



Cross-Border Digital Impact: Analyzing the Effects of Canada's Online News Act on Internet Fragmentation

June 20 2024

Impacto digital transfronterizo: análisis de los efectos de la Ley de noticias en línea de Canadá sobre la fragmentación de Internet

Sociedad de Internet – 20 de junio de 2024

KYLE SHULMAN: Me gustaría presentarles a mi colega Paula Bernadi. Ella es nuestra asesora principal de políticas y promoción. Ella facilitará esta llamada hoy. Entonces Paula, la palabra es tuya.

PAULA BERNADI: Hola, hola a todos. Muchas gracias Kyle por la introducción. Quiero darles la bienvenida a todos hoy a este llamado. También tengo una agenda rápida para compartir con ustedes. Este es el impacto transfronterizo, analizando los efectos de la ley de noticias en línea de Canadá en el seminario web sobre fragmentación de Internet. Y esto es muy emocionante para nosotros. Este es un seminario web, como dijo Kyle, para todas las Américas. Así que tenemos nuestros capítulos de América del Norte, tenemos todos nuestros capítulos de ALC.

Y esto seguro que no es sólo una coincidencia. Esto es algo en lo que ISOC ha estado centrando su promoción este año, especialmente en la fragmentación de Internet con el tema de las noticias en línea y cómo se está proponiendo en diferentes jurisdicciones alrededor del mundo y especialmente aquí en América Latina y América del Norte.

Hoy voy a tener esta introducción muy rápida porque tenemos las presentaciones que hará Philip Palmer, quien es nuestro representante de ISOC Canadá. Luego nos seguirá Juliana Fonteles da Silveira, miembro de ISOC Brasil. Y por último, pero no menos importante, Cathy Gellis, abogada de Internet, defensora de políticas y especialista en este tema. Como dijo Kyle, pueden incluir sus preguntas en el chat y luego tendremos la oportunidad de discutir cuando terminen todas las presentaciones.

Sólo voy a dar una breve introducción sobre los antecedentes y el cronograma del tema y de lo que estamos hablando hoy. Entonces, de lo que estamos hablando es de legislaciones que apuntan a obligar a los operadores de grandes plataformas en línea a compensar a los medios de noticias por hacer que su contenido esté disponible. Esta fue la base de cómo se introdujeron estas propuestas por primera vez en los países de los que vamos a hablar hoy. Y el objetivo de estas legislaciones y propuestas sería brindar apoyo financiero a las empresas de noticias que no han logrado competir con las grandes plataformas en línea por los ingresos, cambiando el equilibrio del mercado de poder. Ésta es la cuestión de fondo de cómo se introdujo este tema.

Y, por supuesto, al igual que en Internet Society, estamos analizando estas propuestas en función de cómo impactan o podrían impactar Internet, fragmentando Internet y fragmentando también la experiencia del usuario en Internet.

Entonces, como cronograma, muy brevemente, 2021, tuvimos en Australia el Código de negociación obligatoria de plataformas digitales, medios y noticias que se aprobó en Australia con este objetivo subyacente. En 2023, y es ahí donde tendremos más detalles con los panelistas, tuvimos la aprobación de la Online News Act en Canadá. Y tenemos dos propuestas en curso en las que ISOC también está centrando sus esfuerzos de promoción. Uno está en los EE.UU., California, se llama Ley de Preservación del Periodismo. Y el otro está en Brasil. Y es su apodo, es el proyecto de ley de derechos de autor. Éste es el marco que estamos analizando hoy. Y no voy a hablar más porque hoy tenemos a los especialistas para discutir y traer más información. Y esperamos con ansias este debate tan enriquecedor que estamos teniendo hoy.

Muchas gracias. Y como moderador, voy a llamar a Philip Palmer para que comience su presentación. Felipe, la palabra es tuya.

FELIPE PALMER: Bueno, muchas gracias. Permítanme decir simplemente que la Sociedad de Internet de Canadá, la Sociedad Canadiense de Internet, se opuso a la Ley de Noticias en Línea, como se la llamaba en Canadá.

La Ley de Noticias en Línea fue concebida, al menos, no siguió muy de cerca, pero fue concebida según el modelo australiano. Y básicamente es una extorsión gubernamental de las principales plataformas. Entonces, un intento de extraer o heredar ingresos de los medios que

se desvían a los bolsillos de Google, Facebook y otras plataformas importantes. La legislación canadiense fue concebida simplemente para apuntar a Meta y Alphabet, al igual que las empresas matrices de Facebook, Instagram y Google.

Y básicamente creía que las plataformas estaban robando el valor del contenido de noticias. Y que al obligar a las plataformas a negociar con un proceso de arbitraje, el valor de las noticias para esas plataformas podría redirigirse a los medios de noticias heredados, tanto los medios impresos como, como resultó después, también los medios de radiodifusión.

De modo que esta concepción, por supuesto, resultó ser errónea. La legislación se basó en que las noticias eran tan valiosas para Google y meta que no había forma de que las dos plataformas principales pudieran desvincularse de las noticias en Canadá.

Tanto Google como Meta llevaron a cabo una serie de experimentos en el transcurso de las deliberaciones parlamentarias finales sobre la legislación, lo que pareció confirmar a esas empresas que, en realidad, podían prescindir de las noticias canadienses. Podrían bloquear las noticias canadienses con bastante éxito.

Y así, cuando el Parlamento finalmente, en contra del consejo de muchos expertos de Canadá, promulgó la legislación, Facebook inmediatamente publicó noticias de Canadá. Y eso tuvo dos impactos. La primera es, por supuesto, que los suscriptores canadienses de Facebook ya no podrían acceder a las noticias en esa plataforma. Si busca una noticia de Canadá, aparecerá una pantalla que le indicará que, lo siento, no brindamos servicios de noticias en Canadá. Encuentre alguna otra forma de recibir sus noticias.

