su fácil acceso. Desde la perspectiva de AmCham, en Centroamérica, la piratería ha ido en aumento en los últimos años por la necesidad de accesos a más contenidos para entretenimiento sin costo, ya sean películas, series, eventos deportivos, etc. Con la pandemia, el uso de aplicaciones o software "gratis" o de bajo costo, como las IPTV's que se descargan en los móviles, se ha proliferado. La gente pasa más tiempo en casa y la economía influencia esta acción ilegal, pues no pagan por el uso/distribución o redistribución de éstos.

En Honduras es bastante común recibir ofertas de material pirateado desde música, películas, accesorios, moda, hasta productos farmacéuticos, higiénicos y del sector de la belleza. En cuanto al material audiovisual, usualmente, se ofrece en la calle por menores de edad, de esta forma los comerciantes evitan la pena de prisión. Además, el uso ilegítimo de la transmisión de programación televisiva de canales extranjeros en canales locales o por medio de señal de cable es un servicio que se ofrece y demanda en distintos sectores de la ciudad, y es de fácil adquisición por el costo.

En AmCham trabajamos porque se respete la propiedad intelectual como un elemento importante del fortalecimiento del estado de derecho, que crea

seguridad jurídica, esto para atraer a más inversión extranjera e impulsar la inversión local. Nuestro Comité de Propiedad Intelectual participa en foros sobre el tema y apoya a todas las iniciativas que se orientan en educar sobre esta problemática para proponer soluciones.

* **Dos grandes problemáticas directamente relacionadas con la piratería de contenidos audiovisuales son: por un lado, la falta de estadísticas y, por el otro, la no concientización sobre el fenómeno que aumenta los riesgos que genera en las industrias, como también en la recaudación fiscal de los Estados y a los usuarios. ¿Qué buenas prácticas recomiendan para combatirla?**

Es crucial que las autoridades locales tengan un marco legal y regulatorio moderno, que contemple la piratería audiovisual y las nuevas modalidades que afectan al software. Una forma de combatir y, posiblemente detener, la proliferación de la piratería es con leyes claras que garanticen la competencia justa. Esto impulsaría la elaboración de estudios locales para obtener estadísticas reales del impacto de estos ilícitos en el país y tener datos que permitan tomar medidas adecuadas para luchar contra la piratería.

En la industria del software, el valor de datos estadísticos es especialmente relevante y estratégico para los operadores de justicia (policía nacional, policía municipal, técnicos de rentas y aduanas, fiscales y jueces) e instituciones afectadas. Al compartir y obtener datos que reflejen la relación entre el delito de piratería y el daño en recaudación, inversión, competencia lícita y empleos dignos con beneficios es de suma relevancia. Complementario a esto es el acceso a mayores recursos tecnológicos que permitan a los operadores de justicia aplicar la ley y poder contar con una oficina que se encargue de estudiar estos fenómenos para analizar su evolución y contraataque.

Otro factor importante es el trabajo coordinado de las fuerzas interinstitucionales (policía, Ministerio Público, Secretaría de Desarrollo Económico, Dirección de Protección al Consumidor, SAR y Aduanas). Estas instituciones pueden aportar a combatir aquellos delitos que atentan contra la competencia lícita por medio de leyes que protejan a los titulares de derechos. Al no garantizar una competencia lícita, se reducen las posibilidades de empleos dignos por la menor inversión, aumentando de tal manera la informalidad comercial y la inseguridad de los datos de la población civil.

La ciudadanía debe entender la relación que el delito de piratería tiene con el crimen organizado, su seguridad y la de sus compatriotas. En resumen, hay cuatro puntos esenciales para hacerle frente a la piratería tanto para software como otros servicios y productos:

1. Educación: Incrementando el conocimiento de los riesgos de uso de productos o servicios piratas. Como los riesgos a la privacidad del usuario y sus datos (empresarial y personal), haciendo hincapié

"AL NO GARANTIZAR UNA COMPETENCIA LÍCITA, SE REDUCEN LAS POSIBILIDADES DE EMPLEOS DIGNOS POR LA MENOR INVERSIÓN, AUMENTANDO DE TAL MANERA LA INFORMALIDAD COMERCIAL Y LA INSEGURIDAD DE LOS DATOS DE LA POBLACIÓN CIVIL."

en el valor, seguridad y calidad de tener el producto o servicio original por vía legal.

2. Reforzamiento legal: promoviendo relaciones fuertes con entes de gobierno de propiedad intelectual, ayudando en su formación y continuo desarrollo para perseguir el delito.

3. Ingeniería de productos: haciendo la piratería cada vez más difícil a través del diseño de productos más seguros y complejos de replicar.

4. Involucrar a El SAR, con su colaboración y ayuda junto a otras instituciones legales, policiales y de investigación para demostrarle la cantidad de dinero que se pierde en impuestos no pagados por el tema de piratería.

* **¿Cuentan con ejemplos específicos que sirvan de modelo para otros países?**

Sumado a los que he mencionado anteriormente, en Honduras existe la Asociación para la Propiedad Intelectual Justa (APPI), que se ha creado para promover el respeto a la propiedad intelectual en telecomunicaciones, es el segundo país de Centroamérica con una iniciativa como ésta, y es el punto de partida para muchas acciones que generen resultados positivos que nos lleven a un ambiente de competencia leal y justa.

Entre el 2007 y el 2010 el ministerio público en colaboración con la policía realizó trabajo de campo aplicando la ley. Cubrieron rótulos que podrían generar confusión por el uso de marcas similares (notoriamente conocidas), decomisando productos en los mercados de la capital, etc. En ese momento Honduras se encontraba en el informe "Special 301" de United States Trade Representative (USTR, por sus siglas en inglés), el cual refleja el resultado de una revisión anual, exigida por el Congreso de EE.UU., del estado global de la protección y aplicación de los derechos de propiedad intelectual. Con el apoyo e impulso de la USTR, junto a otras acciones administrativas de la dirección de propiedad intelectual, Honduras salió del reporte y se ha mantenido fuera desde entonces. Lo que demuestra la importancia y los frutos de combinar esfuerzos para combatir esta problemática. x



ANÁLISIS

PIRATARIA AUDIOVISUAL NO BRASIL: COMO RESTRINGIR AS TRANSMISSÕES ILEGAIS PELA INTERNET?

JONAS ANTUNES COUTO

Diretor Jurídico-Regulatório da ABTA (Associação Brasileira de TV por Assinatura)

A economia criativa no Brasil é responsável por 2,61% do PIB nacional, gerando R\$ 155,6 bilhões e com 837,2 mil profissionais formalmente empregados (FIRJAN, 2019), e um dos poucos setores intensivos em capital intelectual nos quais o país é competitivo internacionalmente.

Infelizmente os profissionais da cadeia audiovisual no Brasil (autores, produtores, programadores, distribuidores) e a sociedade como um todo são saqueados pela pirataria. Estudo da ABTA (2020) demonstra que toda cadeia produtiva sofre com as perdas econômicas decorrentes desse mal. São quase R\$ 15,5 bilhões por ano perdidos no mercado de TV por assinatura, sendo R\$ 2 bilhões somente em arrecadação tributária. Os lucros advindos da pirataria audiovisual hoje alimentam o crime organizado, se traduzindo em insegurança pública e afetando negativamente a vida dos cidadãos brasileiros.

Há anos a indústria tem se mobilizado com o Estado para prevenir e combater a pirataria audiovisual no Brasil, mas infelizmente, a despeito de todos os esforços dos envolvidos, os piratas estão vencendo a guerra. Novas técnicas e operações modernas espalhadas pela internet têm desafiado os combatentes. Os conteúdos protegidos são furtados e armazenados em servidores em diferentes países e depois acessados via sites, aplicativos, listas IPTV ilegais disponíveis em lojas virtuais de grandes empresas de tecnologia. TV boxes ilegais, com **malwares** capazes de impactar o funcionamento das redes de telecomunicações no país, são comercializados em inúmeros **e-commerces** legais com a finalidade de acessar gratuitamente conteúdos audiovisuais fruto de investimentos públicos e privados. Redes sociais ajudam a coordenar as operações e promover o negócio ilegal e a impunidade.

“A ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL É RESPONSÁVEL POR 2,61% DO PIB NACIONAL, GERANDO R\$ 155,6 BILHÕES E COM 837,2 MIL PROFISSIONAIS FORMALMENTE EMPREGADOS (FIRJAN, 2019), E UM DOS POUCOS SETORES INTENSIVOS EM CAPITAL INTELECTUAL NOS QUAIS O PAÍS É COMPETITIVO INTERNACIONALMENTE.”

Recentemente a ABTA finalizou pesquisa que constatou que 33 milhões de internautas brasileiros com mais de 16 anos (27,2% dos entrevistados) têm hábitos de acesso ilegal a conteúdo audiovisual não autorizado. Só existe demanda nessa escala porque há muitas ofertas ilegais na internet.

E como restringir essa oferta ilegal de conteúdo audiovisual na internet brasileira?

Implementando, no âmbito dos provedores de conexão no Brasil, medidas recorrentes de impedimento de acesso a sites, aplicativos, boxes e listas IPTV que transmitem filmes, programas, jogos, eventos sem a autorização dos detentores desses direitos.



Há mais de dois anos a indústria audiovisual brasileira tem trabalhado junto a autoridades nacionais para institucionalizar procedimento de denúncia a partir do qual seja possível interromper regularmente transmissões não autorizadas de conteúdo audiovisual pelos provedores de conexão à internet.

Muitas jurisdições mundo afora já se valem dessas medidas de interrupção contínua das transmissões ilegais na infraestrutura de redes. Muitas a partir de ordens judiciais, outras pela via administrativa, mas também existem iniciativas a partir de políticas próprias dos provedores de conexão. Todas elas muito eficientes no controle da oferta ilegal e incentivadoras do consumo legal.

O grande desafio dessas medidas sempre foi o risco de, ademais de restringirem a oferta ilegal audiovisual, também afetarem interesses lícitos de terceiros que se valem da internet para ofertar e consumir.

No Brasil, alguns cuidados estão sendo tomados para se equacionar esses riscos. Primeiro, as denúncias de transmissões ilegais que violam direito autoral não alcançarão plataformas intermediárias legais (i.e. Youtube, Instagram, Facebook, Tik Tok etc) que normalmente possuem canal de denúncia próprio, política de **copyright**. Segundo, todas as solicitações de denúncias pelos detentores dos direitos autorais deverão vir acompanhados de relatórios técnicos de **experts** sobre as transmissões ilegais com recomendação ou não das diferentes formas de interrupção pelos provedores de conexão (bloqueios de IP, DNS, URL). Terceiro, todas as denúncias e o seu acompanhamento pelos diferentes entes envolvidos no processo devem ocorrer a partir de plataforma tecnológica com o mínimo de interferência humana possível.

