

# Representatividad en línea

Diálogos sobre la  
Ley C-11 de Canadá





# Representatividad en línea

Diálogos sobre la  
Ley C-11 de Canadá



CENTRO  
DECULTURA  
DIGITAL

Canada



**OBSERVACOM**  
Observatorio Latinoamericano  
de Regulación de Medios y Convergencia



**CULTURA**

SECRETARÍA DE CULTURA



CENTRO  
DE CULTURA  
DIGITAL

**Canada**



**OBSERVACOM**

Observatorio Latinoamericano  
de Regulación de Medios y Convergencia

*Título: Representatividad en línea: diálogos sobre la Ley C-11 de Canadá*

**Producción:** Secretaría de Cultura y Centro de Cultura Digital

**Autores:** Aleida Calleja, Amy Awad, Ana Bizberge, Ernesto Miranda, José Fernando Parada Rodríguez, Sacha Levasseur-Rivard, Santiago Marino, Rodrigo Gómez García

**Edición y corrección de estilo:** María González Díaz, Miriam Millán de León, Xitlalitl Rodríguez Mendoza y Yotzin Viacobo Huitrón.

**Diseño y formación:** María Fernanda Arnaut.

**1ra edición, mayo de 2024**

Centro de Cultura Digital

Licencia Creative Commons:

[Reconocimiento NoComercial-CompartirIgual 4.0](#)

[Licencia internacional](#)



# Introducción

**E**n el marco de la dinámica capitalista contemporánea, aquella que se puede enmarcar en la globalización neoliberal, además de las nuevas lógicas de acumulación que acompañaron la expansión del mercado occidental, valores, modos y saberes de vida diversos se vieron atravesados ante la homogeneización de una forma de vida en específico: la occidental. La televisión, la radio, el cine, la literatura, entre otros referentes culturales, comenzaban a representar, en su mayoría, identidades localizadas como si fueran universales. Climas con nieve, pieles blancas, ciudades urbanizadas y lenguas hegemónicas/ coloniales son parte del imaginario que se impuso como ‘colectivo’. Estas son algunas de las referencias culturales con las que identidades periferizadas no necesariamente se sienten representadas.

Antes que buscar hacer un análisis que priorice lo ‘nacional’ —discurso meramente plagado de nociones racistas que tienden a invisibilizar la diversidad de grupos socioculturales que coexisten en fronteras políticas artificiales—, es importante reflexionar de dónde viene lo que consumimos, con el fin de exponer qué tipo de representaciones culturales son las que se priorizan y cuáles, de forma intencionada, se

niegan e invisibilizan. La ‘renuncia’ a lo propio parece, más bien, consecuencia de las políticas de asimilación que se dejan en manos de las dinámicas del mercado.

Por si fuera poco, la occidentalización del mundo —como lo llaman algunos autores, tal como Gilles Lipovetsky con su análisis de cultura-mundo— está acompañada de la creación de un nuevo espacio en disputa: el territorio digital. Los procesos de producción, circulación y consumo cultural se ven transformados ante la existencia de internet, lo cual complejiza el análisis de los medios de comunicación como productores culturales.

Es en este contexto que, con la intención de crear políticas culturales desde el Estado, surge la Ley sobre la difusión continua en línea, conocida como Ley C-11. Como parte de las actividades del [Laboratorio Digitalizar en Común](#) del Centro de Cultura Digital, el presente texto es el resultado del diálogo celebrado en noviembre del 2023 entre organismos reguladores y personas expertas en la diversidad digital de América Latina y Canadá. Se habló del origen, los objetivos y los retos de la implementación de la ley. Tras conocer la experiencia y los desafíos que han atravesado a la propuesta canadiense, habría que reflexionar si una política cultural similar puede sentarse en los distintos contextos latinoamericanos.



# Reflexiones desde Canadá y América Latina sobre la regulación de servicios audiovisuales en Internet

**Santiago Marino (SM):** Tenemos un recorrido en el que podremos conocer de primera mano la normativa que Canadá acaba de aprobar, así como sus implicaciones y posibles desafíos para los países de América Latina. Están con nosotros Sacha Levasseur-Rivard, director de México y Asuntos Multilaterales de Global Affairs Canada, y Ernesto Miranda, delegado comercial de Industrias Creativas de la Embajada de Canadá en México.

**Sacha Levasseur-Rivard (SLR):** Es un gusto estar aquí y presenciar el intercambio de buenas prácticas entre Canadá, México y Latinoamérica, y ver que todo eso se mantiene, en particular aquellos temas de enorme relevancia e interés global como lo es la diversidad de contenidos en el ecosistema digital. Tengo que decir que, como francófono-canadiense, es muy importante asegurar una diversidad de idiomas en el mundo digital. Quiero celebrar que esta iniciativa sea hoy en día uno de los resultados más tangibles de la

alianza México-Canadá, como la llamamos nosotros, al ser un mecanismo de diálogo bilateral de alto nivel entre ambos países que va a cumplir veinte años en 2025, lo cual es un gran orgullo para nosotros.

Es muy importante lo que estamos haciendo en cuanto a compartir buenas prácticas con las contrapartes de México y en la región, con el objetivo de crear ecosistemas digitales más inclusivos, lo que permite una mejor representación de las comunidades históricamente subrepresentadas como, por ejemplo, las comunidades indígenas. Además, tener ecosistemas más representativos y diversos es esencial para construir democracias más robustas y, sobre todo, más tolerantes. Es decir, hablamos de inclusividad y tolerancia. Asimismo, hay que considerar que ante un ecosistema digital cada vez más volátil y polarizado y, al mismo tiempo, con mayor incidencia algorítmica empujada por la inteligencia artificial, es necesario encontrar mecanismos que generen más señal. Dicho todo eso, espero que este diálogo sea el principio de una conversación más larga que incida de manera positiva para fortalecer la diversidad y la inclusión en nuestro continente. Muchas gracias, estoy realmente emocionado por la conversación de hoy.

**Ernesto Miranda (EM):** Muchas gracias, Sacha. A mí no me queda sino agradecer a [Canadian Heritage](#), a su directora general Amy, a Tara, a Matthew, a Joan y a todo el equipo. Estamos conscientes de que todavía están en medio de consultas, pues este es un proceso que avanza, que todavía no está concluido, por lo que les agradezco enormemente que hayan dedicado tanto tiempo a compartir. También quiero agradecer a Aleida, a Rodrigo, a Ana, a José, los diferentes especialistas en la región que se han tomado el tiempo y el interés por conocer la práctica canadiense, la cual



esperamos pueda ser de utilidad para sus propios países. Y, desde luego, quiero agradecer al Centro de Cultura Digital (CCD), a Marcela, su directora, a Yotzin, a Sol, a Rodrigo y a todo el equipo que siempre ha estado muy presente en la colaboración con Canadá. Creo que es uno de nuestros puntos de contacto más importantes con la Secretaría de Cultura y con el sector cultural en México. Por lo tanto, quiero reconocer también la labor que hacen, con recursos a veces limitados, pero que ayuda a que mantengamos la conversación con Canadá de manera muy activa y muy presente. Y desde luego, gracias a Observacom, a Gustavo, a Santiago, a Eleonora y a todo el equipo, por el interés y la proactividad; reconocemos su liderazgo en la región y sabemos lo que implica también para ustedes, en medio de muchas consultas en Brasil, en Uruguay, en Chile, todos envueltos en diferentes mecanismos: esperamos que esto también sea de beneficio para ustedes.

Por último, me queda reiterar lo que ya dijo Sacha: el interés principal de la Ley C-11 tiene un foco en la creación de mejores condiciones para las comunidades subrepresentadas e históricamente marginalizadas. Si partimos de eso, de la inclusión y la tolerancia, puede ser que tenga un futuro más luminoso y más promisorio, a diferencia de si sólo atacamos o abordamos los temas económicos o financieros, los cuales suelen ser los que dominan este tipo de agendas. Sabemos que cada país tiene su propio ecosistema, sus necesidades, sus retos, sus desafíos y sus oportunidades, pero con certeza podemos decir que el trabajo que se ha hecho en Canadá ha sido muy puntual, con mucha dedicación —me atrevería a decir con mucho amor—, así que ojalá pueda alimentar y robustecer la conversación en cada uno de los países que ustedes representan.

**SM:** Para nosotros es un orgullo poder llevar adelante este encuentro y dialogar a partir de esta iniciativa legislativa y el modo en que interpela al resto de los países de nuestra América. Vamos a ir directamente con nuestra expositora inicial, Amy Awad, directora general del área de Digital and Creative Marketplace Frameworks de Canadá. Luego de su presentación, nuestros invitados e invitadas especiales: Aleida Calleja, directora del [Instituto Mexicano de Radio](#) en México; José Fernando Parada Rodríguez, comisionado de contenidos audiovisuales de la [Comisión de Regulación de Comunicaciones](#) de Colombia; Anna Bizberge, docente e investigadora de la Universidad Nacional de Buenos Aires (UBA) y del Observacom de Argentina; y, por último, Rodrigo Gómez de la Universidad Autónoma Metropolitana de México (UAM).

**Amy Awad (AA):** *Bounjour, hello everyone*, buenos días. Les agradezco enormemente por asistir a este panel, y a las y los organizadores por invitarme a compartir con ustedes un hito muy importante en la historia de los medios audiovisuales en Canadá. Es un placer estar con ustedes hoy y guiarlos a través de las enmiendas del gobierno a la Ley de Radiodifusión, a través de la transmisión en línea, además de compartir con ustedes algunas de nuestras experiencias. Espero que esta presentación pueda aportar elementos significativos en torno a por qué y cómo hemos logrado estos cambios tan importantes en el campo de los medios audiovisuales. Iniciaré pidiendo que sean pacientes conmigo: sé que hay expertos en esta área, así que algunos de los datos que daré son conocidos por ustedes, pero a veces varían las situaciones entre un país y otro y, por eso, cuando hablamos de Canadá es importante referirnos a la génesis del programa. Voy a empezar por recordar un poco sobre cómo se creó esa ley para luego sumergirnos en los cambios que hemos hecho recientemente.



