

Aprobación en ciernes de la ley canadiense *Online Streaming Act*

Lucía Camacho G.
CELE

Julio de 2022

La “Ley de Transmisión en Línea” [No. C-11](#) busca reformar la ley de radiodifusión de 1991 con el fin de cobijar a las grandes plataformas de internet para someterlas a las mismas obligaciones a las que están sujetas las empresas de radiodifusión tradicional y que, además, están sujetas a la vigilancia de la Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Telecomunicaciones CRTC.

El objetivo, según el gobierno nacional, es incentivar tanto el talento local como la producción y apoyo a los contenidos digitales dirigidos a las audiencias de ese país, la promoción de los medios locales y de propiedad de comunidades indígenas y racializadas (entre otros), así como la priorización de los contenidos en línea producidos en Canadá, entre otros.

El proyecto de ley ya concluyó su tercer debate en la Cámara de los Comunes, y resta el segundo y tercer debate en el Senado. Una vez concluidos, el proyecto pasaría a sanción real para convertirse en ley nacional.

Antecedentes y trámite del proyecto de ley

El proyecto de ley C-11 es, en teoría, una versión mejorada del proyecto de ley [C-10](#) cuyo trámite fue suspendido en tanto que su contenido constituía un obstáculo para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en internet.

Su texto, que alcanzó a ser discutido entre noviembre de 2020 y junio de 2021, trató de encajar el contenido generado por los usuarios de la Red (*user generated content*) a la lógica de la radiodifusión tradicional, según la cual el contenido creado por un

Youtuber, por ejemplo, sería entendido como una suerte de “programa”, por lo que su creador sería considerado como radiodifusor, sujetos ambos a la regulación y escrutinio de la Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Telecomunicaciones.

Pese a que se eliminaron los apartados de ese proyecto que trataban por igual a las grandes plataformas de *streaming* y a los usuarios generadores de contenido, y a que finalmente dicho texto fue abandonado por sus proponentes, las mismas objeciones se siguen formulando esta vez respecto al proyecto C-11.

Esto es así, pues pese a las modificaciones efectuadas en la versión más reciente del proyecto, parece carecer de la contundencia necesaria para excluir al contenido generado por usuarios de su alcance. Aunque el proyecto no lo dice así explícitamente, en audiencia pública el director de la CRTC, Ian Scott, dijo que el contenido generado por los usuarios sí estaría comprendido por el proyecto y que dicha autoridad tendría competencia para regular sobre la transmisión de contenidos en internet (ver [video de la audiencia](#) en el min. 18).

En el debate legislativo del proyecto C-11 tuvo lugar una audiencia (un resumen [aquí](#)) en la que participaron personas expertas en medios digitales e internet, organizaciones de la sociedad civil, academia y algunas de las grandes plataformas de internet. Tik Tok publicó [su postura](#) señalando que la propuesta regulatoria podría no ser la mejor herramienta. Youtube ha manifestado [su postura](#) más reciente luego de que fuera aprobado el proyecto en la Cámara. Ambas empresas solicitan que se efectúen ajustes importantes al proyecto si se pretende su aprobación.

En oposición al contenido del proyecto surgieron las iniciativas [Digital First Canada](#) y [Open Media](#), como respuestas de la ciudadanía para informar sobre el impacto del proyecto C-11 en caso de ser aprobado y que invita a tomar cartas en el asunto pues su aprobación podría terminar desincentivando a los usuarios de internet de ese país.

Durante la aprobación del proyecto en la Cámara de los Comunes legislativo se ha [criticado](#) por miembros del Partido Conservador, opositores a la iniciativa, que en la votación uno a uno de los artículos del proyecto se ha reducido drásticamente los tiempos de discusión, lo que impidió enmendar el contenido del proyecto que todavía suscita reservas.

Qué prevé este proyecto

El contenido del proyecto de ley está dividido en cuatro partes. La primera, en la que se introducen nuevas definiciones, obligaciones y excepciones y que reforman la Ley de Radiodifusión (sección 2 a la 31). La segunda (sección 31.1 a la 35) y tercera (sección 36 a la 47) modifican otras leyes como la del Estatus del Artista, la Ley de Derechos de Autor, la de Acceso a la información, la de Accesibilidad, entre otras. La cuarta parte (sección 48 a la sección 53) contiene provisiones finales de transición, entre otras.

A efectos de esta ley, los proveedores de servicios de internet son clasificados bajo la nueva categoría de “*online undertakings*” o empresas de transmisión o retransmisión

de programas en línea. La definición de “programa” es la misma que la de la ley de 1991, abarca todos los sonidos o imágenes visuales, o una combinación de ambas para fines concretos como entretener o ilustrar.

Los *online undertakings* no estarían cobijados por ciertas reglas que otras empresas de radiodifusión tradicional sí, como la de ser propiedad de los canadienses o estar registradas en ese país, pero en cambio están obligadas a contribuir económicamente al Fondo de Medios Canadiense y a dar preeminencia a los contenidos canadienses (CanCon).

Esa preeminencia se ve reflejada en el incentivo a la producción de programas en internet que reflejan las actitudes, opiniones, ideas y valores canadienses; que integren un enfoque de diversidad de género, religiosa, cultural, política, etaria, lingüística y en atención especialmente a las minorías indígenas y afrodescendientes; en donde la diversidad sea comprensiva de distintos puntos de vista y opinión; que sea accesible para las personas con discapacidad entre otros (sección 1 al 3).