Estabelecidas essas premissas, o procedimento institucionalizado (ainda em discussão) deve seguir os seguintes passos:

PASSO 1

Associações representativas de detentores de direitos de conteúdo audiovisual no Brasil monitoram a internet e definem alvos relevantes a serem denunciados para as autoridades. A escolha dos alvos acontece a partir de ranking de relevância e para cada um deles é estruturado dossiê que comprove o ilícito específico (i.e. violação de direito autoral, operação clandestina de TV paga) e juntado relatório técnico de **experts** indicando as possibilidades de interrupção na internet. Abre-se um ticket na plataforma tecnológica que acompanhará a denúncia.

PASSO 2

A autoridade competente, Ancine, Anatel ou Ministério Público, a depender do enquadramento legal da denúncia, é alertada da abertura do ticket e analisa as evidências para confirmar ou não o ilícito denunciado e para solicitar ao judiciário ou

ordenar administrativamente aos provedores de conexão as medidas de interrupção da transmissão ilegal. No primeiro caso, com necessidade de pedido judicial, o processo só segue para aos provedores de conexão após o upload da ordem judicial que autorize as interrupções. No segundo, a autoridade administrativa encaminha diretamente aos provedores de conexão a ordem para interrupção das transmissões ilegais.

PASSO 3

Em função da pulverização de provedores de conexão no Brasil (são mais de 10 mil licenciados pela Anatel e milhares de outras operações não licenciadas), as ordens judiciais ou administrativas serão encaminhadas para um conjunto de operações de telecomunicações que, estrategicamente, facilitarão um maior alcance dos bloqueios junto aos internautas brasileiros. Existe, portanto, uma coordenação prévia entre esses provedores de conexão estratégicos (operações de cabos submarinos, de transporte interestadual e metropolitano, principais ofertantes de banda larga fixa e móvel para consumidores residenciais) realizada pela Anatel, regulador das telecomunicações no país. Todas essas operações são usuárias da plataforma tecnológica que gerencia o processo e são alertadas todas as vezes em que novas interrupções precisem ser realizadas.

PASSO 4

Após os bloqueios das transmissões ilegais dos alvos pelos provedores de conexão, os detentores de direitos, denunciadores, anexam novos relatórios técnicos dos experts quando identificadas mudanças de URLs, IP, DNS originando novas transmissões. As autoridades revalidam a ordem e os provedores de conexão repetem os bloqueios.

PASSO 5

Todas as denúncias são objeto de relatório mensal, com histórico e status atual, que é disponibilizado a todos os envolvidos no processo institucionalizado. Mesmo a execução dos bloqueios pelos provedores de conexão estratégicos é monitorada a partir de hardwares aplicados em pontos representativos de suas redes, de modo a municiar as autoridades com essas informações sobre o cumprimento das ordens.

Esse o fluxo que vem sendo pensado e que no curto prazo deve ser institucionalizado no Brasil para restringir as transmissões ilegais pela internet de filmes, jogos, programas, eventos que tanto mal fazem para a indústria, mas também para a sociedade brasileira como um todo. A restrição dessa oferta ilegal, espera-se, incrementará o consumo legal de conteúdo audiovisual pelo brasileiro e drenará recursos de operações criminosas que hoje se valem da pirataria audiovisual para financiar seus negócios. Alguém é contra? **x**



ENTREVISTA

“CREEMOS FUNDAMENTAL TRABAJAR EN LA PREVENCIÓN A TRAVÉS DE LA CONCIENTIZACIÓN”

SERGIO PIRIS

Gerente de Asuntos Penales, Delitos Tecnológicos y Antipiratería de Telecom, Argentina



* La problemática de la piratería afecta a toda la cadena de valor de la industria audiovisual, como también a la recaudación fiscal de los Estados y se ha demostrado cómo perjudica a los usuarios, ¿cómo ven este fenómeno?

Si bien no hay estadísticas formales en Argentina, en Telecom tenemos un área dedicada a estos temas que se preocupa e invierte tiempo, dedicación y recursos para revertirlo. A su vez, tenemos conocimiento de las situaciones que van ocurriendo, porque hay un área también de **tech** y por distintos tipos de canales que tiene la empresa de denuncia de conexiones ilegales.

Sin embargo, uno de los problemas más grandes en el país, y la región, es la falta de estadísticas.

Hay distintos tipos de piratería, a través del hurto de equipo o clonación de módems, que permiten la liberación de las señales, y con la masividad de Internet, surge el problema de la piratería vía streaming. Además de nuestro equipo técnico y legal, nos parece fundamental formar parte de asociaciones antipiratería. A través de ASIET, y su iniciativa del cet.la, pudimos conocer el estado y el impacto negativo de la piratería en la región con un desglose específico por 10 países, que nos permitió entender más en profundidad la problemática y actuar en consecuencia.

Creemos fundamental trabajar en la prevención a través de la concientización. Es cierto que había una demanda del consumidor que fue cambiando. El producto **Flow**, en ese sentido, fue uno de los primeros en la región con que se respondió a las demandas de inmediatez del consumidor, y es un

“ A TRAVÉS DE ASIET, Y SU INICIATIVA DEL CET.LA, PUDIMOS CONOCER EL ESTADO Y EL IMPACTO NEGATIVO DE LA PIRATERÍA EN LA REGIÓN CON UN DESGLOSE ESPECÍFICO POR 10 PAÍSES, QUE NOS PERMITIÓ ENTENDER MÁS EN PROFUNDIDAD LA PROBLEMÁTICA Y ACTUAR EN CONSECUENCIA.

servicio muy bueno competitivamente, porque también posee funcionalidades para ver **on demand** toda la grilla de programación de Cablevisión Flow, como también retroceder, pausar o volver a ver.

Para que los usuarios elijan servicios legales, y no ilegales, es necesario educar sobre los riesgos que existen y el impacto negativo para la economía formal en su conjunto.

* ¿Cuál es la pérdida real para los Estados?

La pérdida es enorme porque las empresas del sector abonan una gran cantidad de impuestos. En la Argentina, por ejemplo, tenemos la Sociedad de Autores y Compositores (SADAIC); Artistas, Intérpretes y Productores (ADICAPIF); Sociedad General de Autores (ARGENTORES); Fondo Nacional de las Artes; Sociedad Argentina de Gestión de Actores (SAGAI); y Directores Argentinos Cinematográficos. A esto se suman tasas a los servicios TIC, Ingresos Brutos Provinciales, Espacio Aéreo Municipales y los impuestos asociados a Ganancias y Consumo.

Todo ese dinero, si se recauda como se hace a través de la vía legal, el Estado lo puede utilizar para educación, hospitales y seguridad, entre otros. A través de organizaciones como Certal y la Asociación Argentina Antipiratería estamos tratando de tener una relación entre el sector público y privado con capacitaciones, charlas y encuentros porque nuestra tarea es fomentar y concientizar. Creemos que la concientización del consumo ilegal debe profundizarse. Si hoy ingresás a Google y ponés “ver película online” te siguen apareciendo miles de ofertas que van en detrimento de la recuperación económica de la industria audiovisual, y en definitiva de todo el ecosistema de contenidos.

El impacto negativo es una cadena que afecta las fuentes de trabajo. Si la ilegalidad, o las conexiones ilegales, no las perseguimos como lo estamos haciendo y dejamos que sigan funcionando, estaríamos avalando esto. Y si la gente que paga por el servicio deja de pagar no solo afecta a la empresa sino a sus fuentes de trabajo y de la industria

audiovisual. Repercute en todos los ingresos, la pérdida de ingreso y recaudación, por la cantidad de impuestos que detallé. Entonces la ilegalidad y el aumento de la clandestinidad y piratería equivale a pérdida de fuentes de trabajo y pérdida de ingresos, tanto privados como públicos.

* Sobre la tipificación de los delitos, ¿recomiendan alguna manera para combatir la distribución de contenidos ilegales? ¿ven viable la cooperación interinstitucional, además de la sectorial? ¿cuál es la situación de otros países del Cono Sur?

Los delitos asociados a la piratería no están correctamente tipificados en la Argentina, pero para nuestra suerte otros países de la región están más avanzados y nos están marcando el camino, siguiendo directrices de la Unión Europea y Estados Unidos, como lo son los casos de Uruguay, Colombia, Chile y Brasil. En la Argentina existe una legislación, pero solamente asociada a delitos informáticos.

Con respecto a los delitos propios de la industria hay un proyecto de modificación del Código Penal, que ya toma nota de situaciones más modernas. Este nuevo proyecto, entre una de las tantas cosas, va a sancionar la comercialización de claves de seguridad, por ejemplo, en nuestra plataforma de Flow, y también va a prohibir todo lo que sea la comercialización, distribución de equipos y/o aparatos que permitan la captación de señal, que ya vienen con todas las señales embebidas ilegales. Esto ya es un gran avance con respecto a la situación actual. En este sentido, la cooperación interinstitucional es fundamental, porque la problemática excede a la industria de servicios audiovisuales y telecomunicaciones, como pudimos ver.

* Las empresas están proponiendo nuevos servicios, que se adaptan a las necesidades de los usuarios, como los contenidos on demand. ¿Creen que tiene un impacto positivo ofrecer plataformas dinámicas e interactivas como Flow para fomentar el consumo de contenidos legales? ¿Este tipo de innovación puede ayudar a incentivar el consumo legal de contenidos?

Sí, totalmente. Lanzamos el servicio de Flow, que se da de dos maneras. Una es con una caja set-to-box (que se entrega a domicilio) y otra es la aplicación, con la facilidad de poder utilizarlo en cualquier dispositivo electrónico (tablet, celular, computadora, notebook) para acceder fácilmente, ya no tenés que hacer muchos clics para ver el contenido que querés ver a un precio asequible. Desde su lanzamiento, y a través de las actualizaciones que vamos haciendo, buscamos que sea cada vez más cómodo y fácil de usar, intuitivo y que tenga cada vez más contenido, que es lo que el usuario busca.

Cuando, internamente, analizamos cómo combatir la piratería nos preguntamos, automáticamente, por qué existe. La respuesta tiene muchas aristas, pero algo es claro: el comportamiento del usuario nos muestra que accede a contenidos ilegales porque quiere todo

rápido y de fácil acceso. Buscamos ofrecer eso con Flow, a través de la innovación, para desincentivar que consuman en sitios ilegales.

De esta forma, el consumidor deja de utilizar o buscar las páginas piratas y accede a plataformas legales, que benefician también a la economía, a la legalización de estos productos. Consideramos que Flow todo el tiempo está cambiando: se hacen muchos estudios sobre lo que busca el usuario, qué le parece atractivo para que abone el servicio que corresponda para ser un cliente legal.

