

## **LA REGULACION DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN INTERNET<sup>1</sup>.**

### **Angel I. García Castillejo**

Subdirector de Servicios Telemáticos e Interactivos.  
Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

#### **Introducción.**

Cuando el legislador comunitario, en los últimos años de los ochenta, acometía la tarea de intentar generar un marco homogéneo para el medio audiovisual europeo y en concreto todo aquello relacionado con lo que conocemos como sus contenidos, todavía, seguro, no conocía de una nueva posibilidad de transmisión de datos, información y contenidos como es Internet.

Internet en apenas diez años, ha conseguido revolucionar aspectos diversos de las relaciones comerciales entre empresas y de estas con los consumidores, de la información y de la comunicación en línea, del acceso y compartición del conocimiento y de los contenidos audiovisuales entre los que se encuentra la publicidad audiovisual, también presente con gran pujanza en Internet, mediante los "baners", los patrocinios y los propios sitios "web", por solo citar algunas formas de difusión de la comunicación comercial en este medio interactivo.

El desarrollo de la Internet, como un nuevo medio de difusión masiva de contenidos se erige como una realidad incontestable, con todos los visos de seguir experimentando un crecimiento exponencial en los próximos años. Este crecimiento no se encuentra exento de fuertes tensiones derivadas de las potencialidades que encierra el uso de la tecnología digital, y de las facilidades intrínsecas del sistema para acceder y transmitir datos de una máquina a otra, sin que las fronteras políticas supongan barrea efectiva para ello.

De esta configuración de la red, se derivan tensiones que afectan a derechos como los afectos a la protección de datos personales, a los derechos de propiedad intelectual y como no a todo lo relativo al comercio electrónico. Pero junto con todo lo anterior y en gran medida como sustancia de todo ello, en la faceta de Internet que más nos acercamos a ella desde la consideración de un medios de comunicación nos encontramos con un ámbito complejo como es el del tratamiento jurídico de los contenidos difundidos en Internet.

En los debates generados alrededor de la iniciativa comunitaria conocida como "Libro de la Convergencia entre las telecomunicaciones y el audiovisual"<sup>2</sup>, resultaba patente que las líneas de actuación jurídica sobre el

---

<sup>1</sup> Las opiniones expresadas en este artículo, son a título personal, no siendo necesariamente coincidentes con las de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. Este artículo se ha publicado en el Número 45 de la publicación "Autocontrol de la publicidad", correspondiente a Septiembre de 2000.

<sup>2</sup> Ver <http://www.ispo.cec.be/legal/en/Internet/content.html>

audiovisual y las telecomunicaciones no sólo resultaban claramente diferenciadas, sino que se alcanzaba la conclusión de que el diferente tratamiento en paralelo, entre las infraestructuras y los contenidos se debía de mantener, a pesar de que del proceso convergente resultasen nuevos servicios como Internet.

Es en el punto de la aparición y desarrollo espectacular de estos servicios convergentes, donde se debe plantear una nueva perspectiva de intervención jurídica, que resulte adecuada para la protección de los derechos legítimos de las distintas partes intervinientes en este mercado, como son los proveedores de servicios, de contenidos, los operadores de telecomunicaciones y los usuarios tanto empresariales como residenciales, individuales como colectivos.

Pero junto con la perspectiva anterior, se debe también de garantizar que la intervención que se efectúe sea por un lado adecuada a los servicios de que se trata y su especial configuración derivada de la propia topología de la red, con emisores y receptores simultáneos, que se relacionan a través de nodos y servidores distribuidos a lo largo de la red Internet y que por otro no suponga un freno injustificado a su desarrollo, limitando un crecimiento que adelante considero deseable.

El equilibrio entre ambos factores debiera de darnos una regulación adecuada o armónica que satisfaga a todas las partes que de una u otra forma se encuentran involucradas en este mercado de servicios telemáticos e interactivos que es Internet.