Sí. Entonces eso fue lo primero que sucedió. En primer lugar, los consumidores de noticias canadienses se vieron privados del acceso a noticias a las que personas de otros países podían acceder fácilmente, en particular, a través de la plataforma Facebook.

El segundo resultado fue que las organizaciones de noticias canadienses, y en particular las publicaciones más pequeñas que podían tener publicaciones impresas pero que no podían permitirse grandes inversiones en sitios web sofisticados, ya no tenían el beneficio de ser transmitidas por estas plataformas. Y para muchos de ellos, esos eran medios importantes para llegar a sus suscriptores y mantener su viabilidad para los anunciantes. Y así, una porción no insignificante de las organizaciones de noticias de prensa más pequeñas de Canadá, noticias comunitarias, etc., perdieron un acceso importante a sus propios suscriptores. Y los seguidores canadienses de esas páginas web, los sitios de Facebook, también perdieron el acceso a ellas.

Y esto ha demostrado ser significativamente significativo, ha creado importantes dificultades en las zonas rurales de Canadá en particular, como lo ejemplificó la temporada de incendios forestales que tuvimos el año pasado, donde muchos

las comunidades fueron amenazadas y se bloqueó el acceso de Facebook a las noticias locales. Y eso tuvo algunos impactos significativos en las comunidades rurales y remotas.

Después de que Meta se retiró, Google dijo, bueno, también dejaremos esto. Las noticias no nos hacen ganar dinero. Hemos probado esto y contenido de noticias, lo publicamos, la gente está interesada en él, le gusta, pero nadie está dispuesto a pagar por él. Y a nuestros anunciantes en realidad no les gustan las noticias, porque las noticias contienen todo tipo de historias deprimentes, y la gente realmente no quiere que sus anuncios aparezcan junto a accidentes de tráfico, muertes, asesinatos y quién sabe qué otras aflicciones de la vida moderna.

Pero Google dijo, pero estamos abiertos a negociar. Así que Google negoció con el gobierno y llegó a un acuerdo por el cual, al aportar 100 millones de dólares al año a la industria periodística canadiense, obtendrán una exención de la legislación y no se verán obligados a entrar en el modelo de negociación de arbitraje que el gobierno. El dinero de Google se distribuirá sobre la base de la estructura industrial existente, de modo que los actores tradicionales existentes obtendrán mucho más dinero que, por ejemplo,...

Facebook ha abandonado el mercado de noticias canadiense, lo que sigue causando problemas tanto al público consumidor como al negocio de generación de noticias. Google ahora publica noticias en Canadá. Mi feed de Google siempre tiene Google News debajo. Y ahora la gente simplemente está peleando por el botín, sobre quién se queda con qué parte de los 100 millones de dólares que se dividirán entre los productores de noticias canadienses.

Eso es todo. ¿Alguna pregunta?

PAULA BERNADI: Muchas gracias Felipe. Y las preguntas se pueden poner en el chat y luego podemos reevaluarlas después de que todos hayan hablado.

Le pasaré la palabra ahora a Juliana. Juliana ha estado trabajando con el capítulo brasileño de ISOC, especialmente en un informe y un estudio comparativo de dichas legislaciones en todo el mundo.

Juliana, la palabra es tuya.

JULIANA FONTELES DA SILVEIRA: Gracias. Buenas tardes. Espero que todos puedan escucharme bien. Excelente.

En primer lugar, me gustaría agradecer a ISOC por la invitación y a Philip por el discurso. Es muy interesante escuchar las consideraciones de Philip sobre la Ley de Noticias en Línea, ya que en ISOC Brasil hemos analizado brevemente la regulación como una versión mejorada del Código de Negociación de Medios de Noticias, que ha sido nuestro punto de referencia comparativo.

Entonces, como dijo Paula, soy investigadora de ISOC Brasil y junto con mis colegas, Pedro también, que supongo que está aquí, y María Eduarda, he desarrollado un proyecto de investigación para investigar las propuestas brasileñas sobre la sostenibilidad del periodismo y la compensación de noticias por plataformas digitales. El proyecto tiene tres pasos. Me gustaría presentar el proyecto aquí porque analizamos estas propuestas.

El proyecto tiene tres pasos. El primero consiste en un análisis comparativo de los marcos brasileños y el Código de Negociación de Medios de Noticias de Australia.

El segundo se centra en mapear los actores brasileños involucrados en el debate regulatorio y los intereses y valores que apoyan.

Y el tercero consolidará en un trabajo académico los caminos y escollos de las propuestas.

Entonces, lo que observamos en las regulaciones de compensación de noticias a nivel mundial es que fueron el medio por el cual los gobiernos pretenden ejercer poder sobre las grandes tecnologías y controlar a estos actores privados en el ecosistema de la información.

Así, las autoridades australianas lideraron este movimiento y han influido significativamente en las propuestas en el extranjero, aunque las principales preocupaciones planteadas en el debate regulatorio no han sido abordadas en estas otras regulaciones.

Una de las principales preocupaciones presentes en estas discusiones y presentaciones a las autoridades australianas que creo que es importante resaltar aquí se refiere a la sostenibilidad de los medios. Aunque el Código de Negociación de los Medios de Noticias de Australia estableció algunos criterios, es posible que las definiciones de empresas de medios y contenido de noticias aún no se ajusten a la diversidad de los ecosistemas de medios y dejen fuera del alcance de la legislación a algunas pequeñas empresas y trabajadores autónomos.