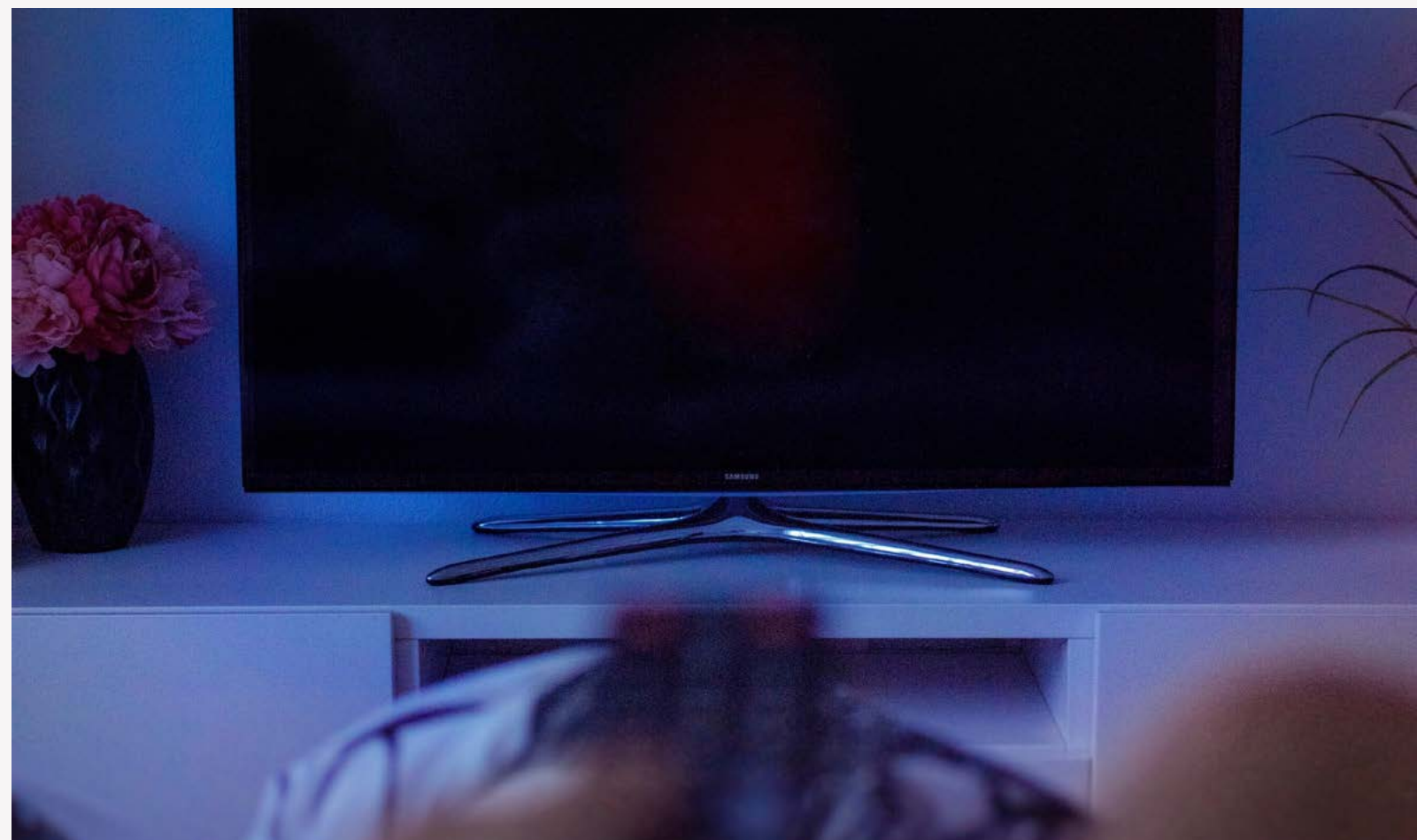
Por último, pero no por eso menos importante, el plus de la aplicación Flow es que, a través del consumo legal de servicios, se beneficia al usuario porque le garantiza la seguridad de sus datos y de los dispositivos que asocia. En cambio, cuando uno navega en Internet, en páginas piratas, quizás queriendo o sin querer, se tienen que bajar, asociar o utilizar otro tipo de Explorer, se bajan aplicativos que desconocen absolutamente qué es lo que está haciendo en su computadora, o cómo accede a sus datos. Después aparecen publicidades todo el tiempo porque buscó en esa página, o publicidades maliciosas. Con lo cual, la preservación de datos es fundamental.

El acceso a los datos personales tiene un costo que es altísimo para el usuario y que quizás no lo valora, porque tal vez no ponen una tarjeta de crédito, o quizás sí, y abonan y después sufren algunos cobros indebidos. Tiene un costo enorme el hecho de navegar en este tipo de páginas y me parece que no está del todo concientizado, porque se piensa: accedí a la película, la vi y ya está, pero todo el contenido o todo lo que se descargó y uno no sabe, te enlentece el sistema.

* ¿Creen de valor sumar a otros actores en el tema del combate contra la piratería? Por ejemplo, los programadores o los espacios relacionados con la Economía Creativa. ¿Cómo ven este punto de la necesidad de que no sea solo un problema de las cableras?

Nosotros, en donde operamos, tratamos de combatir a la piratería. Ya hablamos del caso de la Argentina; en Paraguay, hoy no tenemos estadísticas de la piratería que estamos sufriendo. En Uruguay, en cambio, tenemos muchos más datos, porque venimos trabajando en forma conjunta tanto con otros operadores, como la mayoría de los programadores (HBO, Fox, Turner). A mí me parecería ideal trabajar y presentar una denuncia con el programador, porque en definitiva es el titular de la señal, es el que tiene mucho más allanado el camino. Nosotros muchas veces no podemos y denunciarnos invocando la convención de Roma y puede avanzar o no esa denuncia.

Ese compromiso, al momento de iniciar la denuncia, a veces se complica. Nosotros estamos iniciando acciones penales. Y es una vía que muchas veces no a todo el mundo le gusta, porque piensan que si la causa no avanza, se puede transformar en un boomerang que te puede venir una acción en tu contra. Nosotros estamos convencidos de que si tenemos los elementos suficientes y estamos acreditando algo que es ilegal, no hay posibilidad de que esta situación no llegue a buen término. Puede ser que sea mucho más tarde de lo que nosotros querríamos, pero en definitiva el resultado lo logramos. Para eso tenemos un equipo trabajando hace mucho tiempo, con conocimiento, especializado en la materia, en la legislación. ✕



COLUMNA

RIESGOS A LA INNOVACIÓN EN EL MERCADO TV PAGA



ANA CLAUDIA
QUINTANILLA
PAUCARCAJA

Gerente de Gestión de Estrategia Regulatoria de Telefónica, Perú

La competencia en el mercado audiovisual favorece al consumidor, al ofrecerle una cada vez más amplia y diversa oferta de contenidos de distinto tipo, como deportivos, películas, series y noticias. En esa batalla, los distintos actores compiten por poner a disposición de los consumidores el mejor contenido, invirtiendo para ello en contenidos exclusivos.

Desde hace unos años, existe una fuerte competencia entre las operadoras de TV paga tradicional y los proveedores de **streaming** de video. En el 2020, las suscripciones a servicios de video online en Latinoamérica y Caribe crecieron un 33%, llegando a 68.7 millones. Mientras tanto, los accesos de TV Paga en la región se redujeron en 7% el último año, de 61.7 a 57.3 millones, de acuerdo con los datos de la consultora OMDIA. Solo en Latinoamérica, Netflix cerró el 2020 con 37.5 millones de suscriptores.

El avance de las plataformas de **streaming** se ha potenciado por el incremento del uso de Internet. En febrero de 2020, Youtube y Netflix representaban el 61% del tráfico de internet fijo en el Perú, según datos del regulador OSIPTEL. Esto ha generado un evidente efecto de sustitución con los servicios de TV Paga tradicionales que, pese a la evidencia de los datos, aún algunos reguladores no reconocen. Y todo indica que el avance de las también llamadas "OTT's" en la región no se detendrá, teniendo en cuenta la aparición en escena de Disney+ y la oferta de Amazon Prime y HBO, entre otras.

En igualdad de condiciones, algo que no se da en el momento actual por la asimetría de obligaciones regulatorias y tributarias, la competencia entre las empresas de TV Paga y las OTT's generaría una mejor experiencia para el consumidor, al promover el desarrollo de producciones nacionales y la

“EL OPERADOR CON MAYOR MARKET SHARE EN EL MERCADO PERUANO ES “LA TV PIRATA”, CON EL 44% DE PARTICIPACIÓN Y 1.5 MILLONES DE CONEXIONES.

innovación. Sin embargo, esta innovación puede verse afectada por dos principales amenazas.

La primera de ellas es la piratería que enfrenta la TV paga. La cantidad de hogares con TV paga formal en la región es del 35%; sin embargo, el total de hogares que realmente acceden al servicio es del 46%, de acuerdo con la consultora en BB-Media. Es decir, hay 11 puntos porcentuales de diferencia que vienen explicados por el sub-reporte y la piratería. Lamentablemente, el mercado audiovisual enfrenta una competencia ilegal y desleal que tiene su origen en la informalidad y piratería.

En Perú, OSIPTEL reporta 1.95 millones de suscriptores de TV Paga de diversos operadores al cierre de 2020, pero el total de conexiones de TV Paga asciende a 3.5 millones, según la Encuesta Nacional de Hogares del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Es decir, el operador con mayor **market share** en el mercado peruano es “la TV pirata”, con el 44% de participación y 1.5 millones de conexiones.

Estos actores no invierten ni tributan (el Gobierno Peruano calculó una pérdida de USD 72 millones anuales al Estado en tributos no recaudados). En cambio, generan ganancias adueñándose del contenido que con mucho esfuerzo e inversión es generado por el resto de actores, vulnerando los derechos de autor. Ello, les permite ofrecer servicios a un precio mucho más asequible que los operadores de TV Paga e incluso las OTT's, porque no tienen que pagar a proveedores de contenido ni asumen el costo de producción de contenidos. Con estas

actividades ilícitas pierde el Estado, que no recibe tributos; pierden los operadores formales, que no pueden competir con los precios de la TV paga ilegal; y, sobre todo, pierde el consumidor, que no tendrá garantizado derecho alguno respecto al servicio ofrecido. Además, puede estar poniendo en riesgo su seguridad, dado que al acceder a un sitio ilegal podría estar dando acceso a información personal y financiera que será utilizada de manera indebida. Finalmente, este modelo daña los incentivos para invertir en innovación y en el desarrollo de contenidos de calidad. ¿Quién querrá invertir en un contenido exclusivo que será aprovechado de manera ilícita por un tercero?