La tensión entre la intervención del Estado mediante la regulación, con la pretensión de la industria que con una perspectiva liberal que pretende la autorregulación excluyente en numerosas ocasiones de partes clave del mercado, como pudieran ser los consumidores y usuarios u otros eslabones del mercado o de la industria afectada, han terminado generando numerosas opiniones sobre la oportunidad y la manera de dotar de un marco jurídico adecuado a Internet y a los contenidos difundidos por la red.

Si tenemos en cuenta que la regulación de los contenidos hasta la fecha se abordaba desde la perspectiva de la Televisión, básicamente, nos resulta hoy obvio que no se nos aparece como la más adecuada para Internet.

El riesgo, hoy no es tanto el que Internet carezca de regulación específica, sino de que se genere un exceso regulador que asfixie el desarrollo de Internet.

Cuando hablamos de los contenidos, estaríamos hablando de aquellos aspectos o elementos del mercado audiovisual que se sustentaría básicamente en la producción de obras o programas por un lado y la publicidad audiovisual que da soporte financiero al medio audiovisual y que utiliza este soporte acompañando a la obra audiovisual (aunque también debiéramos de entender que la publicidad audiovisual forma parte de la producción audiovisual) para su difusión.

El celo comunitario y de los legisladores nacionales, para regular el medio audiovisual, y sus contenidos, desde luego que encuentra una explicación en la fabulosa capacidad de difusión que posee la televisión, pero a su vez pone en evidencia actitudes que resultan poco homogéneas y carentes de una cierta lógica cuando observamos como el exceso regulatorio sobre la televisión, no resulta acompañado de medidas equivalentes y proporcionadas en otros medios o soportes publicitarios.

Las medidas prohibicionistas o limitadoras de fenómenos publicitarios resultan públicamente alabadas en la televisión, mientras que nos encontramos con carencias sangrantes en otros soportes como la prensa o la publicidad exterior para idénticos productos y sustancias nocivas. Esto sorprende nuestra candidez cuando nos encontramos con la posibilidad de acceso a estos medios, de segmentos de la sociedad, como la infancia y la juventud a la que se dice defender de estos riesgos que se identifican como contenidos dañinos o perjudiciales para su desarrollo.

Así, esta asincronía regulatoria, a mi entender mezquina, y que necesitaría de una revisión que ofreciera una cierta homogeneidad normativa compatible con principios fundamentales como la libertad de expresión y de empresa, que implicarían la posibilidad de difusión de los mensajes publicitarios sin confrontar necesariamente con aquellos otros valores merecedores de protección como son el adecuado desarrollo de la infancia y la juventud, se ha terminado encontrando con nuevos fenómenos, como Internet, que han venido a agravar la actual falta de homogeneidad.

Si bien hasta la fecha la asincronía que se refleja patente, se pudiera decir que es el resultado de una apuesta del legislador por este “*status quo*”, la aparición y despliegue de la Internet como soporte de una increíble actividad comercial, comunicativa y junto con ello publicitaria, han puesto en evidencia no ya la incapacidad, sino la imposibilidad de acometer la regulación de los contenidos en Internet de manera homogénea con los contenidos audiovisuales difundidos por televisión, aún a pesar de que pudiéramos estar hablando de iguales contenidos.

### **La regulación europea de los contenidos audiovisuales.**

Tradicionalmente el término “contenidos” o “contenidos audiovisuales” se ha venido identificando con la televisión, y cuando de su regulación se trataba, al menos en el entorno europeo, se han identificado como aquellos que se encontraban en el ámbito de aplicación de la Directiva conocida como de “Televisión sin fronteras”.

La evolución y desarrollo de las tecnologías de transmisión y difusión de señal televisiva, las posibilidades generadas gracias a la digitalización y compresión de las señales han permitido un incremento impresionante de la

oferta televisiva y con ello también a un desbordamiento natural de las fronteras de los estados.