Como punto de partida, las políticas de radiodifusión de Canadá están descritas en la Ley de Radiodifusión, el cual es el instrumento clave para apoyar a las industrias creativas de Canadá y garantizar que la música y las historias canadienses estén disponibles y accesibles para todos. Todo comenzó en 1932, cuando se creó la Canadian Broadcasting Corporation (CBC), la emisora pública de Canadá. Después, en 1958 se fundó una agencia independiente para regular la radiodifusión en Canadá, y en 1968 entró en vigor una nueva Ley de Radiodifusión que terminó por crear la Comisión de Radio Televisión y Telecomunicaciones de Canadá (en adelante CRTC), la cual obtuvo amplios poderes sobre la radiodifusión en Canadá. En 1975 la legislación fue enmendada para otorgarle la jurisdicción a la Comisión, con el fin de regular también a los operadores de telecomunicaciones. Así que el nombre de la agencia cambió un poco al tener responsabilidades tanto en la radiodifusión como en las telecomunicaciones. En 1991 entró en vigor una nueva Ley de Radiodifusión, la cual estableció algunas disposiciones significativas de las que vamos a hablar un poco hoy porque aún impactan nuestro sistema de radiodifusión.

Si tuviera que resumir algunos de los componentes principales del marco regulatorio tal como existe hoy en día, incluiría el trabajo que mi equipo hace en Patrimonio Canadá [*Canadian Heritage*], el cual es nuestro Departamento Federal de Cultura aquí en Canadá. También tenemos un regulador independiente —en este caso la CRTC—, que incluye el apoyo financiero directo que se ofrece a través de programas llevados a cabo por el Patrimonio Canadá, así como a través de créditos fiscales audiovisuales. Es decir, existe apoyo a la producción audiovisual a través del sistema fiscal, así como una política relacionada con la emisora pública nacional, CBC Radio Canada.



En términos del papel que tienen todos los departamentos y el tipo de modernización reciente, es fundamental entender los roles del poder ejecutivo en la CRTC. Entre el poder ejecutivo del gobierno, la CRTC y CBC Radio Canadá se ejerce un rol establecido en la Ley de Radiodifusión, en donde está involucrado el Parlamento. Patrimonio Canadá es el departamento que desarrolla las políticas, propone legislación y diseña programas para crear las condiciones necesarias para tener un sector de radiodifusión fuerte, innovador y competitivo. **Es importante recordar que hay diferentes mandatos para nuestro departamento [Patrimonio Canadá], ya que no sólo trabajamos en cuestiones de cultura y radiodifusión, [sino que nuestra labor] se relaciona también con el fomento y la promoción de la identidad, los valores canadienses, el desarrollo cultural y el patrimonio.** Así que realmente es un mandato enfocado en la cultura y la herencia, mientras que el departamento de Ciencia, Innovación y Desarrollo (ISD, por sus siglas en inglés) es responsable de las telecomunicaciones desde un enfoque principalmente económico. Su objetivo es mejorar las condiciones económicas y de inversión, por lo que tiende a estar más ligado al trabajo de telecomunicaciones que al de radiodifusión, aunque por supuesto hay interconexiones.

**[En cuanto a] la CRTC [podemos decir que] es una autoridad pública, experta e independiente que regula y supervisa los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones; cuenta con una caja de herramientas y poderes que se proporcionan en el acto de radiodifusión en la ley, además de que el gobierno no puede influir libre y directamente en sus actividades, por lo que es bastante independiente.** Existen dos formas de pasar la legislación a través del parlamento: ya sea modificando la Ley de Radiodifusión o, por otro lado, utilizando un mecanismo muy limitado que permite dirigir la CRTC a través de un proceso regulatorio.

La Ley de Radiodifusión también estableció un mandato para el organismo público de radiodifusión, así que CBC Video Canada proporciona la información, la iluminación y la programación entretenida dentro de ciertos parámetros que necesita para organizarse. La independencia de la CRTC, como pasa con otros reguladores similares en todo el mundo, está diseñada para garantizar y apoyar la sociedad libre y democrática mediante la separación del poder ejecutivo y el gobierno.

Para entender un poco los cambios recientes que se hicieron al sistema legislativo en torno a la radiodifusión, tenemos que hablar de lo que ya estaba en marcha desde hace cinco años. **En términos generales, en Canadá, al igual que algunos de los países de América Latina, existe la situación de ser un país pequeño junto a un país mucho más grande que, en mayor parte, comparte la misma lengua que nosotros, por lo que ha habido una especie de imperativo reconocido: proteger y preservar la cultura propia para no ser tragados por la cultura prevalente de la región de América del Norte.** Por lo mismo, hay una historia de apoyo a la creación y el acceso a la programación canadiense de cine, música, televisión y medios digitales, con el objetivo de promover la cultura y crear oportunidades para que los canadienses también accedan a una variedad de contenido de fuentes extranjeras. Varios instrumentos políticos apoyan la diversidad de contenidos audiovisuales canadienses y muchos de ellos se centran en la diversidad interna dentro de Canadá, lo cual incluye lenguas oficiales como el inglés y el francés, pero también lenguas indígenas, comunidades étnicas, etcétera. Hay mucho enfoque tanto en la programación canadiense como en sus subconjuntos, para los cuales se podría adaptar el tipo de programación a través de los poderes otorgados en la Ley de Radiodifusión. **A lo largo de los años, la CRTC ha implementado una serie de políticas**

reguladoras que requieren que las emisoras contribuyan al sistema de radiodifusión. ¿Cuáles son algunas de estas políticas o regulaciones? Históricamente, siempre ha habido cuotas en la radio y la televisión, en tanto que un cierto porcentaje de lo que se difunde tiene que ser canadiense. Por lo general, en la televisión hay criterios basados en la hora del día, para que durante un período específico, cierto porcentaje de la programación transmitida por la emisora sea canadiense. Para aquellas emisoras que trabajan en la distribución de programación —es decir, sistemas de cable, de satélite, de IPTV, etcétera— es distinto, pues ellos no crean programas por sí mismos, sino que han debido contribuir con 5% de sus ingresos brutos del año anterior a los fondos de producción o de otro tipo. Aproximadamente la mitad de ese impuesto va a parar al [Canada Media Fund](#), que es una especie de fondo de producción nacional para desarrollar programación canadiense, aunque también va a los fondos de producción independientes certificados que apoyan a producciones y noticias locales o canales comunitarios. Aparte de estos requisitos que tienen los distribuidores de sistemas de cable, también hay requerimientos de gasto para aquellos servicios de televisión privada. Dependiendo de la naturaleza del servicio, entre 30% y 55% de los ingresos del año anterior tendría que ser invertido en la producción de programación canadiense. Esto encaja bien con el sistema de cuotas, pues si la estación de televisión tiene que invertir una cierta parte de su financiación del año anterior en la producción canadiense, también tiene que cumplir con un cierto número de horas o minutos de producción; es decir, esos dos requisitos tienden a apoyarse mutuamente. Las variaciones que mencioné de 30% y 55% tienen que ver con el lenguaje de producción, así que los requisitos pueden llegar a ser un poco más estrictos. Por ejemplo, la lengua francesa es más competitiva en ese mercado, a diferencia de la lengua inglesa. Además, tenemos otro mecanismo

importante. Se trata de una obligación que se impone a los distribuidores, por lo que tienen que pagar 5%, pero también tienen que garantizar que los paquetes ofrecidos a los consumidores incluyan cierto número de canales de interés público que tal vez no habrían salido de otra manera al aire. Estamos hablando de sistemas públicos de radiodifusión: el Canal de Asuntos Públicos de Canadá que transmite diferentes procedimientos legislativos, o la Red de Televisión de los Pueblos Aborígenes, el cual se centra en las personas ciegas o con problemas de visión. Es decir, existe un grupo de 14 servicios que todas las empresas de cable necesitan ofrecer, además de pagar por los servicios que esas empresas pueden utilizar para desarrollar sus programaciones. Esas cuatro —aunque por supuesto que hay muchas otras— son las principales categorías de requisitos que tenemos en el sistema canadiense actual. Gran parte de ellas están relacionadas con esta idea de programación canadiense, así que verán que la inversión del año anterior en las estaciones de televisión necesita ser de este carácter.

Lo que se define como *programación canadiense* (CanCon, por sus siglas en inglés) ha sido y es un tema polémico dentro del sistema de radiodifusión canadiense. Esto ha provocado que haya habido algunos impulsos para redefinirlo, ya que existen mecanismos de apoyo involucrados como los créditos fiscales del gobierno o el apoyo directo. En términos generales, para que una producción sea considerada canadiense, tiene que cumplir con un cierto número de criterios. Entre los más comunes está que, tanto el productor como la empresa productora, sean canadienses. También tienen que ganar una cierta cantidad de puntos en una escala del uno al diez, basada en los creativos clave —guionistas, actores o directores— dentro de la producción. De esta forma se consigue un cierto número

de puntos por incluir a alguien canadiense en cada uno de esos roles y necesitas al menos seis de ellos para que el sistema de difusión se considere canadiense. Una vez esto, se pide que al menos 75% de los gastos del programa y de postproducción sean proporcionados por empresas canadienses. Estos son los requisitos mínimos para que un programa se considere canadiense y, a partir de ahí, se establecen condiciones adicionales para que puedan contar con apoyo gubernamental.

Existe una cláusula menos estricta para la producción de servicios extranjeros porque Canadá concede créditos fiscales tanto a las producciones canadienses como a las extranjeras, pero los créditos son un poco menores para las segundas; por ejemplo, los creativos canadienses clave son menos relevantes. Estos parámetros están diseñados para tratar de identificar el contenido que podría ser canadiense sin hablar explícitamente de la obra en sí. Es decir, nos interesa saber quién lo hizo, la identidad de las personas que participaron en la producción, más no las características del contenido; no se trata, al menos hasta hace poco, de mostrar paisajes canadienses o de adaptar las historias de autores connacionales.