La segunda distorsión a la competencia está dada por la propia regulación sectorial. Mientras se siga regulando por compartimentos estancos, sin ver al mercado de forma integral, se continuará imponiendo -de manera errada- mayores cargas a las operadoras de TV Paga tradicional, colocándolas en una situación de desventaja frente a las OTT's y, sobre todo, a los operadores piratas, generando un entorno en el que cada vez es más difícil competir. Ejemplo de ello es la reciente decisión del regulador peruano de desconocer el efecto de las OTT's y la piratería en el análisis del mercado de TV paga.

¿Tiene sentido en la dinámica competitiva actual seguir aplicando indicadores de calidad al servicio de TV Paga cuando el servicio de video streaming no está sujeto a este tipo de regulación? ¿Cuál es la razón de realizar evaluaciones de mercados relevantes que solo consideran las cifras formales de suscripciones de TV Paga, y no tienen en cuenta la dinámica real del mercado de TV paga y el impacto en éste de las conexiones piratas ni de

las suscripciones de las OTT's? ¿Cómo daña a la competencia que solo las operadoras de TV Paga tradicionales enfrenten una serie de obligaciones, tales como, la regulación del contenido mínimo de contratos de abonados, plazos de atención de reclamos, reventa de servicios, entrega de información periódica a los reguladores, aporte al servicio universal, mientras el resto no lo hace? ¿Qué distorsiones genera en la estructura de costos que las OTT's y operadores piratas no tengan la misma carga tributaria que las empresas de TV paga?

Los números acreditan que las OTT's, la informalidad y la piratería online son la principal competencia de la TV paga formal, lo cual debe ser considerado por el marco regulatorio para asegurar unas mismas reglas de juego. Esto no significa solo imponer cargas a las OTT's, sino, frente al alto grado de competencia, desarrollar un plan acelerado de desregulación a las operadoras de TV paga.

Respecto a las operadoras informales y piratas, se requiere una acción decidida por parte de las autoridades para frenar estas prácticas ilícitas: actuaciones permanentes y de oficio para detectar y ordenar el bloqueo de los contenidos ilegales online, que atentan contra los derechos de autor, fiscalizaciones para detectar señales piratas de TV y decomisar el equipamiento utilizado, entre otras.

En resumen, se requiere flexibilidad para promover una competencia pareja entre los actores legales y mano dura contra los ilegales. No esperemos a que los consumidores latinoamericanos se vean perjudicados por el exceso de carga regulatoria y tributaria frente a los actores formales y una falta de acción frente a los informales. x





ANÁLISIS

TRANSFORMACIÓN INSTITUCIONAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL COLOMBIANO PARA UNA SOCIEDAD DIGITAL

ERNESTO P. OROZCO O.

Comisionado de la Sesión de Contenidos Audiovisuales de la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones, Colombia) y Presidente de la PRAI

En el último lustro, en Colombia se han tomado importantes decisiones que buscan la modernización y transformación de la economía colombiana. En estos procesos, las entidades estatales y gubernamentales encargadas han entendido que esta modernización depende, a su vez, de la transformación digital del Estado y de la estructura económica en general.

Para lograr estos objetivos, se han desarrollado en el país diferentes iniciativas transversales, como el desarrollo de la política de emprendimiento e industrias culturales, llamada “Ley Naranja”, la creación de la Alta Consejería para Asuntos Económicos y Transformación Digital y la expedición de la Ley 1978 de 2019 de modernización del Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Esta ley ha tenido una gran incidencia en la regulación de los medios, que se pueden sintetizar en cinco grandes líneas:

I.

Conformación de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) como un regulador único e independiente, conformado por dos salas de decisión: la **Sesión de Contenidos Audiovisuales** y la **Sesión de Comunicaciones**, a cargo de la promoción del pluralismo informativo, la defensa del televidente y la regulación técnica y de mercado.

II.

Unificación de los fondos de Servicio Universal y Desarrollo de la TV pública en un Fondo

Único TIC y Televisión, a cargo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

III.

Promoción de la inclusión digital y cierre de la brecha de acceso a la sociedad de la información.

IV.

Ampliación del plazo de los permisos de uso del espectro radioeléctrico hasta veinte (20) años.

V.

Disminución de barreras de entrada a los mercados de televisión con la eliminación de los diferentes regímenes de licencias, permisos y concesiones, creando un régimen de habilitación general integral para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y la aplicación cargas regulatorias y económicas justas que disminuyan las asimetrías y el arbitraje regulatorio.

A poco menos de año y medio de conformación de la Sesión de Contenidos Audiovisuales, desde esta se han desarrollado agendas regulatorias que han incluido diversos estudios y proyectos enfocados en los televidentes, pero que también nos han permitido contar con una cantidad importante de información y conocimiento de gran utilidad para el sector audiovisual colombiano y latinoamericano.

Es así como esta Sesión presentó al público, en marzo de 2021, el estudio **Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia**, un análisis econométrico del sector que permitió levantar un mapa actualizado de la cadena de valor de los mercados de contenidos audiovisuales, así como de la evolución de la pauta publicitaria, tanto en la televisión abierta y cerrada, como de la provisión de contenido audiovisual en Internet, sobre plataformas **OTT**.

Los resultados de esa primera fase han permitido a la CRC, entidades estatales y la industria audiovisual en general, puedan contar con un panorama actualizado del contexto para la toma de decisiones regulatorias, comunicacionales y de negocio, que se condensa es un nuevo mapa de actores del sector, como se ve en la figura 1.

Figura 1.
Cadena de valor actualizada de la industria de contenidos audiovisuales en Colombia
PROPUESTA CADENA DE VALOR

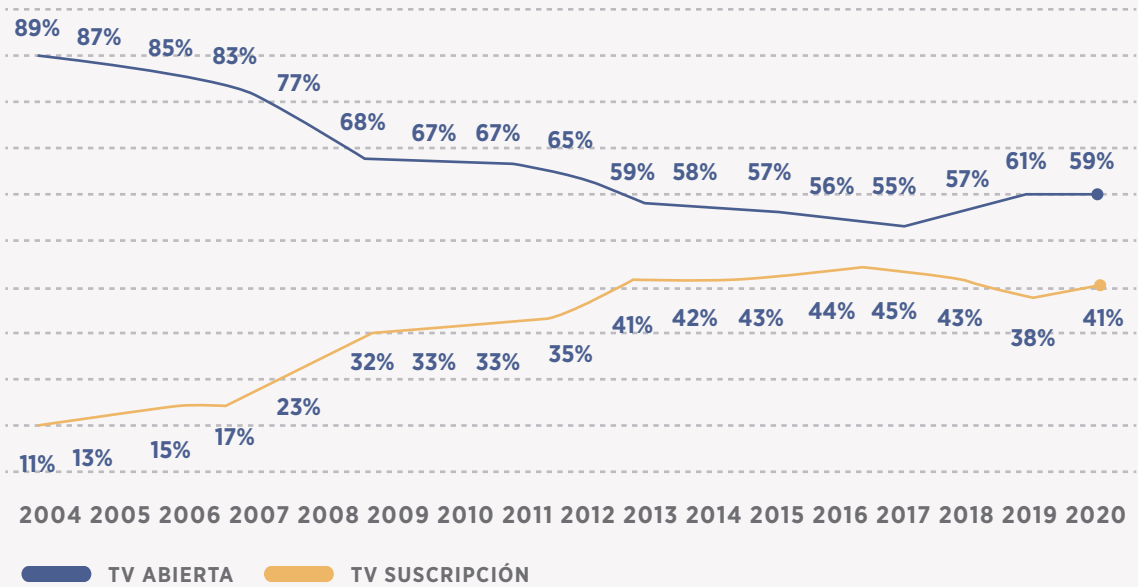


Fuente: Elaboración propia

También se incluyó la evolución del share de audiencia respectivo para los servicios de televisión abierta y cerrada. Esta, expuesta en la figura 2, debe ser interpretada teniendo

en cuenta que, por norma, la mayoría de los canales de televisión abierta colombiana son retransmitidos por los operadores por suscripción.

Figura 2.
Evolución share de audiencia

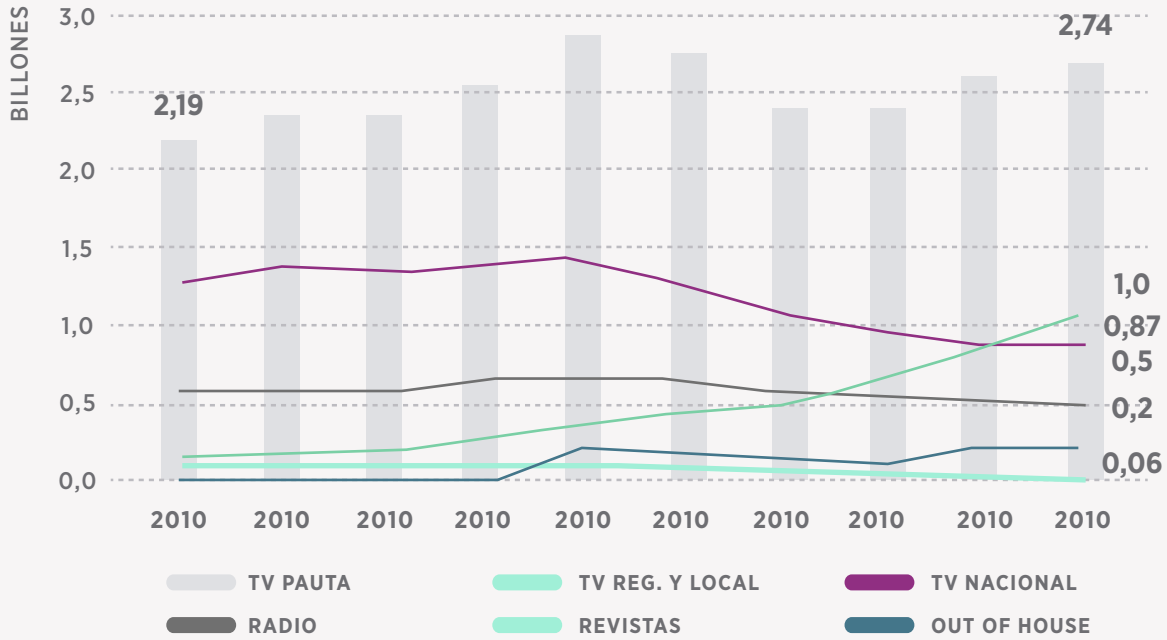


Fuente: Kantar Ibope. Elaboración propia

Como consecuencia de la evolución del **share** de audiencia, se pudo establecer que la pauta publicitaria para la TV nacional se redujo entre 2014 y 2019 un total de 48,7%, mientras para la TV regional y local la reducción fue de 39,2%. Sin embargo, para el mismo período, no se observa reducción en el share

de pantalla, que osciló entre el 61% y 55%. Ante esta realidad de mercado, los canales nacionales privados han buscado diversificar ingresos con venta de producciones, aunque continúan dependiendo de los ingresos por publicidad.