Este desbordamiento de las fronteras políticas y el efecto de pisada que tiene la huella de las señales difundidas desde los satélites provocó en su momento la necesidad de una regulación homogénea para el conjunto de la Comunidad Europea (hoy Unión Europea), que terminó dando la Directiva 89/552/CEE, que fue transpuesta al ordenamiento jurídico interno español como la Ley 25/1994, de 12 de julio, conocidas como Directiva y Ley de “Televisión sin fronteras”.

La rápida evolución de la Televisión, acompañada de la aparición de nuevos fenómenos ligados al mundo de la publicidad, como son el patrocinio y la televenta, forzaron a una modificación de esta Directiva, lo que dio lugar a la transposición de esta modificación, mediante la Ley 22/1999, que viene a modificar a su vez a la Ley 25/1994.

El objeto de esta Ley, que no redundaría en menoscabo de la aplicación de la legislación específica en materias como sanidad, protección de los consumidores y usuarios y publicidad, es:

- a) Establecer el régimen jurídico que garantice la libre difusión y recepción de las emisiones televisivas entre estados;*
- b) Fomentar el desarrollo de determinadas producciones televisivas;*
- c) Regular la publicidad televisiva, en todas sus formas;*
- d) Regular el patrocinio televisivo;*
- e) Defender los intereses legítimos de los usuarios y, en especial, de los menores para preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral.*

Una vez concretados los fines de esta regulación legislativa derivada de la Directiva comunitaria, el ámbito de aplicación de la Ley se concreta según la propia definición de la Ley a las “emisiones de televisión realizadas por los operadores de televisión establecidos en España, o que, no estando bajo la jurisdicción de ningún país miembro de la Unión Europea”, se encuentren en alguno de los supuestos siguientes:

- a) Cuando utilicen una frecuencia concedida por la Administración española,
- b) Cuando, sin utilizar una frecuencia concedida por la Administración española o de otro estado miembro de la Unión europea, utilicen la capacidad de satélite cuya explotación se haya reservado a España,
- c) Cuando sin utilizar una frecuencia concedida por la administración Española o por la de otro Estado miembro de la Unión Europea, ni la capacidad de satélite reservada a cualquiera de estos países, utilicen, para su conexión con el referido satélite, un enlace ascendente, situado en territorio español

Junto a lo anterior, de entre las modificaciones introducidas en la Directiva de 1989, se debe destacar que la definición del lugar de establecimiento del operador, se erige en uno de los elementos claves a la hora de conocer la aplicación o no de esta normativa a un determinado operador de televisión. Así se consideran establecidos en España aquellos operadores de televisión que cumplan alguna de las siguientes condiciones:

- a) Que tengan su sede principal en España y las decisiones editoriales sobre la programación se adopten en territorio español o trabaje en él una parte significativa de su personal.
- b) Que, teniendo su sede principal en otro país miembro de la Unión Europea, sin que trabaje en él, sino en España, una parte significativa de su personal, las decisiones editoriales sobre programación se adopten en este último país.
- c) Que, teniendo su sede principal en España y adoptándose las decisiones editoriales sobre su programación en otro país miembro de la Unión Europea, o viceversa, y no trabajando en España ni ese otro país una parte significativa de su personal, hayan comenzado a emitir por primera vez desde España y mantengan un vínculo estable y efectivo con la economía española.
- d) Que teniendo su sede principal en un país no miembro de la Unión Europea, las decisiones editoriales sobre programación se adopten en España y en este país trabaje una parte significativa de su personal.

Ahora bien, estamos hablando de televisión, debiendo entenderse por tal aquellas emisiones primarias, con o sin cable, por tierra o por satélite, codificada no, de programas televisados destinados al público.

La Ley específica, que este concepto de televisión comprende la comunicación de programas entre personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que tengan por finalidad la emisión de televisión destinada al público.

Por el contrario, en esta definición aquellos servicios de comunicaciones, prestados previa petición individual, cuya finalidad se a la aportación de elementos de información u otras prestaciones, como servicios de facsímil, bancos de datos electrónicos y otros servicios similares.

Cabe el hacerse la pregunta de hasta dónde llega el concepto de los "... otros servicios similares."