Esos son los antecedentes que pueden dar una idea de la génesis del sistema de radiodifusión, los tipos de requisitos que se han establecido para tratar de avanzar en cuanto a una política cultural, etcétera. Creo que es justo decir que, en términos generales, este sistema ha sido bastante eficaz en cuanto al logro de sus objetivos. La radiodifusión canadiense y las industrias creativas han sido muy importantes en tanto impulsores económicos de Canadá, pues contribuyeron con cerca de 17 mil millones al PIB de Canadá y más de 164 mil empleos en 2022 y, por lo mismo, se ha puesto un esfuerzo en impulsar esta industria.

Como mencionaba, la última reforma importante de la Ley de Radiodifusión fue en 1991 y si pensamos en lo que estaba pasando en esa época, recordamos que internet todavía estaba en su infancia; nadie estaba viendo videos en la web con seguridad. Los cambios en las formas de consumo han sido muy significativos desde entonces: los servicios de streaming en línea han cambiado la forma en que los canadienses ven películas de televisión y escuchan música. Estoy segura de que así ha sido el impacto en todo el mundo, no hay nada especial en Canadá. El sistema de radiodifusión que se imaginó en 1991 era cerrado, por lo que la CRTC actuó esencialmente como un guardián: si alguien quería acceso al mercado canadiense, entonces necesitaba una licencia, y había un número limitado de emisoras que la tenían, puesto que habían condiciones de seguridad muy estrictas, normas y así sucesivamente, establecidas por la CRTC. Podría decirse que cuando se empezó a usar más el internet, hubo un punto importante para la CRTC en donde tuvo que decidir si se iba a regular directamente esa radiodifusión e incluirla en el sistema o no. En la ley de 1991, se establecieron algunos puntos que habrían hecho muy difícil para la CRTC moverse de esa manera, por lo que el enfoque que adoptaron los medios digitales consistió en exenciones. Básicamente excluyeron la forma de transmisión del sistema regulatorio e invitaron al gobierno a actuar y a que eso se incluyera dentro del sistema. Por eso empezó a haber más interés en cambiar la situación, en particular los últimos seis o siete años en los que la gente empezaba a depender más de los servicios en línea, los ingresos decrecientes de las emisoras tradicionales se volvían mucho más pronunciados y empezamos a ver el tipo de impactos en el sistema de producción canadiense. Y, por supuesto, también se creó la expectativa de que ya no había barreras para el acceso y se dejó de aceptar que un regulador determinara la

disponibilidad a cualquier forma de contenido en línea, por lo que fue necesario replantearlo.

Hubo una serie de debates por parte del gobierno canadiense antes de que se tomara cualquier acción, así que voy a hablar de algunos de los puntos principales que fueron sometidos a consulta incluso antes de 2018. Antes de que comenzara todo esto, se realizó una gran consulta a nivel nacional llamada Creative Canada, para determinar cómo se podía manejar el futuro de las industrias creativas en Canadá. De manera muy general, y como respuesta a eso, en 2008 el gobierno nombró un panel de expertos para revisar la Ley de Comunicaciones de Canadá. Eran en su mayoría abogados o actores de la industria —tanto radiodifusión como telecomunicaciones— que se juntaron a analizar lo que había que cambiar en la ley para prepararla para el futuro, y así posicionar exitosamente a las industrias nacionales y avanzar en los objetivos culturales canadienses. Los expertos viajaron por el país, recibieron cientos y cientos de solicitudes por parte del público, se llevaron a cabo reuniones en cada ciudad importante al norte y al sur, así como en diferentes comunidades lingüísticas. Al final de eso, en 2020, el panel emitió un informe que contiene 97 recomendaciones dirigidas a la Secretaría de Patrimonio Canadiense y al Ministerio de Innovación, Ciencia e Industria. Dichas recomendaciones eran muy amplias y no todas fueron abordadas en el cambio más reciente a la Ley de Radiodifusión, pero también hemos hecho mucho trabajo legislativo. Una de las recomendaciones clave y en la que pedían acciones urgentes fue la posibilidad de incorporar servicios de streaming en línea dentro del sistema de radiodifusión.

Si lo vemos desde una perspectiva rígida, es posible decir que incluso en 2020, si no hubiéramos hecho cambios legislativos

significativos, pudieron existir acciones implementadas por parte de la CRTC para establecer requisitos mínimos reservados a los servicios de radiodifusión extranjeros. Pero, como dije antes, la aplicación de la ley era ambigua; no había ningún precedente legal, así que se pensó que la mejor opción sería que el gobierno manejara las cosas de manera que pudiera ajustar la ley y aclarar cuáles eran las expectativas de la CRTC. Es por esto que se crearon la Ley C-10 y C-11. Estos números no tienen ningún significado, sólo es la secuencia en la que se introdujo el proyecto al Parlamento durante una sesión específica. **Originalmente se pensaba hacer una modernización de la Ley de Radiodifusión y así asegurar que la CRTC tuviera las herramientas para poder manejar un marco que incluyera servicios extranjeros que no existían en el pasado, así como modernizar algunos de los objetivos de la ley y que reflejaran cuáles eran las expectativas y aspiraciones de los canadienses en 2020, en comparación a aquéllas de 1991.**

El proyecto de ley fue bastante controversial. Pasó por una gran parte del proceso legislativo, hasta que llegaron las elecciones, en agosto de 2021. Y nuestro país establece que si no se recibe la sanción real antes de una elección, la iniciativa queda esencialmente muerta y se tiene que empezar el proceso de nuevo. Eso fue lo que nos sucedió: el mismo gobierno ganó las elecciones que convocó en agosto de 2021, así que cuando regresaron comenzó su segundo mandato en el poder y decidieron retomar el proceso de la Ley C-10. Le hicieron algunos cambios, particularmente unos que buscaban reflejar algunas de las discusiones más controversiales que se habían dado durante el camino. Así fue como, en febrero de 2022, se convirtió en la Ley C-11.

Además de ciertas correcciones o ajustes, uno de los grandes cambios fue que se recalibró el enfoque de las redes

sociales. Esto fue uno de los elementos más polémicos del proyecto durante el proceso de destilación de la ley, pero se ajustó una vez promulgada. Al momento en que se recibió la sanción real, el gobierno se comprometió —a través del proceso legislativo— a que cuando el proyecto de ley se concretara, también utilizaríamos un proceso regulatorio para emitir una orden política a la CRTC, y así comunicar las prioridades del gobierno con respecto a la implementación. Ese proceso se completó hace apenas una semana y media, cuando emitimos la versión final de esa directriz de políticas. La idea es recordar que fue un proceso de consulta muy amplio, aunque puede que no esté tan claro aquí, pero fue un ejercicio a escala nacional realizado por la CRTC, comités; estudios realizados en donde hubo una gran cantidad de testigos que aparecieron para dar su opinión y que el Senado pasó más tiempo analizando que cualquier otro proyecto en su historia.

En cuanto a la ley misma, se establecieron cinco metas: 1) modificar la definición de *radiodifusión* para aclarar que la radiodifusión *en línea* entra en el ámbito de aplicación de la ley; 2) cambiar el enfoque para que quedara claro que las redes sociales podrían ser consideradas difusoras; 3) se actualizaron los objetivos políticos de la ley para que reflejen de mejor manera la diversidad de la sociedad canadiense, incluyendo a los pueblos indígenas, las personas con discapacidad, las mujeres, las comunidades racializadas, LGBTQ+, etcétera; 4) se puso en marcha un enfoque renovado de la regulación para asegurarse de que las emisoras canadienses y los servicios en línea recibieran un trato justo y equitativo; 5) finalmente, se le dio a la CRTC las herramientas necesarias para la aplicación de su marco regulatorio dirigido a servicios extranjeros y servicios de streaming en línea, puesto que varían en términos de los requisitos de aplicación. Como he dicho

antes, esto proporcionó aún más claridad sobre el tema de las redes sociales y cómo se incorporaría en el sistema.

- **Una nueva definición de radiodifusión.** El primer punto se refiere a la inclusión de una definición más amplia del término *radiodifusión*. Ahora existe esta nueva categoría de emisoras llamadas *empresas de radiodifusión en línea*, y también cambió un poco el enfoque de la radiodifusión: las empresas *online* ya no tendrían que pedir una licencia, podrían operar de inmediato, siempre y cuando se registraran y cumplieran con las condiciones pertinentes de servicio. Se convirtió en un modelo de entrada abierta, a diferencia del sistema cerrado que había existido previamente.
- **Mayor inclusión de diversidades.** En cuanto a los objetivos políticos, es importante reconocer el progreso que Canadá está haciendo en términos del proceso de reconciliación con los pueblos indígenas; aquí nos referimos tanto a los lenguajes que ofrece la programación, la cual refleja las culturas indígenas y sus lenguas, como a las empresas de radiodifusión gestionadas por pueblos indígenas. En la ley original de 1991 apenas se mencionaba el tema de la producción indígena, pero en esta ocasión es mucho más sólida e incluso refiere acerca del alcance a estas poblaciones, enfatizando que la programación tiene que ser accesible a todas las personas. Como objetivo general, el sistema de radiodifusión debe servir a las necesidades e intereses de todos los canadienses, incluyendo explícitamente a grupos específicos que, por razones de lengua o características personales, étnicas o socioeconómicas, tienen necesidades especiales o han sido excluidos.
- **La CRTC como órgano regulador.** Había que reconocer que durante un largo periodo de tiempo, entre la aparición de los servicios de streaming en línea y la aplicación de la

ley que acaba de aprobarse, hubo mucha competencia. La CRTC, a través de sus órdenes de exención, permitió que el servicio de streaming en línea compitiera directamente con los organismos de radiodifusión sin cumplir con los requisitos que ellos sí tenían que acatar. Entonces esta ley se centra en la idea de justicia y equidad para asegurar que el regulador responda a un sistema donde todos contribuyan a lograr los objetivos, de la misma forma que hay obligaciones regulatorias más justas entre los diferentes actores del sistema. La idea era también tratar de ver cómo se podían establecer impuestos para seguir trabajando y proporcionar a la CRTC la capacidad de recaudar fondos de nuevas formas, para asegurarse de que todos tuviéramos acceso al proceso regulatorio, así como contribuciones para mejorar la accesibilidad.