Por ejemplo, el código establece que una empresa de medios debe tener ingresos anuales superiores a 150.000 dólares australianos para registrarse y ser elegible para recibir cuotas según las reglas del código, lo que beneficiaría a los grandes productores de contenido periodístico y excluiría por completo a los pequeños. Además, el Código australiano podría haber En las negociaciones, hemos estado apoyando asimétricamente a las empresas de noticias grandes y tradicionales en detrimento de las organizaciones de noticias más pequeñas.

El Código determina que la suma de las remuneraciones libremente pactadas entre el medio informativo y la plataforma, y el reglamento no fija términos y criterios específicos para el acuerdo. Además, los acuerdos son oscuros porque son confidenciales, por lo que las organizaciones de noticias que tienen mayor poder económico, que son las corporaciones tradicionales, parecen tener también mayor poder de negociación para negociar términos y sumas más favorables.

con plataformas. Y esa opacidad de los acuerdos ha sido muy criticada en este sentido porque avala desequilibrios dentro de los medios, dentro de los diferentes actores que están negociando con las plataformas digitales.

Por otro lado, en el Código se establece una preocupación acuciante en la relación entre medios y plataformas digitales en esta regulación. El reglamento busca abordar parte de la posible arbitrariedad e interferencia de las plataformas en la distribución de noticias mediante el uso de algoritmos, que es una de las principales preocupaciones de la sociedad civil y otras partes interesadas que participan en las propuestas.

Así, el Código australiano se centra en la transparencia y la rendición de cuentas de posibles cambios en los algoritmos y determina que dichos cambios y aquellos que afecten el tráfico de contenidos informativos deben notificarse a las empresas de noticias a través de plataformas digitales. Además, la legislación crea obligaciones de información para las plataformas designadas según el Código, que deben informar sobre las interacciones de los usuarios con el contenido de noticias, y esto permite a las empresas de noticias obtener algunos conocimientos sobre su audiencia.

En cuanto a la propuesta brasileña, cabe señalar que se inspiró en gran medida en el Código de Negociación de los Medios de Comunicación y en la competencia en el exterior. En Brasil, la propuesta de obligar a las plataformas a compensar las noticias apareció por primera vez en el debate regulatorio dentro de una importante propuesta para regular las plataformas digitales, que es la Ley Brasileña de Libertad, Responsabilidad y Transparencia en Internet, o el Borrador de Noticias Falsas, que refuerza. Desde esta perspectiva, estas propuestas tienen razón dentro del movimiento para regular las grandes tecnologías.

Y, sin embargo, en primer lugar, una naturaleza de la ley de derechos de autor similar a los modelos europeos, y luego, después de algunos desacuerdos políticos y otras propuestas, un proyecto de visión autónomo arraigado en el enfoque de competencia del NMBC gana fuerza en nuestro legislativo.

Entonces, el papel de estas plataformas digitales al contribuir a la difusión de esta información jugó un papel clave en el refuerzo de la narrativa regulatoria de que las plataformas deberían compensar a los periodistas en Brasil.

Esta propuesta actual refleja similitudes significativas con el Código australiano, pero parece no haber abordado algunos de los problemas del Código. Cuando se trata de establecer, por ejemplo, qué contenidos informativos deben ser compensados, la propuesta brasileña ha sido ampliamente criticada por su amplia categoría. Hay contenido de interés público que cumple con estándares éticos periodísticos, ya que deja espacio a esta arbitrariedad de las plataformas y autoridades de control al determinar qué es contenido de interés público, lo que finalmente impacta en la

determinación de qué son los periodistas y qué medios de comunicación deben ser compensados.

Entonces, lo que se afirma aquí es que este concepto amplio podría beneficiar a los medios de comunicación que difunden esta información, por ejemplo, cuando no cubren iniciativas periodísticas regionales que, por ejemplo, cubren los Juegos Olímpicos o deportes, ya que esto no podría entenderse como no bajo el ...

Entonces, por favor detenme si estoy avanzando el tiempo. En realidad, no estoy controlando esto.

PAULA BERNADI: Todavía tienes cinco minutos.

JULIANA FONTELES DA SILVEIRA: Bueno.

PAULA BERNADI: Bueno.

JULIANA FONTELES DA SILVEIRA: Así que continuaré.

Entonces, la cuestión de apoyar iniciativas que difundan esta información es una preocupación clave entre las partes interesadas en Brasil porque, bueno, las definiciones de periodistas de interés público generalmente no ofrecen criterios integrales porque cambian dependiendo de qué entidad estemos interpretando.

Y otra preocupación importante aquí en nuestra propuesta es la distribución justa de los recursos entre las organizaciones de medios y también entre los trabajadores, los trabajadores profesionales, de tal manera que promovamos efectivamente la sostenibilidad de los medios y apoyemos la diversidad en el contenido y en cuanto a quién produce. Esto se debe a que nuestra propuesta no menciona específicamente a los pequeños productores ni a iniciativas lideradas por grupos minoritarios como lo hace la Ley de Noticias en Línea.

Y entonces las plataformas no están sujetas a limitaciones a la hora de negociar, lo que deja a la industria mediática en manos de sus intereses comerciales, con intereses en priorizar los contenidos que serán compensados. Y aunque el anteproyecto brasileño estableció algunos criterios para el monto de las remuneraciones en el acuerdo, como la audiencia, la cantidad de contenidos y la cantidad de profesionales de la organización, la falta de especificidad en estos otros aspectos impide que los modelos informativos y una variedad de proyectos de noticias para recibir fondos y desarrollar.