Es claro que nos encontramos con una regulación más o menos precisa sobre los contenidos en el ámbito acotado hasta la fecha como televisión. Nos encontramos con limitaciones y ordenaciones de tiempos de emisión, forma de inserción de los mensajes comerciales en la televisión, porcentajes de productos a emitir en función de su nacionalidad de producción y junto con ello

la publicidad consideradas como prohibidas y los contenidos a emitir en determinados horarios, pero.

¿Esta regulación es aplicable a los contenidos en Internet?

¿Es aplicable esta normativa en el caso de que los contenidos fuesen equiparables a lo que definimos hoy como televisión aún siendo difundidos por la Internet?

## **Contenidos audiovisuales y regulación de Internet.**

A principios de 1999, la Decisión nº 276/1999/CE<sup>3</sup> del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de enero de 1999, por la que se aprueba un plan plurianual de acción comunitaria para propiciar una mayor seguridad en la utilización de Internet mediante la lucha contra los contenidos ilícitos y nocivos en las redes mundiales<sup>4</sup>, que abarca el período que va de 1 de enero del 99 al 31 de diciembre de 2002.

El Plan cuyo objetivo es el propiciar un entorno favorable al desarrollo de la Internet en Europa con un grado de seguridad adecuado, impulsa acciones para:

1.- Fomentar la autorregulación del sector y los mecanismos de supervisión de los contenidos como por ejemplo los relativos a contenidos tales como la pornografía infantil o aquellos que inciten al odio por motivos de raza, sexo, religión, nacionalidad u origen étnico.

2.- Alentar al sector a ofrecer medios de filtro y sistemas de clasificación que permitan a padres y profesores seleccionar los contenidos apropiados para la educación de los menores a su cargo, y a los adultos decidir a que contenidos lícitos desean tener acceso, y que tengan en cuenta la diversidad cultural y lingüística,

3.- Mejorar entre los usuarios el conocimiento de los servicios ofrecidos por el sector, especialmente entre padres, educadores y menores, para que puedan entender y aprovechar mejor las oportunidades que ofrece Internet.

4.- Llevar a cabo medidas de apoyo como la evaluación de las implicaciones jurídicas.

5.- Realizar actividades para fomentar la cooperación internacional de los campos mencionados.

6.- Efectuar otras actividades que contribuyan a la consecución de los objetivos establecidos por el Plan de actuación.

---

<sup>3</sup> En línea con las declaraciones y resoluciones sobre contenidos ilícitos y nocivos en Internet iniciada por las instituciones comunitarias en su Resolución de 17 de febrero de 1997 (DO C 70 de 6.3.1997)

<sup>4</sup> Diario Oficial de las Comunidades Europeas L 33 de 2.2.1999

Las líneas de actuación por las que apuesta la iniciativa comunitaria pasan por la creación de una red europea de líneas directas ("hot lines") o centros a los cuales los usuarios puedan acudir para notificar aquellos contenidos presentes en la Internet que consideren ilícitos, ya que la competencia para la persecución de aquellas actividades ilícitas, en la red y fuera de ella, que se pudieran estar cometiendo, son competencia de las autoridades nacionales policiales y judiciales. Junto a la línea de actuación anterior se apuesta por el fomento de la autorregulación del sector y la elaboración de códigos de conducta o deontológicos, los cuales deben de abordar por un lado un elevado nivel de protección y por otro abordar los problemas de la detección de los contenidos.

En otro plano de actuación se apuesta por el propiciar por un lado sistemas de clasificación que ayuden a identificar los contenidos presentes en la Internet y que a partir de esta adecuada clasificación se haga posible la utilización eficaz de sistemas de filtro. Tanto la clasificación como el filtraje se pueden realizar en distintos eslabones de la cadena de valor, ya sea por el propio usuario, por el proveedor de los contenidos o por proveedores de servicios de clasificación independientes. En todo caso los sistemas de clasificación y filtro deben ser compatibles e interoperables.