- **Trato equitativo con las emisoras canadienses.** El tema sobre las herramientas adecuadas tuvo una serie de cambios: el más importante fue la introducción de sanciones monetarias administrativas. Bajo el sistema anterior, el castigo era simplemente retirar la licencia, por lo que había difusores operando sin éstas, especialmente las licencias en línea. En el nuevo sistema, la idea era darle a la CRTC la capacidad de imponer multas cuando las reglas no se respetaban. Esto comienza con multas potenciales de hasta 25 mil dólares por una primera infracción, y las subsecuentes podrían llegar a ser de 50 mil, cuando se trata de un individuo. Para las corporaciones, en cambio, estamos hablando de diez millones por una primera falta y 15 millones por las posteriores. Todo esto fue necesario para conseguir justicia entre todos los actores de la industria y asegurar que pudiéramos compartir la información. Los datos son cada vez más importantes desde una perspectiva regulatoria y se tienen que compartir con nosotros —la Secretaría del Patrimonio, la Oficina de Estadística y el Comisionado de Competencia.

— **Las redes sociales como difusoras.** Por último, está la cuestión de las redes sociales. Cuando la versión del proyecto de ley anterior que nunca se aprobó (Ley C-10) fue presentada en el parlamento, las redes sociales fueron excluidas por completo —por redes sociales me refiero a programas cargados por los usuarios y donde no hay un ejercicio de control limitado por la plataforma—. Recibimos mucha crítica con ese enfoque, específicamente desde la industria musical. El ejemplo que siempre nos daban es que muchos canadienses escuchaban música a través de YouTube y que era una aplicación principal de streaming de música compitiendo directamente con Spotify y otras. Si nosotros los excluyéramos por completo, sería injusto en primer lugar; y en segundo, existía la posibilidad de una pérdida de la música canadiense, aquella que en el pasado dependía de la radio. Es decir, con el declive de la radio y el aumento de estos servicios de streaming, la gente sólo iría a los segundos y no seríamos capaces de recuperar ni de promover nada.

Como resultado de esto, durante el proceso legislativo en el proyecto de Ley C-10 hubo cambios en la legislación, por los cuales se extendió a ciertas clases de contenido para permitir la intervención de la CRTC en las redes sociales. Básicamente decían que la CRTC podría regularlas, pero tendrían menos agencia de los servicios, lo cual también fue muy polémico. Esto fue parcialmente satisfactorio para la industria musical, pero no para las plataformas de redes sociales, y muchos —especialmente los consumidores y los creadores de redes sociales— se preocupaban porque no entendían lo que estaba sucediendo ni cómo esto podría afectarlos. De esta manera, se realizó un cambio en la C-11 que implicó pensar mucho más a corto plazo, en términos de los impactos que podría llegar a tener la CRTC. Así, finalmente llegamos al planteamiento que

existe en Canadá: la CRTC solamente tiene la capacidad de trabajar respetuosamente dentro de las redes sociales con respecto a cierto tipo de programación.

Sobre las redes sociales, la CRTC debe identificar las categorías de programación en las mismas que están sujetas a ciertos requisitos de los servicios, lo cual dependerá de qué tan monetizado haya sido dicho programa y si es distribuido por otra empresa, ya sea como un servicio de streaming o una emisión de televisión; y, finalmente, si tiene asignado un identificador estándar internacional como lo hacemos, por ejemplo, para ciertos programas de música. Incluso cuando los programas cumplen con estos requisitos, la CRTC no está obligada a exigirlos, pero puede y tiene que hacerlo de tal modo que se permita la libertad de expresión de los usuarios de esos servicios.

Por último, me gustaría mostrar el objetivo general de la Ley de Transmisión en línea. Como mencionamos, su función es la de asegurarse que el sistema de radiodifusión siga incentivando la música y las producciones canadienses en el futuro; que sea accesible y que apoye a una gran variedad de creadores, incluyendo aquellos que no han tenido una voz en el pasado, y que la CRTC cuente con las herramientas necesarias para poder operar ese sistema de una forma más moderna.

Desde que se aprobó la ley, se han tenido un montón de discusiones al respecto. El proceso de implementación del proyecto es algo que la CRTC tiene que hacer; el gobierno ha hecho su parte en esta etapa. Actualmente, la legislación ya fue aprobada, las prioridades políticas han sido comunicadas a la CRTC por una especie de dirección reguladora, y ahora la CRTC está llevando a cabo varios procesos públicos para analizar los diferentes aspectos de

la ley, lo cual podría durar otro año y medio, antes de que la legislación se pueda implementar para todos los diferentes servicios en línea. Con eso concluyo, muchas gracias por su paciencia y espero con interés sus comentarios.

**SM:** Ha quedado clara la tradición de la regulación y lo que implican los cambios de la Ley C-11. Vamos a pasar ahora a escuchar una primera ronda de devolución, preguntas y comentarios de nuestros invitados e invitadas especiales.

**Aleida Calleja (AC):** Muchas gracias. Buen día todas y a todos. La ley sigue conservando la impronta que ha tenido durante todo este tiempo la Ley de Radiodifusión de Canadá, que es el fomento y la protección a sus industrias culturales. Me parece que durante todo este tiempo Canadá ha hecho una muy buena defensa de sus industrias culturales, incluso dentro del marco del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), cuyo predecesor fue el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Me queda duda sobre cómo pudieron combatir el *lobby* de las grandes plataformas, porque es conocido que en la mayor parte de los países, estas plataformas hacen un *lobby* muy extenso y con muchos recursos, el cual ha impedido a varios de los países hacer regulaciones para proteger las industrias culturales. La segunda pregunta que tengo es si ustedes tienen estudios previos sobre qué tanto contenido canadiense había en estas plataformas digitales, porque hay pocas investigaciones en el mundo que nos puedan decir cuánta producción nacional está realmente incluida en estas plataformas y que el algoritmo las presente o no. La tercera pregunta —pero es una creencia mía, no tengo demasiadas evidencias—: creo que el caso del streaming por video es mucho más manejable, aunque las empresas

no tengan transparencia para decirnos los datos que van recopilando. Sin embargo, en el caso del audio, como podría ser la plataforma de Spotify u otras, resulta más complicado o tenemos menos estudios respecto a cómo están funcionando este tipo de plataformas para la inclusión de las industrias culturales nacionales.

**SM:** Gracias, querida Aleida. Anotamos tus preguntas. Vamos a escuchar ahora a Ana Bizberge desde Argentina.

**Ana Bizberge (AB):** Muchas gracias por tu presentación, Amy. Yo quería hacerte unas consultas en relación al proceso de implementación de la normativa, principalmente cuál es la expectativa ahora, a partir de las directrices de política que presentó la CRTC y el proceso de audiencia pública que se abre, sobre todo, en dos o tres puntos, pues entiendo que han tenido un debate muy importante en el proceso de sanción de la normativa, como lo fue la definición de la CanCon —algo que ya mencionaste. Es decir, cuáles son los criterios que se están poniendo en juego en esta reevaluación. Y por último, los umbrales de definición de cuotas y de inversión es algo que quedaba por definir en el proceso que inicia ahora con esta serie de audiencias porque no hay información específica sobre eso en la propia normativa. Esas serían mis preguntas iniciales.

**SM:** Muchas gracias, querida Ana, anotamos también tus preguntas. Ahora escuchamos a Rodrigo desde México.

**Rodrigo Gómez (RG):** Muchas gracias, Amy, me gustó tu presentación, fue muy ilustrativa. Ya me quitaron varias

preguntas, pero me centraría en las facultades que se le dieron ahora al regulador en materia de la recopilación de la información de las plataformas digitales. Creo que este punto es fundamental porque finalmente parece, o se abre la oportunidad de, quitarles esa opacidad. ¿Cuáles son esas atribuciones que tiene el regulador? y ¿cómo las va a implementar?, sobre todo en clave de que vayan de acuerdo al interés público.

**SM:** Gracias, querido Rodrigo. Le dejamos la difícil tarea a José de encontrar alguna pregunta que no haya sido definida por nuestros invitados e invitadas especiales. Con él cerramos la primera parte.

**José Fernando Parada (JFP):** Gracias, Santiago. Pues para decirles la verdad, nosotros en Colombia tenemos una Ley de Televisión del año 1995, y estamos iniciando un proceso de actualización, así que la lectura de la ley a mí me ha generado un montón de preguntas; voy a tratar de encontrar un par que puedan estar en la misma línea con lo que habían preguntado mis colegas del panel. Tres muy breves: hablaste ahora, Amy, y también preguntaba la idea sobre la situación de las multinacionales en línea, pero cuando se hablaba de la regulación de estas plataformas, lo que pedían quienes estaban fuera de línea era ser desregulados. ¿Cómo hicieron para, en lugar de desregular a los que ya estaban, regular a los que aparecieron, e incluso extender la regulación sobre los ya existentes? Me parece muy interesante saber cómo hicieron eso. Lo segundo: de lo más novedoso que encuentro en la ley es el nuevo concepto de *broadcast* y que los contenidos en línea, independientemente de que estén codificados o no, y una cantidad de factores que antes los restringían,

ahora pueden considerarse como contenidos de emisión. Mi pregunta es si eso incluye la IPTV, por ejemplo, los canales *Fast* —todas estas nuevas tecnologías que aparecen hoy, en este caso *broadcast*—? Yo creo que con esas preguntas vamos a tener una suficiente claridad y, como ven, no puedo ocultar la emoción por lo que está pasando aquí porque creo que es algo que está pasando en el mundo: dar ese paso que nos va a permitir, dentro de la razón cultural, lograr que cada vez los países tengan esa protección frente a la avalancha que puede ser la de los contenidos internacionales en línea. Muchas gracias.