Y por qué la propuesta brasileña casi copió el código australiano de la NBC, las disposiciones del código que contribuyen a una mayor visibilidad de la industria de las noticias sobre la forma en que se distribuye el contenido periodístico en las plataformas no se han reflejado en nuestro proyecto de ley. Nuestro

La propuesta no logra garantizar el acceso a los datos sobre la audiencia de las noticias y sobre los cambios de algoritmos que interfieren en la clasificación del contenido.

El modelo brasileño aún está en discusión. Sin embargo, problemas clave quedan sin respuesta, como el que mencioné, y una amplia gama de actores en Brasil sostienen que, al igual que la regulación australiana, la propuesta brasileña no aborda las tendencias históricas de concentración y monopolio de los medios. Y, además, el modelo NMBC adoptado en la propuesta brasileña generó preocupación sobre la creciente dependencia de la producción de medios de las plataformas digitales.

Entonces la tendencia es que estos acuerdos entre medios y plataformas de noticias se renovarán y la fuente de ingresos del periodismo dependerá cada vez más de ellos. Y esto significa que el contenido producido por los medios de comunicación será más conveniente y estará alineado con las plataformas de interés comercial para garantizar que se garantice su principal fuente de ingresos.

Bueno, puedo continuar después de las preguntas.

Gracias.

PAULA BERNADI: Muchas gracias Juliana por tu aporte. Y es un proyecto tan asombroso en estudios comparativos el que estás haciendo con Australia y Brasil.

Y ahora le doy la bienvenida a Cathy Gellis para que aporte su experiencia y se centre más en lo que está sucediendo en el debate sobre el texto de enlace y propuestas similares en los EE. UU. ahora.

Bienvenido.

CATHY GELLIS: Gracias por invitarme. Me complace hablar, en particular, de la preocupación general y de por qué esto es malo para Internet, porque es malo para Internet.

Vivo en California. Soy un abogado de California. No soy su abogado, pero puedo hablar de estas cosas. Pero no creo que los detalles de la ley de California sean necesariamente lo más importante a seguir, a lo que prestar atención. Porque no creo que los detalles de ninguna de estas leyes específicas realmente importen.

Y Zoom cree que estoy hablando español. ¿Entonces es entender que no hablo español?

PAULA BERNADI: Creo que sí. Recibí el mismo mensaje, sí.

CATHY GELLIS: Bien vale. Mi español es mucho mejor de lo que recuerdo entonces.

Bueno. Así que no creo que los detalles necesariamente importen porque todo el plan es irredimible. Y realmente no importa cómo lo empaqueten, porque no podrán empaquetarlo de una manera que evite los problemas.

Puede haber diferencias. Y dicho esto, aún desea buscar en cualquiera de estos proyectos de ley en particular, como la versión de California. Hay una versión federal. Espere, probablemente algún otro estado presentará su propia versión.

Conviene ver qué otras disposiciones están adjuntando a su proyecto de ley, porque puede haber algunas cosas desagradables en esas otras disposiciones. Y eso tiende a ser lo que termina dándole los dientes al proyecto de ley. Pero incluso si presentaran un proyecto de ley desdentado, todavía tendrías un problema. Porque esta no es realmente una idea que queramos respaldar como algo posible.

Queremos que se apoye el periodismo, pero esto es un callejón sin salida con todo tipo de cosas malas que seguirán, y de todos modos no vas a resolver el problema con eso. Pero evitemos las cosas malas mientras estamos ocupados intentando resolver el problema más importante.

Déjame hablarte de algunas de las razones por las que es malo.

Y el primero que destaqué es su espíritu. Hay algo que se ha ido infiltrando en la ley e incluso en nuestra comprensión pública de la ley y de lo que debería hacer la ley que creo que es algo venenoso. Y ciertamente es venenoso para la idea de una Internet abierta. Y esa idea es: si alguien se beneficia de algo que otra persona creó, ¿cómo se atreve a beneficiarse de forma gratuita? Si te estás beneficiando, tienes que pagar. Y existe esta noción que se está infiltrando en la ley y en nuestras expectativas de lo que la ley debería ofrecer y que creo que es un poco venenosa porque esa no es la forma en que se suponía que debía funcionar ni siquiera la ley de derechos de autor.

Y no existe una Internet abierta en la que la Internet abierta realmente dependa de que las personas compartan y puedan encontrar beneficios en otros lugares basándose en la expresión de otras personas. Y esto es que estos dos conceptos son tan extraños entre sí que creo que una de las cosas que deberíamos evaluar y decir, basta, es que tal vez este no sea un buen enfoque para pensar que esto es algo que la ley debería poder entregar. Si la gente se beneficia, está bien. Así es como se supone que funciona.

Entonces, si fueras a decir, está bien, alguien cuya producción expresiva se está beneficiando, alguien más se está beneficiando, tendrías que tener algo en la ley. Si van a poder exigir un pago, lo que realmente necesitan es algún tipo de derecho a decir que la otra persona tiene que dejar de usarlo, dejar de beneficiarse. Y tienen que tener un poder legal para

decir, no, parar, y luego condicionar ese uso a, bueno, si me diste dinero o no. Eso es lo que son estos impuestos de enlace.

Y entonces, para que funcionen, tienen que inventar algo en la ley que actualmente no existe. Y ese es el poder de monopolio de las entidades de medios que están pidiendo esto para tener la capacidad de decir, no, no tienes derecho a vincularme conmigo. Tengo derecho a impedir que me vincules a menos que me pagues o me hagas feliz de alguna otra manera. Pero esto generalmente se reduce a dinero. Eso no existe ahora mismo. No existe en derechos de autor.