Decir que esta última línea de actuación exige de acuerdos internacionales para garantizar la interoperabilidad del sistema, pero choca con la necesidad de la clasificación de todos y cada uno de los sitios "web" y de sus contenidos, lo cual resulta de una dificultad extrema.

En paralelo a las iniciativas institucionales, distintos sectores y entidades ligados a la industria de los contenidos y a las empresas operadoras presentes en la Internet han impulsado una serie de iniciativas que buscan el aportar su punto de vista sobre la regulación de los contenidos en la red y de este modo proteger sus intereses compatibles con el desarrollo y despliegue de los servicios de la Internet en Europa.

La cumbre sobre contenidos en Internet promovida por la Fundación Bertelsmann en cooperación con el grupo INCORE (*Internet Content Rating for Europe*) celebrada en Munich el pasado año supuso uno de los primeros esfuerzos para la adopción de medidas reguladoras adecuadas a los contenidos en la Internet, desde la perspectiva de la introducción de sistemas de autorregulación compatibles con la protección de los menores en la red.

Hoy nos encontramos con propuestas como las contenidas en el "*Memorandum on Self-Regulation of Internet Content*". El Informe contiene prácticas recomendaciones para los Gobiernos, la industria y usuarios para trabajar juntos en el desarrollo de una nueva cultura de responsabilidad en la Internet, que en gran medida vienen a coincidir en lo sustancial con las propuestas y recomendaciones contenidas en el Plan para la promoción del

uso seguro de la Internet del grupo INCORE contenidas en su Informe final sobre auto-etiquetaje y filtrado de contenidos en la Internet<sup>5</sup>.

El Plan de acción<sup>6</sup> concluye que el éxito del sistema que depende del grado de aceptación y uso que del mismo hagan los usuarios europeos, gira alrededor del número de sitios “web” que lleguen a ser etiquetados o clasificados, debiéndose alcanzar una determinada masa crítica que genere el interés y útil funcionamiento de esta herramienta.

La implantación y desarrollo de estas herramientas de autorregulación exigen según las recomendaciones contenidas en este Plan de que el coste sea inexistente para los usuarios individuales, que se mantenga en sus manos la decisión sobre lo que resulta o no aceptable para sus hijos, que se pueda estructurar según categorías de contenidos que son prioritarios para consumir y que se asocian de forma sencilla con listas de sitios aceptables para los consumidores, elegidos por ellos mismos.

### **Las medidas autorreguladoras adoptadas sobre los contenidos audiovisuales en Internet.**

De entre las medidas adoptadas hasta la fecha en nuestro entorno debemos destacar dos ámbitos que se corresponden por un lado con la propia autorregulación del sector en nuestro país y por otro la acción impulsada por las instituciones comunitarias en coordinación con los estados miembros de la Unión Europea.

En el marco de la autorregulación destacar dos códigos de autorregulación, uno para la publicidad en Internet promovido por la Asociación de Autocontrol de la Publicidad y otro para los Proveedores de servicios de Internet, mediante el Código Deontológico de los Proveedores de servicios de Internet de la Asociación Multisectorial de Empresas de Electrónica (ASIMELEC), que recientemente se ha depositado en la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Ambos Códigos de asunción voluntaria para los asociados de cada una de estas entidades pero de aplicación extensiva para aquellos terceros que los asuman voluntariamente, abren por un lado el desarrollo de una serie de pautas de conducta o comportamiento y la vía de resolución de conflictos para el supuesto de presuntos incumplimientos del código y de las exigencias en él contenidas.

En el caso del Código de Autorregulación Publicitaria en Internet, el foro para la resolución de los conflictos que se pudieran suscitar, es el propio

---

<sup>5</sup> Action Plan on Promoting safer Use of the Internet. Preparatory actions-Self-labelling and filtering. Final Report. Produced by David Kerr, Chief Executive Internet Watch Foundation. April 2000

<sup>6</sup> Disponible en [http://www.inc core.org/final\\_report.htm](http://www.inc core.org/final_report.htm)



Jurado de la AAP<sup>7</sup>, con dos casos vistos hasta la fecha, en menos de un año de vigencia.