Figura 3.
Evolución pauta publicitaria



Nota: Pesos constantes de 2018.
Fuente: Asomédios, IAB. Elaboración propia

Como es natural, el aumento en la penetración de la televisión por suscripción ha reducido la audiencia y, por tanto, la pauta de televisión abierta. Por otro lado, los operadores de televisión por suscripción, muchos de los cuales son a la vez proveedores de acceso a Internet fijo y móvil, están enfrentando la competencia de los proveedores de **OTT** de pago como Netflix, Amazon Prime Video y Disney +, y también de OTT gratuitas, como YouTube. Sin embargo, por el momento, no hay evidencia de que en Colombia exista una tendencia significativa al **cord cutting** o **cord shaving** ante el crecimiento de los servicios audiovisuales **OTT**.

En este escenario, se reconocen los esfuerzos de los proveedores de TV cerrada en cuanto a retención de suscriptores a base de ofertas **triple play** o **cuádruple play** considerablemente exitosas. También bajo esta premisa de construir un panorama actualizado del sector, en 2020 la CRC realizó el estudio **Infancia, adolescencia y medios audiovisuales en Colombia: apropiación, usos y actitudes**, primera investigación de alcance nacional específica sobre las relaciones de estos grupos poblacionales con las diversas pantallas y sus contenidos. Para el sector audiovisual, y especialmente para los productores de contenidos, este estudio suministra información fundamental. Por ejemplo, se halló que los niños y adolescentes consumen muchos contenidos audiovisuales de diversas plataformas (TV, redes sociales, OTT),

pero gran parte de los contenidos aptos para ellos son extranjeros. Quizás por esto consideran que la televisión nacional no está atendiendo sus necesidades de identidad y representación.

Por otro lado, se confirmó que Internet es el medio más importante para esta población, ya que el 85% de los niños, niñas y adolescentes lo usan; es seguido por el celular, con 79% y la televisión, con un 74%. Se encontró además que el 42% consumen contenidos en plataformas como YouTube y Netflix, incluso en el rango de los de menor edad del estudio, entre 6 y 9 años.

El mensaje es claro: hay un enorme mercado que requiere contenidos nacionales en los que estos niños y adolescentes se vean representados y esto abre grandes posibilidades para generadores de contenidos y para los proveedores del servicio. Junto con el conocimiento del sector la CRC, en sus nuevas funciones en materia audiovisual, comenzó a tender lazos con los organismos de regulación en materia audiovisual del mundo, especialmente de Iberoamérica. Es así como, en noviembre del 2020 fui designado por mis colegas para ocupar la Presidencia de la Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI) para el periodo 2020-2022.

La PRAI surgió en 2014 como una instancia de



“ESE CONFIRMÓ QUE INTERNET ES EL MEDIO MÁS IMPORTANTE PARA ESTA POBLACIÓN, YA QUE EL 85% DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES LO USAN; ES SEGUIDO POR EL CELULAR, CON 79% Y LA TELEVISIÓN, CON UN 74%. SE ENCONTRÓ ADEMÁS QUE EL 42% CONSUMEN CONTENIDOS EN PLATAFORMAS COMO YOUTUBE Y NETFLIX, INCLUSO EN EL RANGO DE LOS DE MENOR EDAD DEL ESTUDIO, ENTRE 6 Y 9 AÑOS.

intercambio de experiencias y recursos, coordinación de actuaciones y eventos, y especialmente con el objetivo de generar una base académica e investigativa para la toma de decisiones regulatorias. Actualmente, esta plataforma está conformada por organismos reguladores e instituciones similares de Argentina, Chile, España, Perú, Portugal, Ecuador, México, Colombia y Brasil; además de Costa Rica y Marruecos, en calidad de miembros observadores. Conforme al Plan Estratégico aprobado en la

Asamblea General de la PRAI nos hemos propuesto abordar, a través de Grupos de Trabajo, temáticas sectoriales como el análisis de los servicios OTT; la alfabetización mediática; la representación de género en las pantallas del audiovisual; la evolución del *broadcast* al *broadband*; oferta audiovisual para la niñez y la adolescencia; pluralismo en los medios y servicios audiovisuales y campañas de desinformación. Muchos de estos Grupos de Trabajo tendrán al final de 2021 resultados que esperamos compartir en una futura edición de esta revista.

Son varios los desafíos que representa regular, por lo que se busca hacer recomendaciones basadas en investigaciones y enfocadas en un ecosistema absolutamente dinámico, mediado por internet y lo digital. También consideramos de vital importancia la coordinación regional y los escenarios de discusión y colaboración superar la emergencia causada por la pandemia y que afectó de forma tan directa las industrias audiovisuales. Nuestra meta, en síntesis, es hacer regulación de forma acorde con los cambios tecnológicos y los retos que nos plantea un mundo interconectado. x



COLUMNA

LA PRIMERA LÍNEA DE DEFENSA



RODOLFO MENDOZA
Director Ejecutivo
de Aprodica,
Guatemala

En el nororiente de Guatemala, cerca de la costa del Caribe, justo en la embocadura de Río Dulce con el Lago de Izabal, se encuentra el castillo de San Felipe del Lara. Construido en 1651, el fuerte militar localizado en un punto estratégico de intercambio comercial, era una fortaleza dedicada a contrarrestar el pillaje de los piratas en lo que era la principal ruta de salida de los productos de la región hacia España. Famoso por sus 19 cañones, el castillo de San Felipe era la primera línea de defensa en contra de la piratería que saqueaba la riqueza de nuestras tierras. Este mismo saqueo continúa hasta nuestros días en otras formas de piratería.

Es conocido por todos que en la región centroamericana, en especial en el Triángulo Norte, la piratería de contenido audiovisual es un creciente problema que pocos enfrentan. La informalidad de nuestra economía sumado a la débil institucionalidad de los gobiernos, son el contexto en el que prolifera la oferta de servicios ilegales que no pagan derechos de retransmisión ni tributan. Protegidos por intereses políticos, los piratas se apropian de decenas de millones de dólares anuales en ganancias ilícitas, amenazando la actividad de las empresas formales que se someten a las disposiciones legales.

Este fue el contexto en el que se creó Aprodica hace siete años en Guatemala. Una alianza entre representantes de programadores y varios de los principales cableoperadores del país, con el objetivo de procurar el orden en la industria de la televisión de paga. El desafío era combatir contra un flagelo arraigado culturalmente en la sociedad: los usuarios se hacen de la vista gorda de la ilegalidad si el servicio es barato y les provee el contenido que desean, lo que es aprovechado por algunos para ganar ventaja desleal en la carrera comercial.

Así como aquel castillo de la época colonial tenía sus cañones contra los bucaneros, la lucha de hoy se hace con información. Así como la oscuridad está presente donde hay ausencia de luz, la piratería se multiplica donde no hay comunicación. Y hablo de comunicación a todo nivel, en todo sentido, a todo público.

Comienza por estrechar alianzas con aquellas entidades que tienen los mismos intereses, nacionales

o extranjeras; continúa por abordar a las autoridades para enterarlos del problema y capacitarlos, para darles los recursos necesarios para responder conforme a la regulación; incluye interactuar con los líderes de opinión y los medios de comunicación, interesados en información confiable sobre cifras, casos y acciones judiciales; y debe pasar por concientizar al público en general, ese que en buena parte ignorará el problema si continúa alimentando su interés, pero que es capaz de reaccionar si visualiza la amenaza en un plano personal. Y sí, ese recorrido también te lleva a interactuar con los mismos actores de la industria, algunos sumidos en el mismo problema y otros que lo provocan, conociendo que una buena parte de ellos están dispuestos a enderezar el rumbo si el competidor da el primer paso.

El impacto se ha dado y los resultados han llegado. Nuestro primer objetivo fue enfocarnos en reducir significativamente la retransmisión ilegal de las ligas deportivas con exclusividad de derechos de retransmisión, que representaban el principal diferenciador en el usuario al seleccionar entre uno y otro sistema de cable. A través del seguimiento a la grilla de programación que realizamos en vivo en nuestro centro de monitoreo, hemos podido comprobar que estas retransmisiones ilegales descendieron del 95% al 25%, constituyendo un gran avance que permitió ordenar el mercado. Otros logros le siguieron, evidenciando que esta batalla que requiere tiempo y dedicación, no es infructífera.

El mayor desafío que enfrentamos ahora es que nuestros países centroamericanos son pequeños en el gran concierto de naciones, por lo que se hace necesario trabajar como bloque regional y facilitar la interacción con entidades y programadores internacionales. Por tal razón ha nacido una entidad hermana en Honduras, la Asociación para la Propiedad Intelectual Justa, APPI, y se están organizando múltiples eventos regionales con representantes de los otros países, compartiendo objetivos comunes, entendiendo las amenazas regionales y enseñando las buenas prácticas que nos ayuden a abordar los problemas.

Creemos que el desarrollo económico, artístico e industrial se da como resultado de proteger los derechos de autor y por ello estamos convencidos que nuestras acciones redundarán en un mejor país. Y así como en el pasado se luchó contra el saqueo de nuestras tierras desde fuertes y con cañones, hoy lo hacemos desde nuestras organizaciones y con la luz de la información. Hoy, el castillo de San Felipe de Lara es una atracción turística, pero aún existe una primera línea de defensa contra la piratería, conformada por aquellos que enarbolan la bandera de la justicia, creyendo en el floreciente crecimiento de la industria audiovisual y, como resultado, de un futuro más próspero para nuestros países. x

ENTREVISTA

“A MODERNIZAÇÃO NORMATIVA É IMPORTANTÍSSIMA PARA O SETOR, A COMPETIÇÃO COM AS PLATAFORMAS DE STREAMING ALAVANCA A INOVAÇÃO E MOVE AS EMPRESAS RUMO A MELHORES SERVIÇOS, MAS É A PIRATARIA QUE CORRÓI NOSSOS NEGÓCIOS”

JEFERSON FUED NACIF, Diretor de Relações Institucionais na SKY Brasil



* Os serviços de televisão e o consumo de conteúdo audiovisual estão mudando devido às preferências do usuário. Quais tendências se destacam no mercado brasileiro?

O mercado brasileiro está seguindo a tendência mundial de migração constante dos usuários de televisão por assinatura tradicional, via cabo ou satélite, para as novas formas de entretenimento digital baseados no acesso à Internet, como as plataformas de streaming. O Brasil conta com cerca de 80 plataformas de streaming e o número de usuários desses serviços tende a crescer, particularmente com a entrada de concorrentes de peso no mercado, como a HBO Max. Mesmo assim é preciso reconhecer que o Brasil é um país extremamente diverso e complexo, tanto na sua geografia quanto na sua economia e sociedade.