Una de las cosas que siguen dando vueltas y por qué los impuestos a los enlaces se han filtrado en el espacio de la ley de derechos de autor es porque hay un término llamado derechos de autor auxiliares donde, bueno, la ley de derechos de autor no le daba a los medios de comunicación el poder de decir no, porque eso es ninguno de los derechos exclusivos que les otorgarían sus derechos de autor. Entonces tenemos que inventar algo. Y es una especie de copyright. Así que podríamos atenernos a la ley de derechos de autor que tenemos, porque se comportará de la misma manera.

Pero es esta idea la que he creado algo y puedo decirte que no, no podrás usarlo a menos que me pagues. Pero tenemos que inventar eso para que estos esquemas de impuestos vinculados funcionen. Y esa no es una buena idea.

No crear monopolios no es una buena idea. Sólo creamos monopolios con el fin de beneficiar al público. Y no se trata de beneficiar al público.

Quizás se podría argumentar que sí, mantenemos el periodismo en funcionamiento y eso beneficia al público. Pero la cuestión es que se supone que el público debe poder beneficiarse de la expresión que realmente se ha creado. Y esto le quita al público la capacidad de interactuar con esa expresión porque ahora tiene un costo porque alguien puede decir que no y evitar que tengan acceso a esa expresión.

Es crear ese derecho de monopolio sobre algo que sería nuevo. Es algo que no tiene precedentes. Es algo que es inconsistente con los valores por los que tenemos derechos de autor. Y es una mala idea porque simplemente estamos agregando monopolios y dando poder a la gente para que diga no a que la gente pueda interactuar con la expresión en línea.

Y ese es un gran problema. Punto final para la Internet abierta, donde se supone que debemos tener esta agradable fluidez donde la expresión puede fluir y las personas que la necesitan pueden tener acceso a ella. Y simplemente por diseño, está tratando de obstruir ese flujo. Y va a crear el poder para que alguien pueda obstruir ese flujo.

Pero hay más problemas que sólo eso. Hay muchos problemas logísticos en los que, bueno, digamos que las entidades de medios tienen el poder de decir que no. Y si tienen el poder de decir que no

y dices, no puedes usar mis cosas a menos que me pagues, ¿y luego qué? Entonces, ¿cómo se puede saber a quién se le paga?

Y una cosa que algunos de los otros oradores han mencionado es que... Ya sabes, esto está siendo impulsado por muchas compañías de medios realmente grandes que están bastante seguras de que si se recauda una cantidad de dinero, se destinará a ellos. No está del todo claro que si se recauda una cantidad de dinero, se destinará a cualquier medio más pequeño, cualquier medio independiente, desde, ya sabes, empresas más pequeñas hasta periodistas individuales, para quienes en realidad podrían beneficiarse más al tener la mayor visibilidad que tienen. Pueden tener y que tener un plan que tal vez les dé unos centavos simplemente no será de suficiente valor para ellos.

Y en este momento hay una inhibición porque si hay un esquema en el que no puedes vincular a noticias a menos que hayas pagado, no verán el dinero porque serán demasiado pequeños y quizás eso no fue así. Para ellos, vale la pena porque tal vez, ya sabes, no vale la pena gastar unos centavos en un enlace individual. Si obtienen más visibilidad en su sitio web, eso se convertirá en oportunidades en las que luego podrán monetizar más y con su propia publicidad que puede generar más beneficios para ellos.

Pero toda su capacidad para obtener ganancias de la forma en que se beneficiarían ahora está bajo fuego porque las grandes entidades han tomado el control y han decidido, no, no, este será el único modelo de negocio que las noticias pueden usar cuando se vinculan en línea. Y ahora todo el mundo tiene que seguir esas reglas, sea bueno para ellos o no.

Y luego la otra cuestión es que hay un problema. Obtienes una reserva de dinero y luego tienes que averiguarlo. Entonces, hay un par de cuestiones, como ¿quién negocia esa tarifa? ¿Se trata de empresas de medios individuales? ¿Será algo que haga el gobierno? Hay ventajas y desventajas en cada uno de ellos.

Pero vuelvo a mi punto original de que en cierto modo no importa porque ambos son planes terribles y elegir uno u otro no salvará esta propuesta. Pero luego, si obtienes una reserva de dinero de alguna forma, especialmente si se trata de una recaudación estatal, como una licencia obligatoria, ¿cómo se distribuye? ¿Quién lo distribuye? ¿Quién hace la recolección? ¿Quién hace la distribución?

Porque los artistas independientes, los creadores independientes y los periodistas independientes tienden a ser lo que se conoce como la cola larga, donde, ya sabes, las grandes entidades corporativas ganan mucho dinero. Y luego, a medida que se hacen más y más pequeños, hay cada vez menos. Pero la larga cola a medida que cae puede ser muy, muy, muy larga donde hay una gran cantidad de voces más pequeñas y tienden a no ver dinero saliendo de estos esquemas. Y sabemos esto

de los otros esquemas de licencia obligatoria que tenemos en el espacio de derechos de autor. Entonces ese no es un buen plan.

Y luego tenemos algunos problemas jurisdiccionales en los que, bueno, ahora California quiere escribir las reglas de tránsito para Internet. Pero California es uno de los 50 estados. Eso significa que otros 49 estados podrían decidir cómo redactar las reglas sobre cómo funciona Internet. Esto hace que sea muy difícil para cualquiera que intente tener un negocio o comunicarse a través de Internet. Si eres una plataforma que produce y ayuda a las personas a comunicarse a través de Internet, les estás ayudando a comunicarse a través de un montón de jurisdicciones. E incluso si solo pensamos en Estados Unidos, la gente de California está hablando con gente de Nueva York, Texas, Florida y Minnesota. Y si cada estado pudiera escribir sus propias reglas de tránsito, está bien, tienes una plataforma, tu plataforma llegará a mis estados. Puedo escribir las reglas de tránsito que debes seguir. Eso va a ser un problema porque lo que California cree que deberían ser las reglas de tránsito puede no ser lo que Texas cree que deberían ser las reglas de tránsito. Y si eres una plataforma que ahora tiene que cumplir con múltiples jurisdicciones, ¿cómo eliges?