El Código Deontológico de los Proveedores de servicios de Internet de ASIMELEC no sólo prevé un órgano “*sui generis*” creado por el propio Código para la resolución de los conflictos que en su aplicación se pudieran dar, sino que reconoce la figura del depositario del mismo, el cual vela por su aplicación, elabora informes periódicos de seguimiento del mismo. La propia ASIMELEC, solicitó de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, la aceptación de que asumiera ser la depositaria de su Código, lo cual fue resuelto favorablemente por su Consejo mediante Resolución de 6 de julio de 2000<sup>8</sup>.

La Resolución de la CMT, que recalca que dicha aceptación no es ningún caso en menoscabo de las competencias que le son propias legalmente abre nuevas vías para los casos de no resolución de los conflictos en el marco del propio Código las cuales se pudieran resolver mediante el arbitraje que por Ley se le reconoce a la CMT como regulador de este mercado de servicios, por la Ley 12/1997, de Liberalización de las telecomunicaciones.

### **El marco jurídico de los contenidos audiovisuales en Internet.**

De las tensiones y debates sobre la necesidad de una mayor o menor intervención jurídico-normativa sobre Internet y sus contenidos audiovisuales que afectarían tanto a la producción de los mismos como a la publicidad puestos en relación con los usuarios de éstos, hay una serie de frases, algunas muy manidas, pero que no por ello pierden su virtualidad. De entre ellas las más al uso es que “Internet no es un ámbito sin ley”.

Efectivamente, Internet, y en esto encontramos unanimidad, es una zona donde la que el derecho común resulta aplicable. La acción de las policías, y la jurisprudencia de los distintos países así lo avalan. Cosa distinta es que nos encontremos ante una actuación más compleja deriva de las dificultades para la persecución de determinados delitos cometidos mediante el uso de la red.

De esta convicción se parte, para poder afirmar que no se encuentran razones de peso para promover de forma urgente una reglamentación específica para Internet, máxime cuando la televisión y la radio convencionales no se sienten amenazadas aún por Internet, dado que los niveles de penetración de Internet siguen siendo muy bajos en comparación con la Televisión y la Radio convencionales, no ya en Europa, sino también en amplias zonas del planeta como Africa o América Latina.

En el caso de América del Norte, destacar los resultados del reciente estudio de “*Simmons Market Reserch Bureau*”<sup>9</sup> realizado entre cinco mil niños, con edades comprendidas entre los seis los once años, en el que se destaca

---

<sup>7</sup> Ver <http://www.aap.es>

<sup>8</sup> Ver <http://www.cmt.es>

<sup>9</sup> En <http://www.cyberatlas.internet.com>

que los consumos de Internet y del resto de los Medios de comunicación audiovisuales no sólo no resultan excluyentes entre sí, sino que, y este es el dato, que los consumidores de Internet son los más ávidos consumidores de televisión y radio. Nos encontramos ante consumidores globales, no segmentados en función de un determinado medio.

Pero si un elemento aparece como el de máxima tensión, cuando de la regulación de Internet se trata es el debate entre regulación y autorregulación, que se termina revelando como irreal, como un debate falso que introduce más obscuridad y confusión que propuestas positivas.

La acción conjunta de los actores presentes en Internet y de los Estados aparece como la más realista, posibilitando la acción sobre un medio extremadamente dinámico como es Internet y que sólo posibilita la propia industria y los consumidores y usuarios y por otro la legitimidad del estado para la regulación en la perspectiva del interés común y global del conjunto de la sociedad y no sólo de partes de ella.

En los debates impulsados por el CSA francés<sup>10</sup>, la *Office Fédéral de la Communication*, de Suiza (OFCOM), decía en este sentido que “toda regulación que desee alcanzar unos resultados reales sobre los servicios ofrecidos por Internet debe pasar, necesariamente, por una concertación entre los actores públicos y privados, y, por tanto, por la búsqueda de un equilibrio entre la regulación estatal y la autorregulación de los medios interesados”.