**AA:** Muchas gracias, Santiago, a todas y todos los demás. Voy a intentar contestar, aunque no siempre voy a tener respuestas completas porque algunas de estas cosas siguen sin resolverse, pero definitivamente puedo compartir mis ideas con ustedes sobre cada una de ellas. José se refirió acerca de la ley y cómo es que se aplica a todos los actores y sí, tenemos algunos actores muy importantes involucrados. Por ejemplo, en Canadá tenemos empresas canadienses integradas verticalmente. Tenemos una empresa enorme con estaciones en todo el país, sistemas de cable, internet y distribuidores móviles, la cual está muy interesada en este tema y quizá eso fue de cierta utilidad para nosotros, porque si tienes una situación en donde aquellos que cabildean una posición están muy bien financiados y muy bien organizados, y los que están del otro lado no, puede ser mucho más difícil actuar para el gobierno, pero en este caso me parece que tenemos tres grupos de actores políticos importantes: empresas verticales del campo de telecomunicación en Canadá, que están muy bien organizadas, tienen mucho peso de cabildeo y estaban muy interesadas en participar en el proceso político. Por otro lado, los grupos de creadores —especialmente en la

provincia de Quebec, pero en todo Canadá—, aquellos que representan a los autores, productores, actores, etcétera, también son figuras muy fuertes en Canadá porque tienen la atención de las autoridades. Y por último, claro que debido a la cantidad de dinero y su alcance global, las plataformas internacionales son muy fuertes.

En cuanto a cómo lo manejamos, en realidad tuvimos dos enfoques diferentes de los servicios de streaming en particular: aquellos que eran como Netflix y Disney+, que ofrecen una especie de televisión y películas de demanda. Su idea inicial era evitar la regulación por lo que si, por ejemplo, Canadá tenía una iniciativa internacional de contenido en línea diverso, voluntariamente ayudaban a salvaguardar la cultura canadiense. Así que llegaron a acuerdos con una especie de legislación de inversiones en Canadá que ayudara a impulsar el mercado interno. Ésa fue la primera fase en la que decían: “Estamos haciendo todo lo necesario, no hay necesidad de más regulación ni normatividad”.

Cuando se hizo evidente que el gobierno iba a seguir adelante con este proceso, fue entonces que cambiaron su cabildeo diciendo: “Tomen todo lo que estamos haciendo e inclúyanlo en la legislación para que nos den el crédito correcto por lo que ya hemos hecho”. Por supuesto que ésa era su segunda posición e incluso podemos ver ciertas disposiciones específicas similares en la ley donde se intentaba reconocer las contribuciones existentes, ser equitativos, justos y demás. Podemos ver que ese grupo de servicios estatales en línea eran muy fuertes pero entendían que la regulación estaba llegando y se trataba más de influir con ella para que se alineara con sus modelos de negocio.

Había otro grupo de servicios, conformado más bien por redes sociales, el cual planteó un enfoque muy diferente

a lo que estaba haciendo el primer grupo. YouTube, en particular, adoptó un enfoque muy diferente a éste, pues inicialmente quería ser excluido y, cuando quedó claro que no podía serlo, se quitó los guantes para darse con todo. No solamente estaban presionando al gobierno, sino que trabajaron con todos los diferentes creadores en YouTube —creadores individuales e influencers—; todos estaban en línea difundiendo algo que, podría decirse, era casi desinformación, indicándoles que tendrían que empezar a pagar impuestos de 30% al gobierno, que sus programas serían censurados por la regulación, etcétera. Realmente trataron de crear una especie de oleada de oposición a la legislación y creo que había al menos un partido político en Canadá que estaba muy alineado con las opiniones planteadas. Ésa fue, en parte, la razón por la que este proceso tomó tanto tiempo, porque si no hubiera sido por ese grado de oposición, creo que definitivamente el proceso legislativo habría sido mucho más ágil.

Así es como esto se combatió. Creo que hay mucha voluntad política involucrada porque estas plataformas son negocios que están velando por sus propios intereses, pero saben que pueden irse adaptando donde sea posible. En nuestro departamento somos responsables del patrimonio canadiense, así como de las noticias en línea, y una de las grandes diferencias en estas situaciones es que YouTube y Netflix generan millones y millones de dólares cada año. Entonces, sí: les gustaría que esos millones fueran más, pero para ellos de todas maneras vale la pena seguir ganando 300 millones y no salirse por completo del mercado canadiense. A fin de cuentas el cálculo financiero es que no tienen tanto apalancamiento, pero en otros contextos, por ejemplo, cuando estamos hablando de exigir o regular los pagos por parte de las redes sociales como Facebook y demás, hemos tenido resultados diferentes. En Canadá,

Facebook ya no difunde noticias canadienses gracias a una legislación que promulgamos, la cual requiere que compartan algunos de sus ingresos con editores de noticias canadienses. La diferencia que marcó el hecho de que el gobierno haya tenido éxito en este caso y no en el otro, es simplemente que esas plataformas hacen más dinero en Canadá y no querían compartirlo.

En cuanto a la normatividad, definitivamente ha sido un gran punto en el proceso de cabildeo. Hasta cierto grado, contamos con datos para apoyar algunas de las aseveraciones de los difusores que dicen en cuanto a que tienen problemas financieros, se han ido a la baja sus entradas y que en verdad están luchando en materia económica. Tenemos los datos para mostrar el tipo de disminución en sus ingresos. El hecho de que muchos de ellos sigan vivos es porque tienen una integración vertical, lo que significa que sus operaciones de telecomunicaciones, cable, teléfono móvil y servicios de internet están subsidiando sus empresas de radiodifusión. Si no estuvieran integrados verticalmente, no estarían generando tantos ingresos, pero sí están siendo rentables. Sin embargo, es lógico que nos pidan facilitarles un poco la vida para que puedan sobrevivir. Tomando en cuenta la diferencia de papeles entre los reguladores y el gobierno, no somos quienes tenemos que tomar las decisiones finales en cuanto a dónde están las obligaciones; ésa es una cuestión que tendría que manejar el regulador, con base en las presentaciones y los datos que reciben. Hemos sido muy cautelosos en términos de nuestras direcciones políticas y el lenguaje de la legislación para no tomar esa decisión por el regulador ni dificultar el proceso. Ellos han estado tomando en cuenta sus contribuciones a las emisoras para seguir siendo viables económicamente. Uno de los últimos cambios que hicimos fue el de pedirle al CRTC que considerara seriamente la posibilidad de fomentar

las asociaciones entre los servicios de streaming y los organismos de radiodifusión, porque una de las grandes diferencias es que ya no pueden negociar precios justos con los servicios de streaming para tener acceso a los contenidos extranjeros que cruzan la producción nacional subsidiada. Así que esperamos que al incentivar las alianzas se puedan tener otras vías para apoyar a sus negocios durante este periodo de transición.

La segunda pregunta era relativa a los estudios, en términos de la cantidad de CanCon que está actualmente disponible y que se promueve en estas plataformas, y cuál es la diferencia entre el streaming de video y audio. **En nuestro departamento, cuando empezamos a analizar estos temas, nos preguntamos qué tanto contenido canadiense está disponible en Netflix o en los otros servicios y cuántos canadienses realmente lo ven.** Hay diferentes maneras de encontrar esta información: hay un software llamado Fared Analytics que indaga en internet para tratar de reunir estos datos e ir viendo cuánto tiempo le dedican a ciertos contenidos los diferentes foros. Era una forma indirecta de conseguir esos datos muy al principio, pero más tarde la CRTC estableció ciertas condiciones para reunir datos directamente de las plataformas, aunque no tuvieron éxito. **Las plataformas simplemente no querían revelarlo y no había ningún mecanismo en ese momento en la ley que les obligara a proporcionar esa información.**

Como varias de esas empresas invierten en Canadá, tenemos algunos mecanismos en otra legislación, como la Ley de Inversiones de Canadá, que nos permite buscar datos sobre este tema. Muchos de ellos, también de manera voluntaria y como parte de las primeras medidas, establecían una oferta disponible para que Canadá pudiera enterarse qué porcentaje de sus ofertas era realmente canadiense, lo

cual ayudó a los investigadores. **Por último, diría que uno de los desafíos que enfrentamos es la misma definición de canadiense.** Aunque identificaban el contenido del programa como canadiense, era difícil confirmarlo puesto que no necesariamente utilizan la misma definición en la programación como nosotros. Desde su perspectiva, si se había producido en Canadá, era inmediatamente canadiense, mientras que, como he explicado antes, nosotros tenemos requisitos un poco más estrictos, en términos de que tuvieron que haber puesto por lo menos a dos creativos clave o la post-producción en manos de canadienses. Ese fue un reto. Recuerdo las primeras conversaciones con Netflix, por ejemplo, en donde les decíamos: si te damos el directorio de todas las producciones que piden apoyo de crédito fiscal —porque eso prácticamente identifica a cualquiera que cumpla con nuestros criterios—, ¿podrías hacerlo? Y creo que la respuesta fue que sí lo harían, pero no sucedió. Todo parecía factible mientras no fuera una obligación para ellos, pues es muy difícil obtener datos que se puedan comparar de forma coherente debido a la naturaleza voluntaria del requisito. Cuando se trata de transmisión de audio, no sé exactamente si contamos con más o menos datos, pero se había hecho un estudio en donde se pedía a los actores que justificaran por qué necesitaban que la CRTC tuviera poder regulatorio sobre las redes sociales. Esos estudios estaban interesados en encuestar a los usuarios respecto a los servicios de streaming y determinar, con base en los datos del muestreo, cuántas de las canciones que estaban recomendando eran canadienses.