Ahora bien, las previsiones más conflictivas son las de la sección 4, 9 y 10. Veamos.

La sección 4.1 y 4.2 sí regulan el contenido generado por los usuarios

La sección 4.1 crea dos casos especiales respecto de los cuales la ley sí aplicaría: (i) el de los contenidos cargados en línea por una red social o por un “agente” o “mandatario” suyo, es decir, cualquier persona que actúe bajo el control o representación de ésta, y (ii) todos los demás eventos que sean regulados por la CRTC con posterioridad, regulación que debe ser consistente con la libertad de expresión.

En el primer evento hay que aclarar que como “agentes” o “mandatarios” *no* se está pensando en los usuarios de las redes sociales como tal, pues al inicio de la ley se aclara que las redes sociales no ejercen control sobre los programas que son cargados por los usuarios de sus plataformas (ver sección 3, subsec. 2.1, 2.2.).

El segundo evento es el más problemático pues, pese al énfasis de la ley en que el contenido generado por los usuarios queda fuera de discusión, se introducen tres eventos en los que se habilitaría a la Comisión a regular en ese sentido.

En la sección 4.2 se mencionan esos tres eventos. El primero, si el programa genera o no ingresos directos o indirectos para la red social (que permitiría la regulación de todos los contenidos monetizados); el segundo, si la transmisión del programa tuvo lugar a través de una empresa que sí debe estar autorizada o registrada por la Comisión (por ejemplo, una canción que circula en una red social pero también en la TV o la radio); tercero, si el programa tiene asignado un identificador según los estándares internacionales de identificación (de música, composiciones, etc.).

[La preocupación](#) en torno a esta sección es que, bajo estos criterios, los usuarios que generan contenido y obtienen ganancias a partir de éste, incluso si no son éstos los que monetizan el contenido que han creado, sino que son monetizados indirectamente por

la red social, estarían en todo caso sujetos a lo que prevea la autoridad de medios de ese país.

Las secciones 9 y 10 y la regla sobre qué verían los canadienses

La ley además prevé la regla de la detectabilidad o *discoverability*. Habilita a la Comisión a dictar las condiciones según las cuales se debe poder llevar a cabo la transmisión o retransmisión de contenidos en internet que de preeminencia a los contenidos canadienses (CanCon).

Dicha regla apunta a que se dé preeminencia a la presentación de contenidos canadienses y a que cualquier medio por el cual controla su programación, arroje resultados que los recomiende (lo que en otras palabras se refiere a los algoritmos de recomendación para que den preeminencia a los CanCon).

Esta regla podría ser problemática pues terminaría limitando la experiencia de internet que tienen las personas que prefieren consumir, encontrar y que se les recomienden contenidos con base en sus intereses y gustos en una determinada red social o plataforma.

También podría desincentivar y excluir a los creadores digitales (en especial los más pequeños y nacientes) en tanto que la preeminencia de un contenido en línea no estaría dada, entre otros, por su calidad y masividad sino preferentemente por su origen, situación que impactaría también en la posible reducción de los ingresos que recibirían los creadores.

A propósito de esto último, recientemente se ha [comentado](#) cómo esta regla podría perjudicar a artistas canadienses como Justin Bieber, pues las reglas para determinar si un contenido es o no CanCon son estrictas. Según la ley de radiodifusión de 1991 que aplicaría ahora a los creadores como Bieber, que monetizan su contenido en distintas plataformas, la música debe estar escrita, compuesta, ejecutada, transmitida y tener letras compuestas por un canadiense, condición que no aplica a varias de las canciones del artista según declaraciones recientes de Spotify.

Aunque el Ministro de Patrimonio y Multiculturalismo canadiense, Pablo Rodríguez, dijo que de ser aprobada la ley se tendría que hacer ajustes a la definición de CanCon, lo cierto es que la propuesta en trámite omite toda referencia sobre el particular.

El futuro del proyecto de ley

Se espera que el segundo y tercer debate en Senado ocurran en septiembre, cuando la actividad legislativa finalice su receso.

Sin embargo la posibilidad de la continuidad del debate puede estar en vilo en tanto que el 13 de julio pasado el Ministerio de Comercio de Estados Unidos [se manifestó](#) frente al contenido del proyecto de ley, debido a que el proyecto C-11 establece un tratamiento discriminatorio en favor de los contenidos canadienses y en perjuicio de

contenidos de un origen distinto, lo que iría en contravía del Acuerdo Comercial Canadá- Estados Unidos-México (capítulo 19 sobre comercio digital).

En un análisis a dicha reacción, Michael Geist, analista en materia de internet, comercio electrónico y derecho, [señaló](#) que no se trataría de una vulneración del tratado, aunque la discriminación de contenidos podría habilitar a las otras partes a la toma de medidas del mismo efecto comercial lo cual abriría la puerta a acciones de retaliación especialmente en manos de Estados Unidos, país en el que tienen sede la mayoría de plataformas de *streaming* y redes sociales que se verían afectadas de ser aprobado el proyecto C-11.

Para más información recomendamos ver los artículos escritos por Michael Geist en su [página web](#).