Ése es un problema estadounidense, pero también es un problema global. Porque incluso si resolviéramos, y uso ese término vagamente, el problema diciendo, simplemente hagamos que el gobierno federal estadounidense establezca las reglas para la carretera. Y lo han estado proponiendo con el JCP, la JCPA. Todavía no hemos resuelto el problema porque hay muchos estados, hay estados nacionales. Internet no sólo cruza las fronteras de los estados estadounidenses. Cruza fronteras internacionales. Entonces, ¿cómo puede una empresa que toca Canadá, Australia, Brasil, China y nombrar su país cumplir con todas estas jurisdicciones locales? Es posible que cada jurisdicción quiera que usted haga algo diferente y recaudará su propio fondo de dinero y lo distribuirá de manera diferente a diferentes personas en diferentes distritos electorales.

Esto es un desastre. Y no hay manera de desmenuzarlo. No es una buena idea. Y es por eso que no deberíamos hacerlo si nos importa tener una Internet abierta.

Y luego está el gran asunto, y agitaré mi bandera estadounidense aquí y diré que hay un problema fundamental con la libre expresión en términos de lo que este tipo de solución regulatoria está tratando de impactar, que es que tienes plataformas de Internet y plataformas de Internet. facilitando mucho el discurso del usuario. Pero también tienen sus propios derechos expresivos sobre cómo deciden facilitar ese discurso. ¿Qué expresión quieren habilitar? ¿Qué expresión quieren asegurarse de que no esté en su plataforma? Algunas plataformas toman mejores decisiones que otras. Esto es difícil, incluso para los mejor intencionados. Pero generalmente necesitan su propia libertad de expresión para poder decidir cómo actuar en el negocio de

facilitar la expresión porque es difícil e importante y depende de qué tan bien podrán desempeñarse como empresas.

¿Toman decisiones que alienan a todos sus usuarios y, por lo tanto, a sus anunciantes, de modo que no pueden ganar dinero? Necesitan esa libertad para poder tomar decisiones que sean apropiadas para ellos y su base de usuarios y las personas que, en última instancia, ayudan a financiar eso, sus negocios. Esto simplemente lo impacta porque todas estas leyes esencialmente se reducen a eliminar esa expresión mediante la creación de reglas sobre lo que las plataformas de expresión pueden facilitar. Si ya no llega a decir, seguro, novedades.

Quizás no nos gusten las noticias, pero a nuestros usuarios les gustan las noticias. Bueno, está bien, seguiremos adelante y publicaremos algunas noticias. No pueden tomar esa decisión porque es una elección en la que, si quieren hacerlo, ahora hay una barrera y simplemente el hecho de que podrían pagar algo para superar esa barrera.

Lo que debemos preocuparnos si nos preocupamos por la Internet abierta es que existía una barrera. Y es por eso que vuelvo a esta idea de que es irredimible porque no podemos construir estas barreras y seguir esperando que la expresión se pueda intercambiar libremente en Internet y que las plataformas puedan estar disponibles para facilitar lo que los propios usuarios quieren. expresar y las ideas que quieren expresar y la expresión que quieren expresar e intercambiar entre personas de todo el mundo.

Esto fundamentalmente entra en conflicto con la Internet abierta que necesitamos para poder tener esa libertad y asegurarnos de que Internet sea realmente la red valiosa que realmente puede ser. Esto simplemente lo deshace por completo y detalla, shmeetails, que no es un buen plan.

No estoy a favor de los impuestos a los enlaces y me alegro de que Internet Society también esté llamando la atención sobre esto para decir que no es una buena idea. Tiene problemas y va a romper cosas que nos importan.

Se lo pasaré a... Creo que tenemos preguntas.

Muchas gracias.

PAULA BERNADI: Estamos abiertos a preguntas y las preguntas pueden surgir desde el chat.

Ya tenemos uno, pero la gente también puede levantar la mano y abrir el micrófono. preguntar.

Héctor, ¿quieres hacer tu pregunta o debería simplemente leer lo que escribiste?

HÉCTOR HENRY: Mi pregunta es, usaré el ejemplo de Google. De la misma manera que administran su sistema AdSense, cualquiera puede tener una página web en cualquier parte del mundo y cosechar las recompensas de sus anuncios, de los anuncios de Google que se reproducen en su página web. Y según el número de clics, obtener cierta remuneración por esos clics.

¿Por qué no pueden aplicar lo mismo para aquellos, para los periódicos o para los periodistas? No sé cómo decirlo. Periodistas. Bueno, a los periodistas que trabajan y les gustan los blogs generan una cierta cantidad de clics en su página web.

No sé si lo dejé claro.

PAULA BERNADI: Sí, ¿alguien quiere tomar ese, Philip?

FELIPE PALMER: Sí.

Bueno, creo que la razón por la que no se puede trabajar la remuneración del periodismo de la misma manera que se puede trabajar con la remuneración de la publicidad es que no está claro si el periodismo tiene valor para las plataformas.

Si fuera indiscutible que las noticias tienen valor para las plataformas, sería posible concebir un sistema de este tipo y hacerlo funcionar mediante clics. Pero, de hecho, por muchos clics que puedan recibir las noticias, no aportan dólares de publicidad a Google y Facebook, lo que ciertamente no es suficiente para justificar el pago a periodistas y organizaciones de noticias.