Eso es distinto a lo que sucede con las películas porque hay más tipos de categorización reconocidas internacionalmente, así que miraban eso y lo comparaban con lo que estaba sucediendo en la radio. No obstante, por poner un ejemplo, tal vez en la radio hay una cuota de 30%, pero cuando

hacemos nuestro muestreo de usuarios en Canadá que están escuchando música de Spotify o YouTube, sólo sale al 3%. Por lo tanto, si escuchan la radio se ven obligados de alguna manera a escuchar el 30% canadiense, pero en Spotify era mucho más difícil conseguir esos datos. Parece que había al menos algunos datos de alto nivel en cuanto a contenido de audio canadiense por parte de los connacionales, pero no fue muy prometedor y nos dimos cuenta que las redes sociales tienen un papel muy importante en eso. De lo contrario, si no hubiera sido por esas estadísticas tan duras, se hubiera procedido sin incluir las redes sociales para evitar este tipo de polémicas.

La siguiente pregunta es: ¿Cómo se define el contenido canadiense? Ana, me vas a tener que ayudar a enmarcar la pregunta. Hablaste tanto del contenido como de los umbrales canadienses, pero ¿quieres que hable de lo que es la nueva definición en torno a esos dos puntos?

**AB:** Sí, ¿cómo está clasificado el contenido canadiense tradicional y cuáles son los elementos nuevos para reevaluar en este escenario que se abre con la nueva regulación?

**AA:** El sistema anterior a la ley era bastante sencillo: el productor o la empresa productora tenía que ser canadiense. Un cierto porcentaje o cierto número de los creativos clave tenía que ser canadiense —es decir, tener un pasaporte o una ciudadanía canadiense— y por último, 75% de los puestos de post-producción tenían que ser realizados por canadienses o empresas canadienses. Esa es la definición antigua de lo que calificaba como *canadiense*. La nueva legislación no establece una nueva definición, sino que le pide a la CRTC que la reconsidere y desarrolle una o incluso varias definiciones de contenido canadiense.

Nosotros nos quedamos con la idea de “creativos clave”, pues sigue siendo parte de la definición e incluso sugerimos que no todos son iguales: hay algunos que tienen más control sobre la visión artística y, por lo tanto, se le debería dar más peso o ser más esenciales. También agregamos un componente para promover la expresión artística canadiense, lo cual es algo que nos interesaba. Algunas de las preocupaciones por parte de los canadienses en la industria era que quizá al ser vista la expresión artística, no parece algo canadiense en lo absoluto. Por ejemplo, un documental sobre Donald Trump. Alguien puede ir a algún servicio de streaming y encontrar un documental sobre Donald Trump y tener producción canadiense certificada porque el productor o productora era canadiense, o la postproducción se realizó en Canadá y así sucesivamente, pero la gente dice: “No se siente muy canadiense para nosotros”. O al contrario, podrían ir a ver una película basada en un libro de Margaret Atwood en donde algunos de los actores son canadienses, toda la trama está basada en la historia de una autora canadiense que todo el mundo ha leído, tal vez fue firmado en Canadá y, sin embargo, no está certificado como canadiense. Así que queríamos darle a la CRTC una posibilidad para que decidiera cómo definirlo, para ver, por ejemplo, la historia original que se adaptó; si el cuento es indígena o canadiense. Incluso si algunos de los otros elementos no se cumplen pero la historia es canadiense, entonces estaban dándole un poco de espacio para poder entrar en la definición.

Otro elemento que mencionaré es la necesidad de darle flexibilidad a la CRTC para que los servicios de streaming puedan participar en un futuro en la producción de contenido canadiense. Hoy en día, incluso si la historia, todos los creativos y la producción fueran canadiense, por cuestiones de propiedad intelectual no lo podrían hacer.

Entonces queríamos darle la posibilidad para que, si creen que tiene sentido desde una perspectiva industrial, los servicios de streaming pudieran hacer su propio CanCon. La idea es que se reconsidere la definición, aunque todavía no sabemos cuál es la nueva. Este año, la CRTC avanza en la implementación de las fases activas de streaming en línea. Apenas estamos en la fase uno y seguiremos viendo cómo evoluciona el término. La fase dos implicará examinar la definición de los programas canadienses.

Con respecto a la segunda pregunta relativa a los umbrales y las inversiones: nada de eso está asentado en la ley, todo va a ser establecido por los reguladores y no hemos llegado a esa etapa aún. En cuanto a la pregunta de si los streamings deberían pagar una contribución base... Si vemos el modelo tenemos dos contribuyentes significativos: empresas de radiodifusión, que eran esencialmente estaciones de televisión, y luego los distribuidores como las estaciones de cable y satélite. Si estabas en la segunda categoría, pagabas a un fondo 5% de tus ingresos, y si eras de la primera, necesitabas hacer tu propia producción, ponerla en tu canal, etcétera. Así que esas son las dos formas en que se manejaba. El caso de los servicios de streaming se ubica entre ambas categorías: actúan como distribuidores pero al mismo tiempo tienen sus propias producciones. Particularmente lo que están haciendo ahora con la CRTC es hacer una contribución base —tal vez no todo el 5%, pero una cierta cantidad— y luego también tienen que invertir en la producción por separado. Estos son los tipos de debates que están teniendo lugar ahora y es demasiado pronto para especular sobre el grado y el nivel de inversión. Durante el proceso legislativo, los senadores nos pidieron que calculáramos cuánto dinero se generaría con la nueva ley. Se puede ir estimando, quizá, los ingresos y podría suponerse que lo que ha establecido

La CRTC puede variar. Es decir, cambiar 30% por 20%, o ir creando diferentes modelos creativos basados en el sistema existente. Así que no tenemos idea en dónde aterrizará la CRTC en la siguiente fase, apenas estamos en la primera.

La siguiente pregunta creo que se trata de los poderes de los reguladores respecto a la plataforma digital en concreto, en relación con la recopilación de datos y la transparencia. Básicamente, qué poderes tiene la CRTC y cómo pueden aplicarlos y hacerlos cumplir. Es una legislación de muy alto nivel, por lo que tienen la capacidad de recopilar cualquier información de cualquier entidad regulada, en la medida en que sea necesario para cumplir con sus obligaciones. Bajo este marco tienen poderes bastante amplios para reunir información para las plataformas. Antes se pedía que la información solicitada debía hacerse pública, a menos que la entidad regulada fuera capaz de argumentar que se trataba de información sensible o privada. Por lo tanto, creemos que en los próximos años, conforme se pongan en práctica los regímenes, se dispondrá de información más útil e interesante.

Había mencionado que antes de este año, bajo el régimen anterior, se intentó recopilar información de los servicios de streaming que no estaban afiliados a ninguna empresa canadiense y simplemente se negaron a proporcionarla. Recientemente se hizo una encuesta en la que finalmente participaron más los medios digitales, porque sabían que el nuevo régimen se iba a aprobar, así que tal vez sea una buena fuente de información, pero veremos cómo se va a manejar en el futuro. Conforme se aclare el alcance de las entidades reguladas, se podrá solicitar más información y podrán imponer sanciones administrativas materiales si no la reciben.

Por último, la única pregunta que me queda es la de José, relativa a las nuevas tecnologías en la radiodifusión y la nueva definición de radiodifusión, que es una pregunta muy buena. Les puedo decir lo que estamos haciendo en Canadá: creo que gran parte de nuestro planteamiento se basa en un enfoque histórico, y no quiero sugerir que es una especie de solución política brillante a todos los problemas del mundo relativos a la radiodifusión, pero la definición de *difusión* era muy general. Era lo suficientemente amplia como para capturar cualquier tipo de difusión masiva de contenido de video o de audio, por lo que no incluye texto, incluso si está en internet. También excluye hasta cierto grado lo que sea interactivo, como los juegos en línea, aunque no estoy segura si necesariamente aplica lo mismo con la realidad virtual. Por ejemplo, si la forma en la que se entrega un programa es en formato 3D realidad virtual, creo que podría haber espacio para que la CRTC intervenga en ese tipo de oferta de servicios, pero tendría que alcanzar un cierto grado de impacto en el mismo. Ahora mismo la CRTC no está viendo cuestiones emergentes y no hay suficiente difusión de ese tipo para que adquiera la misma importancia para el sistema, pero si en el futuro un mayor porcentaje de canadienses consumen su contenido de radiodifusión a través de dispositivos hápticos o con componentes visuales, tal vez haya una especie de consideración en cuanto a incluir esto dentro de la Ley de Difusión; sin embargo, por ahora los videojuegos y lo interactivo están fuera y cualquier otra cosa está sujeto a discusión, especialmente si tienen componentes de video o de audio. Creo que ya acabé con la lista de preguntas, estoy segura de que tendrán más.

**SM:** Muchas gracias, Amy, de nuevo. Si les parece, les vuelvo a abrir a Rodrigo, a Ana, Aleida y José. Si tienen alguna otra pregunta o comentario para hacer una segunda ronda y

eventualmente pasamos a la respuesta de Amy y al cierre por parte del Centro de Cultural Digital.

**RG:** Claramente como lo reflejó Amy en su presentación y como ya lo comentó Aleida, Canadá tiene una gobernanza de política cultural de largo alcance, y muy bien estructurada y sistematizada. Para replicarlo en nuestros países se necesita un andamiaje con esas características; de lo contrario, es muy difícil pensar en legislaciones de este calado sin tener un regulador fuerte como el canadiense y, sobre todo, esta lógica de pensar a los medios de comunicación en la órbita de las industrias culturales y de las políticas culturales, de protección cultural. Yo creo que ahí está el reto para nuestros países latinoamericanos; nosotros hemos perdido las oportunidades en el marco de los Tratados de Libre Comercio, de justamente hacer fuerza con los canadienses y decir: “Pues nosotros también nos unimos a la cláusula de excepción cultural”, lo cual obviamente nos permitiría tener un mayor margen de maniobra para tener cuotas de pantalla y todo este tipo de mecanismos de producción cultural en relación a la radiodifusión y del audiovisual en general.