En igual sentido, que comparto, el Consejo de estado francés, firme partidario de la corregulación dice que “la autorregulación es, efectivamente, el complemento indispensable, en un espacio abierto, a la reglamentación del estado (...) una tarea de responsabilidad de los actores, de actuación profiláctica”, en la que empresas y Estado “deben colaborar, cada una en su papel específico (...), en la que los actores públicos y privados están condenados a la interdependencia”.

El reparto de las respectivas responsabilidades entre actores del mercado y los reguladores de estos mercados resultan genuinos de cada uno de los países, en los que nos encontramos con aquellos de mayor tradición autorreguladora y otros más intervencionista. No obstante, a pesar de estas diferencias “ad inicio”, hoy posiciones como las mantenidas por la *Independent Television Commission* británica (ITC), desde la perspectiva de que los reguladores deben de contribuir en su medida al éxito de la autorregulación, participando incluso en el seno del regulador de los contenidos audiovisuales en Internet, en la *Internet Watch Foundation*, vendría a coincidir en lo sustancial con las mantenidas hasta la fecha por la *Autorité de Régulation des Télécommunications* francesa (ART), que considera que “la autorregulación encuentra sus límites en la forma que toman las diversas categorías de actores, ella puede contribuir a reforzar las situaciones de posición dominante, y los actores más poderosos se podrían encontrar en la posición de árbitro del mercado. Las razones que en su tiempo llevaron a los legisladores a considerar

---

<sup>10</sup> Ver aportaciones a la cumbre del CSA francés en colaboración con la UNESCO sobre contenidos audiovisuales en Internet en <http://www.csa.fr>

que la radio y la televisión debían ser objeto de un derecho específico siguen siendo de actualidad en lo que concierne a Internet: soberanía cultural, independencia editorial y pluralismo. Ellas deben preocuparse también, en la actualidad, de facilitar a los actores nacionales las condiciones que les permitan mantenerse y, si es posible, mejorar en un mercado mundial”.

Estas posiciones derivan hacia la propuesta de la necesidad de la creación de foros u organismos de corregulación, en la que las distintas responsabilidades de los agentes públicos y privados sobre los contenidos audiovisuales en Internet se encuentren de manera concertada. Una acción que en cierta forma coincide con iniciativas como la impulsada por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de España (CMT), a través de sus Capítulos del Audiovisual.

En todo caso este impulso necesita de un cierto grado de compromiso y coordinación nacional e internacional, que se observa en distintas actuaciones impulsadas por el G8 con su carta-declaración sobre la sociedad de la información en su reciente cumbre celebrada en Okinawa, Japón, la UIT, la OMPI, OMC, ONU y UNESCO en materia de contenidos audiovisuales en Internet.

### **Las medidas reguladoras adoptadas sobre los contenidos audiovisuales en Internet.**

En este marco de compromiso corregulador, la Unión Europea, a través de su Consejo ha impulsado una serie de medidas de cara a los Proveedores de Servicios de Internet (PSI) para el conocimiento y posterior control por las autoridades competentes sobre contenidos, en la lucha contra los contenidos ilícitos o perjudiciales para la infancia y la juventud en Internet<sup>11</sup>.

La decisión del Consejo de la Unión Europea establece que los Proveedores de servicios de Internet deberán:

- a) Informar a las entidades competentes acerca del material de pornografía infantil del que hayan recibido información o tengan conocimiento y que se difunda a través de ellos;
- b) Retirar de la circulación el material de pornografía infantil del que tengan conocimiento y que se difunda a través de ellos, salvo que las autoridades competentes dispongan otra cosa;
- c) Conservar los datos de tráfico, cuando haya lugar y sea técnicamente viable, durante todo el tiempo especificado en la ley nacional aplicable, a fin de que estos datos estén disponibles para su inspección por parte de las autoridades policiales de conformidad con las normas de procedimiento aplicables;

---

<sup>11</sup> Decisión del Consejo de la UE de 29 de mayo de 2000, publicada en el DO de 9.6.2000

- d) Crear sistemas propios de control destinados a combatir la producción, el tratamiento, la posesión y la difusión de material pornográfico infantil.