Ese es un punto fundamental, creo.

Tampoco estoy seguro de que el problema sea técnico, ¿podemos resolverlo? AdSense es muy diferente. Entonces, si alguien hace clic en el anuncio, el anunciante. Bien, elegiré Facebook, no elegiré Facebook, pero podemos visualizarlo. Por eso Facebook ha decidido permitir que aparezcan anuncios en su sitio. Entonces los anunciantes proporcionan sus anuncios y se les cobrará cada vez que se haga clic en el anuncio, y eso creará, está bien, un recuento de clics, y luego nos deberán X cantidad de dólares por clic. El problema es, está bien, es un acuerdo voluntario porque las plataformas no tenían que permitir que los anunciantes ingresaran a su sitio web y podían decir, ya sabes, vamos a hacerlo, si quieres estar aquí, tienes pagar para estar aquí.

Y ese es el acuerdo, pero es un acuerdo en el que los anunciantes podrían decir sí o no, no queremos pagar, pero son dos actores privados que llegan a un acuerdo que tiene sentido para ellos. Lo que son estos proyectos de ley de impuestos a los enlaces no tiene nada que ver con que los actores privados decidan que podría ser valioso que se priorice su contenido. En todo caso, fluye en sentido contrario.

Los periodistas y los medios de comunicación probablemente estarían mejor si pagaran a las plataformas para asegurarse de que las personas hagan clic en sus cosas y envíen tráfico de regreso a los sitios web que pueden controlar. En realidad, eso es algo realmente valioso que obtienen y lo obtienen de forma gratuita. Y no sólo no están contentos de obtenerlo gratis, sino que ahora quieren que la plataforma les cobre por hacerles este favor. Y es por eso que muchas plataformas dicen, ya sabes, que Facebook estaba pagando en Australia y ahora no van a seguir pagando porque es una tontería.

Y es por eso que Facebook salió de Canadá porque decía, bueno, no, te estábamos haciendo este favor al asegurarnos de que tu expresión fuera visible para las personas a través de nuestra plataforma. De hecho, le estamos brindando el valor. Ciertamente no le pagaremos por hacerle el favor. Entonces simplemente dejaron de hacer el favor.

Y luego el negocio de los medios canadienses perdió el valor del favor que le estaba haciendo Facebook. Entonces son simplemente relaciones comerciales muy diferentes. Y cuando estás averiguando quién tiene el valor y cómo fluye el dinero, no se trata de contar los clics. Se trata de por qué alguien pagaría por algo que no necesita ni necesita pagar. Y esa no es la forma en que realmente se moldea el valor, la propuesta de valor.

Además, me gustaría agregar que... No sé si esto abordaría el problema porque las afirmaciones aquí son mucho más amplias que simplemente el uso del enlace de los periodistas y el contenido de las noticias y también cruzan cuestiones sobre cómo todo el ecosistema informativo fue cambiado por las plataformas digitales. Entonces, cómo esta transformación digital de las noticias impactó a la información y también a los periodistas, a los medios que producen...

Así que supongo que una de las afirmaciones es también que en Brasil, al menos, el algoritmo de clasificación de la información y también este modelo de negocio de plataformas digitales pueden impulsar en parte la difusión de esta información en el ecosistema digital y también pueden degradar el contenido de noticias y contaminando lo digital, el ecosistema de la información. Por eso las plataformas digitales también deberían, esa es otra razón por la que las plataformas digitales deberían, deberíamos tener un medio a través del cual las noticias deberían ser remuneradas, deberían ser compensadas, remuneradas y también deberíamos promover la sostenibilidad del periodismo debido a todo el escenario de crisis de periodistas y medios que impulsaron las plataformas digitales.

Así que no sé si la solución de usar simplemente el mismo sistema de anuncios solucionaría eso, sería efectiva, además de todos estos problemas que los colegas ya mencionaron.

PAULA BERNADI: Gracias, gracias por las respuestas y creo que aquí tenemos otra pregunta que habla un poco de otros modelos de negocio. Entonces Simón Pérez de ISOC Capítulo Panamá pregunta: Entiendo que este tema para el mundo del periodismo es muy

similar a lo que está sucediendo en la industria discográfica con los artistas que utilizan granjas de bots para dar Me gusta. Hasta donde tengo entendido la forma en que los sellos discográficos independientes lo han manejado ha sido enfocando su modelo de negocio en la música en vivo y creando el concepto 360.

¿Por casualidad conoces algún modelo de negocio original que se haya utilizado en el mundo específicamente del periodismo y alguien quiere adoptarlo? Porque creo que también tiene que ver con el tema subyacente de los medios de comunicación y cómo han estado luchando y ahora tratando de encontrar una manera a través de propuestas como el texto del enlace para superar los desafíos. Todavía tenemos algunos minutos para preguntas, ¿alguien?

Sí, sí, por favor Cathy.

CATHY GELLIS: Así que esto se remonta a un par de cosas que dije. Uno está hablando de derechos de autor y los monopolios que crean los derechos de autor y los monopolios que crean los derechos de autor afectan a la música, y por lo tanto te encuentras con un problema en el que si quieres que la música sea accesible para la gente, una de las cosas que está sucediendo es el desarrollo de licencias obligatorias. sistemas en los que la ley dice que está bien, el titular de los derechos de autor podría decir que no y mantener la música alejada de usted.