En el marco en el cual nos encontramos sería muy bueno que, de una vez por todas, el Gobierno mexicano empiece a pensar que cómo unirse a la propuesta canadiense de política cultural para reforzar justamente nuestras industrias culturales y no dejarlas sólo a la lógica del mercado y de nuestras grandes compañías de radiodifusión que actualmente se encuentran en crisis. Me parece que es muy importante darle un peso en términos de política cultural a la radiodifusión, lo cual es algo que adolece un poco el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), que es más exclusivo de las telecomunicaciones y que no es

recogido por la lógica de industrias culturales. Teniendo esto como telón de fondo, creo que podríamos retomar las buenas prácticas canadienses en su modelo híbrido francófono-británico a lo canadiense, y pensar en un modelo híbrido a lo mexicano-latinoamericano, para pensar a futuro nuestras industrias culturales en la era del streaming. Me parece que es muy importante recuperar esta experiencia para pensar nuestra estrategia de cara al presente —ya no digamos al futuro—, pues si no nos proponemos este tipo de mecanismos, nos van a avasallar. Simplemente quería hacer ese apunte y si acaso preguntar un poquito más sobre la cláusula 3, que tiene que ver con el fomento a los pueblos originarios y a las culturas originarias en la regulación a la cual nos hemos estado remitiendo el día de hoy: ¿Cómo están pensando en apoyar a los pueblos originarios en materia de producción audiovisual?

**JFP:** Tengo una reflexión y una pregunta sobre la intención de lograr un ecosistema audiovisual más incluyente, en este caso, al ampliar la posibilidad de la participación de la población indígena. ¿Consideró la ley en algún momento, o podría ser parte ya de la actividad reguladora, que esa inclusión se ampliara a otro tipo de minorías (poblaciones sexualmente diversas, personas con algún tipo de discapacidad, población rural)? Es decir, ¿esa inclusión va a ser solamente, como pareciera entenderse en la ley, para esta población indígena o tiene un concepto más amplio de inclusión y de pluralismo? La segunda, no sé, Amy si tú tienes esa información porque es una pregunta de la industria. Finalmente es una preocupación de un regulador como por ejemplo el que tenemos en Colombia, que es convergente. Nos preocupan los contenidos, nos preocupa la presencia cultural, pero también nos preocupa el mercado. Teniendo ustedes una ley de habilitación general como la que

nos contabas, ¿qué impediría que los prestadores en este momento de la televisión abierta, viendo que están regulados de la misma manera que las plataformas, simplemente abandonen sus contratos, se pasen a la digital, a la IPTV y nos dejen un vacío en la infraestructura? Probablemente liberen espectro, pero incluso podrían pasarse allá a crear otro tipo de contenidos porque su razón económica les pide que sean más rentables y no necesariamente de producción canadiense. No sé, no sé, esa pregunta surge del aumento de la regulación, pero no sé si esa información de pronto la tengas. Y la otra es la preocupación sobre la inclusión y lo amplio que puede ser ese concepto.

**AC:** Dice Rodrigo que nos van a avasallar, pero yo creo que ya nos avasallaron. Si tú tratas de ubicar la producción independiente mexicana en una de estas grandes plataformas audiovisuales, resulta muy complicado. **La verdad es que en el marco del T-MEC, México no defendió la cláusula de exclusión cultural y, en ese sentido, ahí tenemos un problema con las grandes plataformas porque me parece que su lobby hizo un efecto bueno en las cláusulas del tratado.** Sería interesante que pudiéramos generar un encuentro entre los reguladores y los legisladores entre México y Canadá que les permitiera conocer esta experiencia, aun cuando Canadá todavía tiene un proceso de definiciones que me parece son centrales para la aplicación de la ley. La pregunta que tengo muy específica es: ¿en la ley está contemplado algo respecto al algoritmo? Porque muchas veces hay producción nacional o local, pero no te aparece como las recomendaciones, no te aparece la interfaz. Se encuentra en el catálogo de las grandes producciones audiovisuales, pero perdida en la inmensidad de otros programas. Y la otra: ¿cómo ha reaccionado el gobierno de Estados Unidos frente a esta ley? A mí me parece intere-

sante, sobre todo para pensar en el proceso mexicano que no tiene la cláusula de exclusión. Sería interesante saber cómo enfrentó eso el Gobierno estadounidense. Esas son mis dudas. Gracias.

**AB:** Más que nada, un comentario para repensar desde nuestras latitudes. ¿Qué elementos debemos retomar de este proceso de discusión y sanción normativa que se dio en Canadá y qué tiene que ver con esta idea de los procesos participativos para las discusiones de normas? Es decir, este proceso ha sido largo, de una discusión de un poco más de dos años entre el proyecto inicial de C-10 y después reconvertido en C-11. Dicho proceso nos habla también de muchas instancias de participación que se dieron a través de audiencias públicas y que vuelven a suceder ahora en el marco de la implementación y con las audiencias que ya empezó a llevar la CRTC. **Ese elemento de construcción participativa de normas es interesante para nuestras latitudes. En Argentina tenemos una larga tradición iniciada sobre todo a partir de 2009 con la discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y que es interesante retomar y poner en práctica para poder alcanzar el marco normativo hasta estos nuevos actores —en realidad ya no son tan nuevos— surgidos del entorno digital.**

Por otro lado, hay que destacar varias cuestiones que fueron objeto de controversia en el proceso de discusión de la normativa canadiense. Una de ellas tiene que ver con el alcance de la normativa en términos de los actores alcanzados: ¿solamente las plataformas de streaming de video? ¿Qué iba a pasar con los contenidos generados por los usuarios? Es decir, si donde se ponía el juego alcanzaba no solamente a los proveedores de streaming, sino también a las redes sociales, lo cual contrajo una controversia bastante

fuerte en relación a cómo considerar las redes sociales. ¿Son acaso los usuarios quienes generan el contenido o más bien éste es producido por estaciones de radiodifusión o servicios de streaming? Bueno, ¿qué es lo que pasa con eso y cuáles son los límites de las obligaciones que se pongan? Ése también es un elemento importante a tener en cuenta a la hora de pensar actualizaciones normativas desde nuestras latitudes, junto con otra serie de obligaciones y cuestiones que se planteó en la discusión canadiense. Por otro lado, aprovecho para hacer una pregunta que tiene que ver sobre todo con lo que estuvimos hablando del lobby de las plataformas. Aleida recién preguntaba cómo fue percibido este proceso desde Estados Unidos y yo quería sumar una pregunta acerca de las resistencias desde la sociedad civil. Digamos, frente a las críticas que fue recibiendo el proyecto en sus distintas instancias y la sanción de la ley, ¿cómo se fueron posicionando las organizaciones de sociedad civil vinculadas a los derechos digitales, culturales, etcétera?

**AA:** Tanto Rodrigo como Aleida se refirieron a los datos que hablaban sobre los acuerdos de libre comercio, sobre la reacción del gobierno de Estados Unidos porque realmente estamos hablando de libre comercio en general, pero estos servicios se basan sobre todo en los Estados Unidos. Así que es una especie de pregunta similar: ¿cómo manejar esto con el gobierno estadounidense? Voy a empezar con eso y luego voy a responder algunas de las otras preguntas.

**Creo que la reacción del gobierno de Estados Unidos varió entre silenciosa y fuertemente opuesta.** Hubo puntos en el proceso legislativo donde los representantes del gobierno de Estados Unidos hicieron fuertes declaraciones de preocupación sobre diferentes temas. Se intentó calibrar la

legislación de una manera que la hiciera, en primer lugar, no discriminatoria —de hecho no es discriminatoria en el sentido de que las mismas consideraciones regulatorias aplican a las plataformas, sea canadiense o no— y también para enmarcar esto dentro de la perspectiva más amplia de la soberanía cultural canadiense. **No se trata de Canadá tratando de obtener una especie de ventaja comercial, sino que más bien quería defender su propia cultura,** y dicha postura fue manejada de una forma distinta en la anterior administración de Estados Unidos que en la actual, así que creo que nos funcionó bien que la legislación se convirtiera en ley en este gobierno. En términos generales, **Estados Unidos estaba cabildeando por sus propios actores, así que analizaron este tipo de leyes muy cuidadosamente e hicieron estudios, pero por el momento no ha llegado a una etapa en la que exista un conflicto muy directo.** Creo que esto se debe a que la ley es muy general, son las regulaciones las que realmente establecerán las obligaciones para la plataforma, así que no ha terminado todavía. Una vez que la CRTC haya terminado con la normatividad, sabremos exactamente lo que necesita hacer, y luego, dependiendo de qué tan satisfechos o insatisfechos estén con el resultado, empezarán a plantear sus preocupaciones nuevamente. Por lo pronto, es un poco temprano para decir. Es cierto lo que dice Rodrigo en cuanto a que la cláusula de excepción cultural y nuestros acuerdos comerciales son muy útiles en este contexto, además de que está incluido en T-MEC, así que tal vez eso ayude un poco en términos de reciprocidad. Hay que tratar de encontrar un acuerdo en común con estas plataformas como Netflix y Disney+; que no piensen que no escuchamos sus preocupaciones. Creo que ha habido mucha negociación con dichas plataformas, tratando de entender lo que funcionaría dentro del contexto de su negocio y que también estén conscientes de nuestras políticas culturales, para luego tratar de calibrar la legislación de una manera

que funcione para todos. Esa es la manera en que lo ha estado manejando el gobierno canadiense, ya veremos si tiene éxito o no. Nunca decimos que lo vamos a hacer de una manera y punto, tratamos de ser conciliadores.