Sin menoscabo de lo anterior, la recientemente aprobada Directiva de Comercio Electrónico<sup>12</sup> establece que un proveedor que se limite a facilitar la transmisión de los datos no será responsable de los contenidos transferidos siempre y cuando no haya originado él mismo la transmisión; no seleccione al destinatario de la misma; y no seleccione ni modifique los datos transmitidos.

“En el caso de que el servicio prestado sea de almacenamiento de datos el prestador de servicios no será considerado responsable de los contenidos almacenados a petición del destinatario, siempre que:

- a) el prestador de servicios no tenga conocimiento efectivo de que la actividad a la información es ilícita y, en lo que se refiere a una acción por daños y perjuicios, no tenga conocimiento de hechos o circunstancias por los que la actividad o la información revele su carácter ilícito, o que,
- b) en cuanto tenga conocimiento de estos puntos, el prestador de servicios actúe con prontitud para retirar los datos o hacer que el acceso a ellos sea imposible”.

Esta posición de la Unión Europea, viene a refrendar una actitud que sin llegar a volcar en los Proveedores de Servicios de Internet la responsabilidad que se derivaría de una policía delegada, si de corresponsabilidad en la vigilancia de los contenidos audiovisuales en Internet susceptible de ser considerados ilegales. Esta bien pudiera ser la tendencia de la regulación sobre los contenidos audiovisuales en Internet en su conjunto.

### **La correulación.**

En paralelo a los procesos de regulación y autorregulación descritos anteriormente, ha venido tomando cuerpo una tercera posición en la que se combinan ambas y que bien pudiera ser la línea correcta de actuación sobre los contenidos de Internet, dada la topología de la red y el desarrollo y evolución de los contenidos que en la Internet encontramos.

La cumbre celebrada a instancias del Consejo Superior del Audiovisual francés en colaboración con la UNESCO, planteó en sus propuestas de trabajo previas a la cumbre una serie de posibles líneas de actuación, que tomaban como referencia las distintas experiencias y puntos de vista de estados, organismos reguladores tanto del audiovisual como de las telecomunicaciones, productores de contenidos, Proveedores de servicios de Internet, usuarios y consumidores, entre otros.

---

<sup>12</sup> En <http://www.europa.eu.int>

Actuaciones como las del Consejo de la Unión Europea y la propia realidad de Internet y de los servicios que a su través se prestan, alimentan la tesis de la imposibilidad de una política regulatoria que como ya hemos dicho bien podría ahogar el desarrollo de Internet en sus múltiples facetas o en última instancia devenir en ineficaz, dado el extremo dinamismo de Internet y de sus servicios.

Por otro lado las pretensiones autorreguladoras extremas, suponen no sólo una renuncia de los Estados que al menos desde una perspectiva democrática, resulta intolerable, sobretodo si consideramos que es la representación de la soberanía, la legitimada para velar por el interés colectivo, que no necesariamente tiene por que coincidir con el de un determinado sector o grupo presente en el mercado.

Estados e Industria, los agentes presentes en el mercado de Internet, desde los usuarios y consumidores a los proveedores de servicios y de los contenidos audiovisuales, junto con la administración se encuentran obligados a colaborar en el desarrollo de las infraestructuras y de los servicios que a través de éstas se prestan. La colaboración en la administración y regulación de Internet y con ello sobre sus contenidos, resulta en la práctica la vía óptima para su despliegue.

La corregulación, con iniciativas como los códigos de conducta o deontológicos apoyados desde los organismos reguladores, no excluyentes de la intervención administrativa, sitúan a organismos públicos y privados ante sus respectivas responsabilidades, sin menoscabo del desarrollo de Internet de forma no lesiva respecto de los derechos de los consumidores y usuarios, que somos todos.

Agosto de 2000