Pero, en determinadas situaciones, estableceremos algunas condiciones y negociaremos previamente que si sucede X, entonces la respuesta tiene que ser sí. Pero estas condiciones de alguna manera le devolverán algo al propietario de los derechos de autor, por lo que no podrá decir que no. Pero una de las cosas que puede facilitar su capacidad de decir no es que ya no pueden conseguir algo de dinero.

Y hay diferentes maneras en que estas cosas se configuran y organizan, pero lo vemos en la música en línea. Lo vimos en el espacio estadounidense con las tasas de regalías de las transmisiones web donde el gobierno las estableció. Y hay otras formas de licencias obligatorias que ocurren en el espacio de la música. En cierto modo son útiles porque mantienen las cosas accesibles y le quitan al propietario de los derechos de autor la capacidad de decir no.

Pero tiene los mismos problemas de cola larga y hay problemas con él. ¿Quién fija las tarifas? ¿Se negocian de forma independiente? ¿El gobierno termina negociando eso? No son la panacea que creo que algunas personas creen que son.

Tienen algunas ventajas agradables, pero también algunas desventajas y no resuelven el problema. Y es un problema que no debería existir en el espacio periodístico porque sus derechos de autor y su periodismo no deberían permitirles decir no a los enlaces. pueden decir que no

a que se copien sus artículos completos, pero no estamos hablando de eso. Eso es lo que protegerían los derechos de autor.

Decir que tampoco puede haber un enlace ni fragmentos, lo que normalmente se consideraría uso legítimo según la ley de derechos de autor estadounidense. Ese es un gran cambio. Sólo pueden construir un modelo de ingresos si pueden decir no al intercambio de enlaces y fragmentos. Y no tienen el derecho de la ley de derechos de autor a poder decir que no. Y no deberíamos crearles ningún tipo de poder para que digan que no.

Entonces, si queremos determinar si creamos el derecho de monopolio para ellos, entonces podemos hablar de, bueno, ¿tenemos un sistema de licencias obligatorias? Eso significaría que tendrían que decir que sí de vez en cuando, siempre y cuando obtengan dinero. Pero el problema es que no deberían tener el poder de decir que no. Actualmente no lo hacen y estaríamos haciendo uno. Y esa no es una buena idea.

Y luego los acuerdos de 360 grados tienden a ser realmente desafortunados para los artistas independientes que terminan siendo muy poseídos en términos de todo su potencial de monetización por quien sea con quien hayan hecho el acuerdo, que esa persona les dará algo de dinero a cambio de todo el beneficio y beneficio potencial que pueden obtener más adelante. Y realmente sería mucho mejor si pudieran controlar sus propias cosas.

Y eso se aplica a periodistas independientes que probablemente preferirían que el tráfico llegara a sus sitios, donde pueden desarrollar sus propios modelos de ganancias que sean apropiados para ellos y sus audiencias. Y tener un plan como este realmente interfiere con su capacidad para hacerlo.

Así que no soy partidario de los sistemas de licencias obligatorias, no soy partidario de los acuerdos 360 y, definitivamente, no soy partidario de la creación de un nuevo derecho de monopolio que daría a los periodistas el poder de decir no a compartir fragmentos y enlaces.

PAULA BERNADI: Gracias. Gracias, Cathy.

Empezaré a concluir porque, conscientes del tiempo, solo tenemos unos minutos. Y me gustaría agradecer nuevamente a los tres panelistas que tuvimos aquí. Me gustaría agradecer a todas las personas que se unieron al seminario web y a las personas que están escuchando esto en la grabación.

Simplemente combinaré mi resumen con las preguntas de Nico y Kyle. Porque la Internet Society, como dije al principio, está trabajando, ha trabajado, como dijo Philip, incansablemente en Canadá contra el proyecto de ley de noticias en línea y aún sigue los impactos de la Ley de Noticias en Línea y las preocupaciones sobre cómo mantener Internet como una herramienta abierta, interconectada, segura y confiable para todos. Y, en el caso de Canadá, hemos elaborado un informe sobre el impacto de Internet.

donde afirmamos cómo impacta específicamente la propuesta canadiense la forma de trabajar en red en Internet. Pero, como dijo Cathy, esto no depende de los detalles de cada legislación. Y creo que el IIB que estructuró Internet Society lo demuestra en gran medida.

También publicaremos en un par de semanas una hoja informativa donde presentaremos un enfoque más general sobre cómo estas propuestas realmente afectan a Internet. Y a la pregunta de Nico, esta será una herramienta que le propondremos a la comunidad. Dondequiera que surjan este tipo de propuestas y hemos visto que se están poblando. Y como mostró la presentación de Juliana, estas son algo así como copiar y pegar en las jurisdicciones que muy diferentes en su sistema legal.

Entonces esto también es algo de qué preocuparse. Y esta hoja informativa seguramente brindará herramientas a la comunidad para defenderse de estas propuestas que seguramente afectarán la Internet abierta y la forma de establecer contactos en Internet.

Directo al grano y al momento. Muchas gracias a todos.

Kyle, ¿quieres decir unas palabras antes de terminar?

KYLE SHULMAN: Sí. Así que gracias a todos por unirse. Gracias, nuestros invitados. Esta es una conversación realmente enérgica y creo que realmente hemos preparado el escenario aquí. Supongo que el siguiente paso, Paula, es ¿qué podemos hacer para detener esto? Y supongo que haremos un seguimiento con más oportunidades o promoción de lo que usted puede hacer. Pero como estamos cerca, simplemente les agradezco a todos por asistir.

Creo que hay un gran punto de vista en este momento de que tradicionalmente se trata de un llamado regional específico o de temas regionales para hacer un llamado interregional o tener un llamado panamericano. Creo que esta fue una escena realmente genial hoy. Así que gracias a todos.