Assim, embora a TV por assinatura tradicional esteja perdendo clientes ainda há espaços a serem explorados como no interior do Brasil, onde somente a TV por satélite pode entrar e onde veremos de forma mais nítida a migração dos usuários de Banda C (antenas parabólicas) para a Banda Ku (TV por satélite) em função do processo de entrada das redes 5G. Para tanto será preciso que todos os operadores de TV por assinatura inovem bastante, redefinam alguns conceitos, apresentem novos produtos e serviços, atendam aos clientes de forma excelente e ofereçam preços condizentes com o novo cenário econômico.



“PARA TANTO SERÁ PRECISO QUE TODOS OS OPERADORES DE TV POR ASSINATURA INOVEM BASTANTE, REDEFINAM ALGUNS CONCEITOS, APRESENTEM NOVOS PRODUTOS E SERVIÇOS, ATENDAM AOS CLIENTES DE FORMA EXCELENTE E OFERECAM PREÇOS CONDIZENTES COM O NOVO CENÁRIO ECONÔMICO.”

* Enquanto os serviços estão mudando, a regulamentação não muda na mesma velocidade. A experiência brasileira está se encaminhando para uma adaptação dos regulamentos que regem os serviços de TV, quais necessidades regulatórias são prioritárias para você?

Acredito que todo o arcabouço normativo que rege a TV paga deva ser repensado, desde a Lei do Serviço de Acesso Condicionado (SEAC) até os regulamentos da Anatel e da Ancine que abrangem o serviço. A lei precisa ser revista para atender a um cenário completamente distinto daquele que a motivou dez anos atrás. Naquele tempo o número de assinantes de televisão por assinatura era pequeno e os meios alternativos de acesso ao conteúdo apenas começavam a engatinhar. Havia um gargalo no mercado causado pela natureza dos serviços de radiodifusão e TV por assinatura baseados em espectro e infraestrutura física.

Atualmente, esses gargalos já não existem mais e o que se vê é a proliferação de empresas oferecendo os mais diversos conteúdos sob as mais diversas formas fazendo do mercado brasileiro um dos mais competitivos do mundo. As normas, portanto, precisam ser ajustadas para possibilitar que a TV por assinatura possa conviver em pé de igualdade com as demais empresas que prestam o mesmo serviço mas por meio da Internet, bem menos regulado.

* Que melhorias podem ser feitas daqui para frente para promover a melhor concorrência saudável e os melhores serviços para os usuários?

Podemos começar revendo regulamentos que exigem obrigações demasiadas das operadoras. Dou um exemplo. O serviço de atendimento ao cliente não precisa funcionar de forma presencial 24 horas por dia 7 dias por semana. Os usuários brasileiros têm preferido acessar os SACs (serviços de atendimento ao consumidor) por outras formas além das tradicionais chamadas telefônicas, mas sim por chatbot, whatsapp e website.

“SEGUNDO A ABTA ESTIMA-SE QUE MAIS DE 5 MILHÕES DE PIRATAS ESTEJAM EM AÇÃO NO BRASIL.

Uma mudança nessa exigência regulatória já traria enormes economias para as empresas que poderiam utilizar esses recursos para investimentos em rede e em conteúdo para os clientes. É claro que todas as mudanças devem ser amplamente discutida com a sociedade, mas elas precisam ser postas à mesa e redesenhadas sob pena de agravarmos o cenário da TV paga por inércia do setor e dos agentes públicos.

* **O fenômeno da pirataria de conteúdo audiovisual é um problema que afeta tanto as operadoras de TV por assinatura quanto as distribuidoras de conteúdo, programadoras e toda a cadeia de valor do setor. Como você vê esse problema que prejudica o desenvolvimento do setor, destrói empregos e reduz a arrecadação de impostos? Que ações podem ser tomadas para combatê-lo?**

A modernização normativa é importantíssima para o setor, a competição com as plataformas de streaming alavanca a inovação e move as empresas rumo a melhores serviços, mas é a pirataria que corrói nossos negócios. Conforme cálculos da Ancine, as perdas anuais com a pirataria são estimadas em R\$ 9,7 bilhões para o mercado de TV paga, R\$ 3,9 bilhões para o segmento de filmes e séries, e R\$ 2 bilhões em arrecadação tributária. No setor de PayTV os

prejuízos vêm aumentando entre R\$ 700 milhões e R\$ 800 milhões a cada ano. E, infelizmente, os brasileiros entre os maiores consumidores de pirataria audiovisual atrás apenas dos Estados Unidos e a Rússia.

As TV boxes -decodificadores cujos aplicativos pirateiam o sinal de transmissão- e versões não autorizadas de IPTV, que reúnem tanto sites como listas de links piratas, são responsáveis por um volumen de pirataria no Brasil que prejudica toda a economía e até mesmo os seus próprios usuarios, haja vista que tais equipamentos podem carregar malwares e assim comprometendo a segurança cibernética das redes e promovendo fraudes bancárias e outros ilícitos como roubo de dados, fotos, mensagens, etc.

Segundo a ABTA estima-se que mais de 5 milhões de piratas estejam em ação no Brasil. E, segundo pesquisa feita pela Mobile Time/Opinion Box, em março, cerca de 33 milhões de pessoas no país, ou 27,2% dos internautas com mais de 16 anos, consomem conteúdo de TV paga por um ou mais meios ilegais. Se a situação continuar, a previsão é de que até 150 mil postos de trabalho sejam fechados pelas empresas do setor nos próximos anos. Para coibir essa prática tão danosa, precisamos dar continuidade às ações de combate aos produtos ilícitos, reformar nosso arcabouço jurídico deixando claro que pirataria de sinal e conteúdo é crime e também reforçar as campanhas de esclarecimento da população.



COLUMNA

ASUNTOS PENALES, DELITOS TECH Y ANTIPIRATERÍA



CAROLINA
BERTOLA

Asuntos Penales,
Delitos Tecnológicos
y Antipiratería de
Telecom, Argentina

El consumidor hoy en día es el protagonista al que todos los servicios de OTT y VOD queremos seducir. Los cableoperadores y creadores de contenido finalmente nos encontramos en una constante batalla para brindar mejores e innovadores servicios de alta calidad. Producciones únicas que tengan el visto bueno por parte del público, pero también que sean de fácil acceso y, por supuesto, a un costo accesible.

Hoy en día son amplias las ofertas que existen para acceder a este tipo de contenido ya sea de forma legal como ilegal. Y es un desafío muchas veces para los clientes diferenciar a nuevas plataformas de legales o ilegales.

Flow ha apostado en los últimos años a producciones nacionales exclusivas, donde cuenta con servicios de gaming, fútbol, música, etc. Ha integrado a grandes plataformas para que puedan tener acceso desde un mismo lugar, como ser Disney +. Pero aún así, toda la industria en la mayoría de los países de la región, se ve perdiendo suscriptores legales, en batallas multimillonarias contra webs ilegales que ponen de manera “aparentemente gratuita” el contenido a disposición o simplemente descargando aplicaciones en su celular o Smart Tv.

La posibilidad de que el consumidor acceda de manera “gratuita” a estos contenidos se financia con publicidades, con malware y con datos del usuario. Por lo que la ganancia de los administradores de estas páginas piratas es absoluta y ponen en jaque la seguridad de las redes. Los malware muchas veces no son detectados, ya que son muy precavidos para tomar datos sin demostrar estos accesos

“LOS MALWARE MUCHAS VECES NO SON DETECTADOS, YA QUE SON MUY PRECAVIDOS PARA TOMAR DATOS SIN DEMOSTRAR ESTOS ACCESOS INDEBIDOS. PERO CRÉANME QUE EXISTEN Y, DE HECHO, EL USUARIO LOS AUTORIZA.

indebidos. Pero créanme que existen y, de hecho, el usuario los autoriza.

Muchas veces nos preguntamos por qué aparecen determinados correos spam en nuestras casillas de mail, o por qué hay más datos de los que yo brindé. Al navegar en estas páginas aceptamos las “cookies”, los términos y condiciones, y quedamos totalmente desprotegidos.

Precisamos concientizar de estos perjuicios que tienen nuestros clientes y el consumidor en general, ya que, al adquirir las plataformas legales como Flow, no solo se garantizan acceso a contenido de calidad, sino además protección a sus datos personales. En Telecom nos tomamos en serio la batalla contra la piratería ilegal, creemos que es necesario contar con legislación específica que tipifique este tipo de delitos y que, además, concientice de la problemática que estos servicios ilegales traen a toda la cadena de producción.

Muchas veces lo barato sale caro y ese precio lo paga el consumidor. Por eso es que los marketplaces que ofrecen servicios ilegales deberían tomar acciones más rápidas y eficientes cuando toman conocimiento de que determinados productos o servicios no tienen la autorización para estar transmitiendo esos contenidos. x



ANÁLISIS

DELITOS EN MATERIA DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS EN EL ANTEPROYECTO DEL CÓDIGO PENAL DE LA NACIÓN

FEDERICO A. VILLALBA DIAZ

Fiscal Penal de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Nuestro actual Código penal, sancionado en 1921, sufrió múltiples modificaciones de manera asistemática, además de incorporar al sistema represivo distintas leyes penales especiales, lo que no solamente dificulta su estudio, sino que crea no pocas incertidumbres sobre cuáles son los delitos vigentes en nuestra sociedad.

En materia de derecho de autor, la ley 11.723 de Propiedad Intelectual sancionada en 1933, contiene un capítulo de delitos, el cual tuvo una gran cantidad de dificultades para aplicarse dada la poca feliz redacción de su articulado, como, por ejemplo, remisión al término defraudación de los derechos intelectuales que establece el art. 71 de la ley autoral, que hizo creer a la mayoría de los jueces penales hasta la década del 70 que era necesaria la configuración de los elementos típicos de la estafa para que pudiera aplicarse la legislación autoral penal a un caso concreto.

En marzo de 2019 el Poder Ejecutivo presentó al Congreso Nacional el proyecto de ley de reforma del Código Penal cuyo objetivo es lograr una adecuada sistematización y ordenamiento de toda la normativa penal en un único cuerpo legal. En particular cuenta con el capítulo 1 **Delitos contra los derechos de autor y derechos conexos** del Título de los DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD INTELECTUAL el cual tipifica las mismas conductas que se encontraban descriptas en la ley 11.723 pero con importantes agregados. Estos delitos los encontramos entre los arts. 504 y 507 del mencionado Anteproyecto.

Entre los cambios más importantes encontramos los que representó la adecuación a los compromisos asumidos en el plano internacional, en particular en lo atinente a los contraídos por la adhesión de nuestro país a los tratados de OMPI INTERNET 1996, que son los convenios que complementaron el Convenio de Berna al entorno digital, la incorporación de los derechos conexos como bienes jurídicos protegidos y represión a la piratería de señales.