La segunda pregunta se refería a la producción indígena... Probablemente ya estén acostumbrados a esta respuesta, pero la ley no es muy específica. Ésta establece que se tiene que apoyar la producción indígena, responder a sus propias necesidades e intereses, y dar soporte a las empresas de radiodifusión de propiedad indígena. Así que una pregunta muy general en torno al apoyo a los indígenas es: ¿cómo se materializa en la práctica? Todavía está por determinarse, pero podría darles algunas ideas. Ahora mismo tenemos un fondo que consiste en una oficina administrada históricamente por grupos indígenas la cual provee fondos para producciones indígenas. En los últimos años ha recibido dinero del gobierno y la esperanza es que ahora que se trata de un fondo de producción independiente certificado; las plataformas también puedan contribuir. Es decir, que una de las vías de contribución al sistema fuera proporcionar apoyo a esta organización que, a su vez, daría fondos para las producciones indígenas, facilitaría la distribución del contenido. Probablemente habrá otros programas y vías que desarrolle la CRTC para ayudar a ese objetivo, pero ese es un ejemplo.

José hizo preguntas sobre diversidad e inclusión. Me referí a los pueblos indígenas, pero no tenía la intención de terminar con eso. En Canadá evitamos hablar de nuestro tipo de poblaciones indígenas de la misma forma que hablamos de otras minorías determinadas a partir de características personales como la raza y demás. Pero ambos se abordan en la ley y van a ser más explícitos posteriormente, por lo que ahora hay un imperativo para la CRTC encuentre la

manera de servir a diferentes comunidades minoritarias, incluyendo a las minorías sexuales, étnicas y culturales, a las personas que enfrentan diferentes formas de barreras, como las discapacidades, además de trazar la importancia de la accesibilidad. Todas esas cosas son parte de la ley y van a ser reforzadas por la política que el gobierno le otorgó a la CRTC en cuanto a las prioridades para la implementación, permitiéndoles interactuar con los diferentes grupos para asegurarse de que sus necesidades se reflejen en el proyecto modernizado. Bien, la siguiente pregunta interesante estaba enmarcada en la idea de cultura frente a imperativos económicos o de mercado, y entonces supongo que su pregunta es ¿qué impide que una estación de TV local entregue su licencia? Que diga: “Gracias, CRTC, pero no gracias. Vamos a transmitir en línea, vamos a asociarnos con el servicio de streaming. No necesitamos esto”. Y, por supuesto, nada les impide hacerlo. La radiodifusión no requiere que la gente tenga licencias, así que esto va a ser un reto para la CRTC, porque, por ejemplo, la presencia de una emisora local es importante para lograr uno de los 23 objetivos, así que tendrán que crear las condiciones económicas para que esa estación siga operando, lo cual puede darles alguna forma de subsidio cruzado o podría significar requisitos regulatorios menores, así como establecer algún tipo de alianza. ¿Cómo lo harán al fin de cuentas? No lo sé, pero definitivamente será una consideración importante para ellos. Es algo clave porque estamos hablando también de noticias locales. Si no existe una estación de televisión en cierta ciudad del norte, donde no hay nadie que esté informando sobre lo que sucede en la ciudad, no hay una vida democrática rica que permita rendir cuentas al gobierno. La CRTC lo entiende: ya hay algunos fondos que existen dentro del marco actual que proporcionan dinero para las estaciones que hacen ese tipo de trabajo, así que tendrán que calibrarlo, de manera



que los incentivos se alineen para que esas estaciones sigan existiendo. En el pasado eso se hacía a partir de las condiciones similares entre los grandes radiodifusores que decían: “puedes hacer eso, pero tienes que tener esta cantidad de estaciones locales”, sin embargo, eso será un desafío para nosotros en el futuro, en caso de que operar esas estaciones locales se convierta en algo menos factible comercialmente.

La siguiente pregunta, relativa a la posibilidad de tener una reunión, por supuesto que sí podemos participar y ayudar a compartir nuestra experiencia, así como también aprender de sus experiencias a medida que avanzamos.

Después se planteó el tema sobre los algoritmos y cómo se abordaron en el proceso; muy buena pregunta. **No creo que la palabra algoritmo aparezca en la legislación, pero definitivamente fue una gran parte del debate. Las posiciones son bien conocidas: los servicios de streaming e incluso los servicios de redes sociales no querían ninguna interferencia con sus algoritmos.** Pensaban que era la receta secreta que les hacía tener éxito y no querían tener que cambiar nada. Nuestros actores culturales piensan que los algoritmos son la clave para el éxito de sus productos, y de la misma manera en que hay cuotas en el sistema tradicional; querían tener la posibilidad de que se les subrayara en lo que se hace en línea. Así que el compromiso aquí es que la CRTC tiene el poder, no con respecto a las redes sociales, pero sí con otros servicios de streaming en línea para mejorar la visibilidad. De acuerdo con el T-MEC, la CRTC tiene ciertas limitaciones... ¿Qué puede hacer la CRTC en esta área? Bueno, puede pedir por ciertos resultados, al decir, por ejemplo: “necesitamos este tipo de resultado de visibilidad, hagan todos los cambios que quieran en la plataforma, ya sea en el algoritmo o agregando publicidad, como ustedes

lo deseen, pero queremos mejorar la visibilidad, la accesibilidad y el descubrimiento”, para finalmente evaluar si la plataforma ha sido capaz de hacerlo o no. Ese poder va a quedar en manos de la CRTC y sospecho que será uno de los últimos elementos que se aplicará, dado lo controvertido que es. Probablemente no sabremos hasta un poco más tarde cómo la CRTC va a manejarlo en el sistema tradicional. Sin embargo, ya tenemos algunos ejemplos: sabemos que en la televisión, entre las 18:00 y 21:00 hrs., un cierto porcentaje del tiempo necesita ser dedicado a los programas comunitarios, además de que hay requisitos con respecto al porcentaje del catálogo. Ninguno de estos funcionó para un catálogo realmente grande o para un servicio actual de streaming, así que probablemente se va a basar en alguna forma de promoción o publicidad, la cual no necesariamente tiene que estar en su servicio: si quieren poner anuncios en la carretera para ayudar a promover el contenido canadiense, podría ser una manera de cumplir con sus requisitos; o bien si no quieren cambiar el sistema de recomendación, pero sí añaden una sección de contenido canadiense, también puede funcionar. Puede haber muchas maneras de manejarlo, pero parece que van a tener que tratar de ayudar a lograr algunos resultados de descubrimiento en el sistema en el futuro.

La última pregunta está relacionada con la respuesta de la sociedad civil. Hay un cierto número de grupos que también son los interesados directos, así que todos los grupos de autores, directores y quienes se relacionan con la música son actores de la sociedad civil. Tal vez otro componente menos presente sería el mundo académico y los sindicatos. Algunos gremios de la industria creativa sí estuvieron involucrados, así como el de defensoría. También asistieron profesores universitarios, algunos de ellos completamente opuestos a cualquier intervención en internet, pensando

que deberíamos de hacer mucho más allá. Tenemos un poco de división entre Canadá francófona y anglófona, así que las opiniones de profesores y de la sociedad civil en Quebec tienden a estar dirigidas no sólo en la intervención del espacio cultural, sino también en internet. También hay algunos profesores que se centran, por ejemplo, en el papel de los algoritmos y la promoción de su transparencia, pero no lo hacen debido a la forma en que está estructurada la legislación. La CRTC no está enfocada en cómo funcionan los algoritmos y explicarlos al público, sino en los resultados. Yo diría que, en general, los sindicatos apoyaron la legislación a la hora de hacer declaraciones. En última instancia, la legislación cultural también es una legislación que apoya a las industrias creativas canadienses, lo cual crea más empleo para ellos y así sucesivamente, por lo que en términos generales, los sindicatos apoyaron mucho, excepto por uno que trabaja en las producciones de Netflix y parece tener una posición muy alineada con ellos, pero sin duda esa fue la excepción, no la regla. Había grupos como, por ejemplo, la Federación Canadiense de Contadores que se opuso a la legislación, pero ellos eran contadores y no querían asumir una posición frente a cualquier cosa que pudiera tener un impacto negativo en los consumidores, ya que las plataformas podían llegar a aumentar sus precios. Por último, también había organizaciones preocupadas por la libertad de expresión y la intervención en el espacio de redes sociales con la censura y demás. Creo que con eso concluyo, es la última pregunta. Muchas gracias, ha sido una gran discusión, realmente disfruté de escuchar a todos y todas ustedes.

**Yotzin Viacobo (YV):** Muchas gracias desde el CCD: su directora, Marcela Flores, y todo el equipo involucrado agradece la participación de todas las personas especialistas

del panel: Aleida, Ana, Amy, Rodrigo, José, Santiago, a la Embajada de Canadá y a Observacom. Esta charla se enmarcó en del [Laboratorio Digitalizar en Común](#), uno de los varios ejes sobre los que el CCD se encuentra trabajando, y que tiene como objetivo activar reflexiones acerca de la elaboración y circulación de bienes culturales en el libre acceso de contenidos y otro tipo de publicaciones dentro de los ecosistemas de cultura digital. Dentro de los flancos de este laboratorio se encuentra “Diversidad de Contenidos en Línea”, que es una estrecha colaboración con la embajada de Canadá, y que principalmente busca poner a disposición materiales que puedan seguir propiciando reflexiones como las de hoy y tantas más en las que hay que seguir profundizando. En ese sentido, la intención de este diálogo es que pueda ser inicial para que el próximo año estas discusiones sigan ocurriendo. Hoy nos enfocamos en la explicación de la Ley C-11 por parte de Canadá, y nos gustaría mucho que en los próximos encuentros se ahonde en un sentido más expositivo desde las distintas regiones de América Latina. Sin más, porque el tiempo se nos acaba, muchas gracias al público que nos acompañó. Deseamos que estas charlas puedan ser nutritivas para los contextos actuales dentro de este tipo de ecosistemas. Gracias y hasta la próxima.





**CULTURA**  
SECRETARÍA DE CULTURA



**CENTRO  
DECULTURA  
DIGITAL**

**Canada**



**OBSERVACOM**  
Observatorio Latinoamericano  
de Regulación de Medios y Convergencia