El texto contempla los delitos que son frecuentes en la materia, tales como piratería y plagio y agrega otros, como el almacenamiento de copias ilícitas, la adulteración de información destinada a la gestión colectiva de derechos, la elusión de medidas tecnológicas destinadas a controlar el acceso a los bienes jurídicos protegidos o a la gestión colectiva. También resulta ser esclarecedora la reforma en cuanto tipifica la piratería de señales, conductas que hasta ahora venía siendo reprimida por otras figuras penales como por ejemplo, robo de energía eléctrica o daño a cables coaxiales.

Por otro lado, el artículo 72 del Anteproyecto, que menciona cuáles son los delitos de los que nacen las acciones dependientes de instancia privada en el inc. 4° contempla los previstos en el Título XXVII, del Libro Segundo, de este Código, que es el que tipifica los hechos punibles contra los titulares de los derechos intelectuales reconocidos por la ley. Sobre este particular, recordemos que el art. 75 de la ley 11.723 establece que la acción penal es de oficio; textualmente dice **“la acción se iniciará de oficio, por denuncia o querrela”**.

“ EN MARZO DE 2019 EL PODER EJECUTIVO PRESENTO AL CONGRESO NACIONAL EL PROYECTO DE LEY DE REFORMA DEL CÓDIGO PENAL CUYO OBJETIVO ES LOGRAR UNA ADECUADA SISTEMATIZACIÓN Y ORDENAMIENTO DE TODA LA NORMATIVA PENAL EN UN ÚNICO CUERPO LEGAL.

En lo particular, el art. 504, comienza con una novedad. Establece que las conductas que atentan exclusivamente contra los derechos patrimoniales de los titulares contemplados deben requerir ánimo de lucro directo o indirecto para ser consideradas como delito penal. Sobre este punto el capítulo *De las penas de la ley 11.723* solo requiere el ánimo de lucro a ciertos actos de piratería fonográfica que son los tipificados en el art. 72 bis de la misma ley.

El mismo artículo extiende los bienes jurídicos protegidos a los titulares de derechos conexos como intérpretes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión. Hasta ahora, con excepción de los actos de piratería fonográfica, el uso ilegítimo de un derecho conexo no está considerado delito en la ley argentina.

Entre los delitos que establece el artículo analizado es el de piratería ya sea analógica o digital, o, mejor dicho, de cualquier manera, tal como lo establece el art. 72 inciso “a” de la ley 11.723

Otra incorporación importante es que la misma ley es que se penaliza al proveedor de servicios de internet

cuando permite el uso de su plataforma en casos de usos ilícitos que haya tenido conocimiento. Sobre este punto si el proveedor de servicios resulta ser una persona jurídica entiendo que sería de aplicación la pena de días multa, que es otra novedad de este nuevo cuerpo normativo

Con respecto al **art. 505**, en el mismo se contemplan distintas conductas que consisten en participar en la cadena de fabricación y comercialización de dispositivos aptos para eludir las medidas tecnológicas que los titulares de derecho aplican para disponer del bien jurídico tutelado, reforma vinculada directamente con la incorporación de los tratados OMPI INTERNET antes mencionados.

Por su lado, el **art. 506** reprime actos que atentan contra los derechos extrapatrimoniales del titular de derecho, tal como el plagio, que afecta el derecho moral de paternidad y el derecho moral de integridad de la obra, interpretación o fonograma. Estos delitos se encuentran contemplados en el art. 72 inciso “c” de la ley 11.723 y fueron extendidos a los titulares de derechos conexos por el Anteproyecto en análisis.

El **art. 507** es prácticamente un calco del art. 73 de la ley 11.723 y es el que reprime los actos que afectan el derecho patrimonial de comunicación pública. De la misma manera que en el texto actual de la ley de derecho de autor, se tratan de tipos penales cuya sanción es sensiblemente menor a la que involucra actos de reproducción toda vez que en este particular estamos en presencia de acciones que son efímeras y se agotan con el mismo uso, no como los actos de piratería, por ejemplo, que al estar fijados en un soporte material o digital tienen carácter de perpetuidad.

DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Capítulo 1

Delitos contra los derechos de autor y derechos conexos.

ARTÍCULO 504.

Se impondrá prisión de TRES (3) meses a SEIS (6) años o TRES (3) a SETENTA Y DOS (72) días-multa, al que, con ánimo de obtener un beneficio económico, directo o indirecto, y sin la autorización previa y expresa del titular de los derechos:

1º) Editare, reproducire o fijare en cualquier soporte físico o virtual, una obra, interpretación o fonograma.

2º) Ofreciere, exhibiere, pusiere en venta, vendiere, almacenare, distribuyere, importare, exportare o de cualquier otro modo comercializare copias ilícitas de obras, interpretaciones o fonogramas, cualquiera sea el soporte utilizado.

3º) Incluyere a sabiendas información falsa en una declaración destinada a la administración de los derechos de autor o derechos conexos, de modo que pueda ocasionar perjuicio al titular de derechos correspondiente o un beneficio injustificado para el infractor o para un tercero.

4º) Alterare, suprimiere o inutilizare cualquier medida tecnológica o archivo electrónico que registre información sobre los derechos de autor y derechos conexos, de modo que pueda ocasionar perjuicio al titular de derechos correspondiente o un beneficio injustificado para el infractor o para un tercero.

5º) Eludiere de cualquier forma las medidas tecnológicas efectivas incluidas en dispositivos, archivos electrónicos o en señales portadoras, que fueran destinadas a restringir o impedir la reproducción, la comunicación al público, distribución, transmisión, retransmisión o puesta a disposición del público de obras, interpretaciones o fonogramas o emisiones de organismos de radiodifusión.

6º) Fijare en cualquier soporte físico o virtual, comunicare al público, distribuyere, retransmitiere o pusiere a disposición del público, de cualquier manera y por cualquier medio, una emisión radiodifundida, incluidos los servicios alámbricos o inalámbricos de suscripción para abonados o autorizados.

7º) Captare, de cualquier manera y por cualquier medio, una señal radiodifundida, emitida o transportada, destinada a un régimen de abonados o autorizados.

8º) Pusiere a disposición del público obras, interpretaciones, fonogramas o emisiones de organismos de radiodifusión a través de un sistema informático, o las almacenare, efectuare hospedaje de contenidos, los reproducire o distribuyere. La misma pena se impondrá, al proveedor de servicios de internet que, teniendo conocimiento efectivo de la falta de autorización, continuare permitiendo el uso de su sistema informático para la comisión de las conductas descriptas en este inciso.

“ EN LO PARTICULAR, EL ART. 504, COMIENZA CON UNA NOVEDAD. ESTABLECE QUE LAS CONDUCTAS QUE ATENTAN EXCLUSIVAMENTE CONTRA LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE LOS TITULARES CONTEMPLADOS DEBEN REQUERIR ÁNIMO DE LUCRO DIRECTO O INDIRECTO PARA SER CONSIDERADAS COMO DELITO PENAL.

ARTÍCULO 505.

Se aplicará TRES (3) a SETENTA Y DOS (72) días-multa, al que, sin la autorización previa y expresa del titular de los derechos correspondientes, fabricare, almacenare, pusiere a la venta, vendiere, distribuyere o de cualquier otro modo comercializare dispositivos, instrumentos, archivos electrónicos o medidas tecnológicas de cualquier tipo o clase que, de modo principal, permitan la captación o descryptación ilícitas de una señal radiodifundida o faciliten o produzcan la alteración, supresión, inutilización o elusión de las medidas tecnológicas que sean utilizadas por los autores, intérpretes, productores fonográficos, cinematográficos o audiovisuales u organismos de radiodifusión.

ARTÍCULO 506.

Se impondrá prisión de TRES (3) meses a SEIS (6) años o TRES (3) a SETENTA Y DOS (72) días-multa, al que:

1º) Se atribuyere falsamente el carácter de titular, autor, editor o intérprete de una obra, una interpretación o un fonograma, o una parte de ellos.

2º) Mutilare, suprimiere, modificare o alterare el nombre del autor, intérprete, editor o productor, el título o la integridad del contenido de una obra, una interpretación, un fonograma, o una parte de ellos.

ARTÍCULO 507.

Se impondrá prisión de TRES (3) meses a UN (1) año o TRES (3) a DOCE (12) días-multa, al que:

1º) Representare o hiciere representar públicamente obras teatrales o literarias sin autorización previa y expresa del titular de los derechos.

2º) Ejecutare o hiciere ejecutar públicamente obras musicales sin autorización previa y expresa del titular de los derechos. x

ENTREVISTA

"COMBATIR LA PIRATERÍA ES COMBATIR LA ILEGALIDAD, ES CREAR UN AMBIENTE TRANSPARENTE, JUSTO Y LEAL DE COMPETENCIA"

IRMA SALINAS, Gerente de Asuntos Corporativos de TIGO, Honduras



* Desde el punto de vista del sector de Telecomunicaciones, ¿a qué se refieren cuando se habla de piratería?

La piratería es la retransmisión de contenido sin la autorización de sus propietarios, asimismo es la inclusión de contenido descargado de internet sin los respectivos derechos, incluyéndolos como canales propios, incluye además el uso ilegal de frecuencias para distribuir señal de internet y televisión digital a usuarios.

La piratería tiene varios componentes:

- Uso de contenido de forma ilegal.
- Uso, venta y distribución de equipos de retransmisión para descargar contenido ilegal (IPTV's).
- Ilegalidad para operar. Los piratas usualmente operan sin permisos regulatorios, no pagan tributos, y usan las infraestructuras públicas sin pagar por ellas.

* ¿Cuáles son los mayores riesgos de la piratería en la televisión digital? ¿Qué efectos derivados produce en la economía?

Los riesgos principales se presentan cuando hay un aumento en la piratería, producto de una mayor oferta y a su vez consumo ilegal del contenido, utilizando tecnologías cada vez más novedosas. Además, implica altos riesgos que hacen vulnerables a los usuarios de ese contenido ilegal a posibles

“ LA PIRATERIA DIGITAL PROVOCA EN AMERICA LATINA PERDIDAS POTENCIALES DE USD 733 MILLONES AL AÑO AL MERCADO LEGAL Y NATURALMENTE SIENDO UNA FUERTE PÉRDIDA DE RECURSOS PARA LAS AUTORIDADES FISCALES DE LA REGIÓN.

atentados contra su seguridad, volviéndose la ciberseguridad un elemento importante a tomar en consideración por los usuarios.

La piratería tiene un impacto negativo en la economía ya que el contenido retransmitido de manera ilegal afecta la recaudación tributaria de los Estados, recursos que son necesarios para ser utilizados en los sectores más vulnerables de los países como ser educación, salud, entre otros. De igual manera, afecta negativamente a las empresas que, si cumplen con sus obligaciones formales y materiales, lo cual constituye un acto de competencia desleal. Los países donde no se respetan los derechos de propiedad Intelectual alejan a la inversión extranjera e inclusive desincentivan a la inversión local.

En el reporte “Dimensión e impacto de la Piratería online de contenidos audiovisuales en América Latina” realizado por la consultora Ether City para cet.la, se calcula que la piratería digital provoca en América Latina pérdidas potenciales de USD 733 millones al año al mercado legal y naturalmente siendo una fuerte pérdida de recursos para las autoridades fiscales de la región.

* ¿Cuáles son las implicaciones legales de la Piratería?

Muchos cable operadores locales e IPTV's se encuentran incluyendo en su programación contenido descargado de internet, como películas, series o eventos deportivos, sin gozar con la autorización de los legítimos propietarios del contenido, lo que constituye una violación a los derechos de autor y derechos conexos amparados en las legislaciones de cada país, asimismo muchos de ellos actúan sin permisos regulatorios y usan o instalan infraestructuras sin los respectivos permisos y sin hacer los pagos que corresponden.

La piratería es una violación directa a los derechos de los autores/productores/distribuidores de contenido que les son exclusivos. La piratería fomenta el irrespeto al estado de derecho, produce un ambiente de inseguridad jurídica.

Combatir la piratería es combatir la ilegalidad, es crear un ambiente transparente, justo y leal de competencia. Cuando la piratería se controla y combate, ingresan más tributos al estado, que permiten realizar obras a los gobiernos y prestar mejores servicios a sus ciudadanos.

* ¿Por qué este tema es importante en la agenda de Honduras y en la de los países de Centroamérica?

Es importante pues en los últimos años en Centroamérica, el problema ha ido en aumento y no hay acciones concretas realizadas desde las entidades públicas para evitarlo y controlarlo, generando una competencia desleal para todas las empresas que operan apegados al cumplimiento de leyes y regulaciones.

De acuerdo con el Reporte “Dimensión e impacto de la Piratería online de contenidos audiovisuales en América Latina”, antes mencionado, el 35% de los URL's analizados en la región a partir de la búsqueda de tópicos relacionados con contenido audiovisual en línea conducen hacia servicios o contenidos ilegales. Lo mismo ocurre con el 33% de los resultados en Redes Sociales y con el 26% en los Marketplace. La piratería produce pérdidas tanto a los propietarios de los contenidos, como a los estados por la no captación de tributos.

En el caso de Honduras, hay un porcentaje alto de Cable Operadores, principalmente en las zonas rurales del país, que operan ilegalmente, y que no se encuentran registrados en el regulador de las telecomunicaciones CONATEL, no pagan tasas e impuestos regulatorios, tampoco están realizando los pagos por utilización de infraestructura y servicios relacionados como energía y están ofreciendo dentro de sus servicios programación y contenido, no autorizada a un bajo costo.

Cuando se controle y combata la piratería, todos saldremos ganando, pues habrá competencia justa y todos tributarán en iguales condiciones. Lo anterior genera un clima de confianza tanto a los inversionistas locales como a los extranjeros, asimismo genera oportunidades de inversiones futuras del sector en más y mejores contenidos de alto valor.

* ¿Qué crees tú ha producido un incremento de la piratería de contenidos?

Es una combinación de varios factores:

- La exclusividad de contenidos autorizados para retransmisión ha generado que muchas personas busquen mecanismos ilegales para tener acceso a esos contenidos y poder reproducirlos, generando ingresos, y sin ninguna carga tributaria.
- La demanda de contenido, en busca de entretenimiento, particularmente durante la pandemia, produjo la aparición de muchas IPTV's que ofrecen contenido ilegal a costos bajos para los usuarios.
- Los altos costos de los impuestos, tasas, exceso de permisos, para el sector de las Telecomunicaciones incentivan la operación ilegal. Se necesita la desregulación o modernización de la regulación.
- Las escasas acciones legales de parte de las autoridades para garantizar el respeto a la propiedad intelectual.

“CREEMOS FIRMEMENTE QUE UNIDOS LOGRAREMOS CREAR UN AMBIENTE DE RESPETO A LA PROPIEDAD INTELECTUAL, FORTALECIENDO NUESTROS SISTEMAS JURÍDICOS Y EL ESTADO DE DERECHO.”

✱ **¿Cómo trabajan Tigo y el sector de telecomunicaciones afectados, para combatir estos riesgos?**

Tigo es una empresa con una visión clara, fiel a su propósito de construir las autopistas digitales, que conectan a las personas, mejoran vidas y desarrollan comunidades. En Tigo estamos comprometidos con trabajar en los países donde operamos, para lograr mejores oportunidades, enfocados en el respeto al sistema jurídico, la competencia sana, lo que crea mejores oportunidades para todos, más empleos y más recursos para la población en general, a través del pago de tributos. La digitalización es prioridad para nosotros, el acceso al internet y a todos los servicios de telecomunicaciones, pero en un ambiente de competencia justa, donde todos los operadores cumplamos y respetemos la ley.

Es por lo anterior que trabajamos con aliados locales e internacionales, para levantar la voz, sobre la problemática de la piratería, con mensajes claro y recomendaciones puntuales de solución a la problemática.

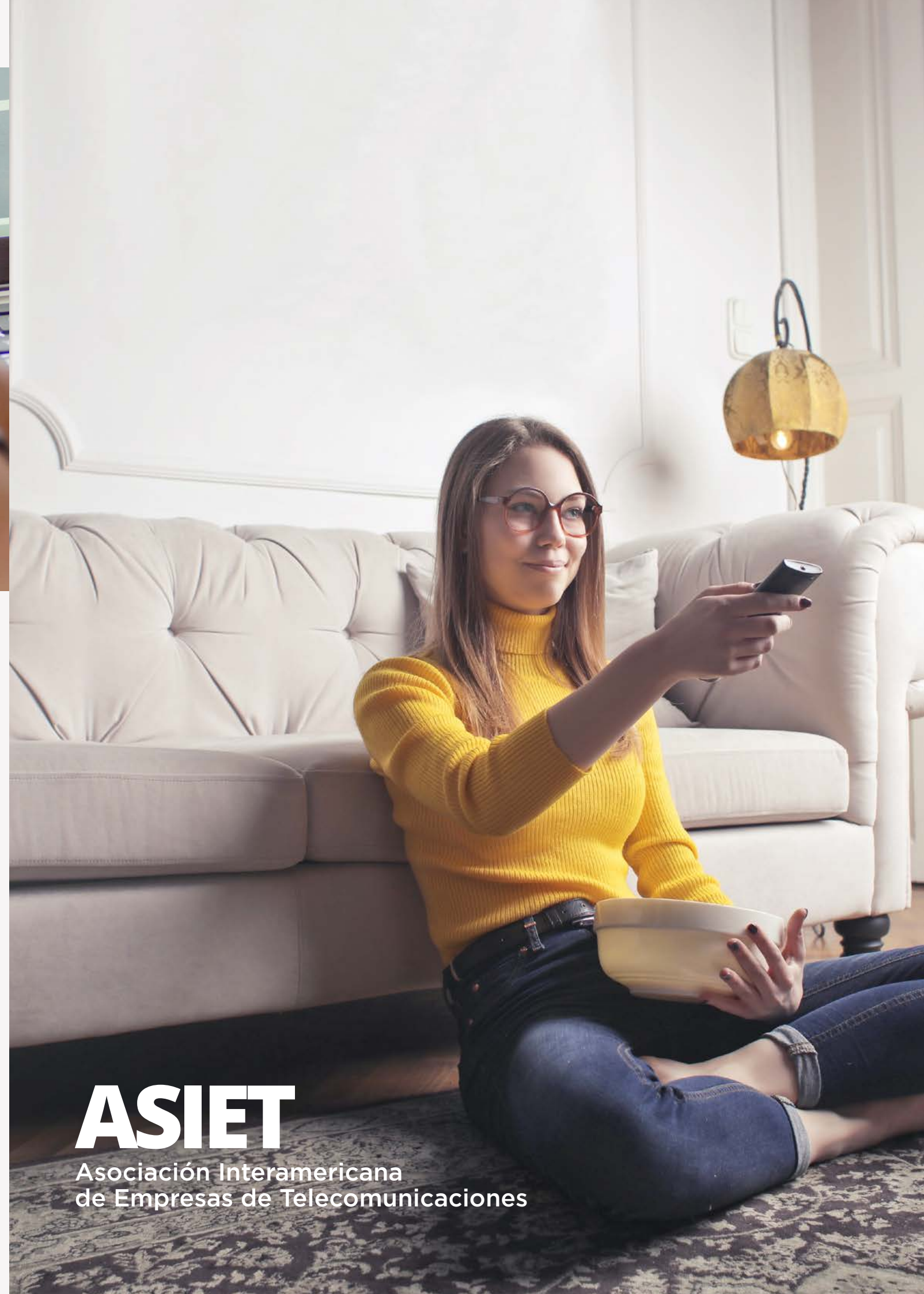
En el caso de Centroamérica, trabajamos de la mano con dos asociaciones que se dedican a la protección de los derechos de propiedad intelectual en temas de telecomunicaciones, uno de ellos la Asociación para la Propiedad Intelectual Justa (APPI) en Honduras, y el otro la Asociación de Programadores, Distribuidores y Agentes de Canales de Televisión por Cable para Centro América (APRODICA) con sede en Guatemala, asimismo trabajamos con otros aliados como la Asociación Interamericana de

Empresas de Telecomunicaciones (ASIET) y el Centro de Estudios para el desarrollo de las Telecomunicaciones y el Acceso a la Sociedad de la Información de América Latina (CERTAL), realizando estudios sobre la materia y organizando foros y conversatorios dirigidos a autoridades y público en general para educar sobre la materia, plantear las problemáticas y proponer las soluciones.

Creemos firmemente que unidos lograremos crear un ambiente de respeto a la propiedad intelectual, fortaleciendo nuestros sistemas jurídicos y el estado de derecho.

✱ **¿Cuáles son los siguientes pasos?**

El tema de la piratería requiere el abordaje desde diferentes ángulos y la participación de varios sectores y actores en su control y combate. Es importante continuar trabajando en acciones de concientización sobre la problemática, además de educación sobre las formas de operar, dirigido principalmente a las autoridades y población en general, resaltando el impacto negativo que tiene la piratería en el país y en el desarrollo social y económico. Adicionalmente garantizar que las legislaciones de los países del área de Centroamérica incluyan capítulos especiales sobre la piratería, y que las autoridades puedan de oficio perseguir estos ilícitos. La piratería es un riesgo para los usuarios en temas de ciberseguridad y privacidad de la información, por lo que debe abordarse la problemática desde esta perspectiva también, para disminuir o eliminar estos riesgos asociados. ✕



ASIET

Asociación Interamericana
de Empresas de Telecomunicaciones