

Regulación de servicios de video a demanda en América Latina: agenda corta y en tensión
(<http://papel.revistafibra.info/regulacion-de-servicios-de-video-a-demanda-en-america-latina-agenda-corta-y-en-tension/>)

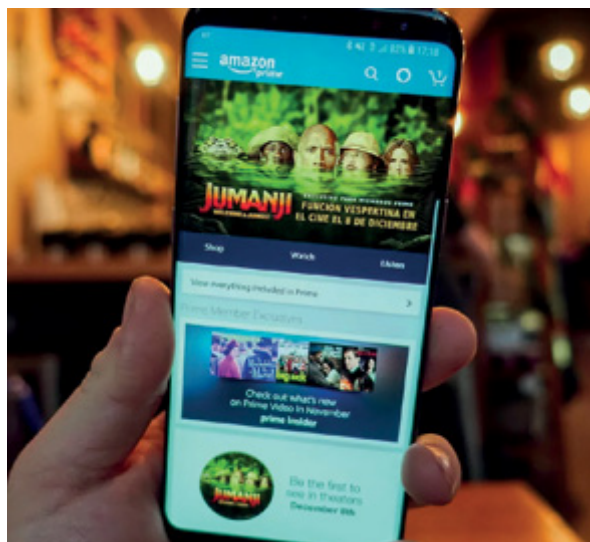
La tendencia en los grandes mercados de América Latina en materia de regulación de servicios de video a demanda se orienta hacia la imposición tributaria.

POR ARIEL RIERA, EZEQUIEL RIVERO Y DIEGO ROSSI (*)
@AM_Riera, @skielrivero y @diegodrossi

Lejos de la agenda europea ampliada en sus temáticas y alcances, en Latinoamérica el cobro de tributos es el denominador común, con algunas distinciones en relación a las herramientas utilizadas por cada país para recaudar esos fondos y su destino. Argentina debate incipientemente la cuota de pantalla digital.

En la última década los servicios audiovisuales on-demand crecieron velozmente en la región, alcanzando 18,2 millones de suscriptores en 2017 de acuerdo con un estudio de Dataxis. Dada la mayor importancia del sector, los gobiernos han tratado de extender la regulación a los servicios de video a demanda. En América Latina, la situación presenta un panorama diverso y con un foco inicial en el pago de impuestos. La aplicación de medidas como las cuotas de pantalla de contenidos nacionales, tradicionalmente usadas en cine y televisión abierta y de pago, están bajo debate al amparo argumental sobre ciertas características de los nuevos

servicios, como su desterritorialidad, catálogo extenso, y sugerencias de consumo. Por el momento y atento a una falta de articulación política regional, cada país ha encarado la regulación de los servicios a demanda de forma particular. Mientras, el alcance global de las compañías de video a demanda abre la posibilidad de una regulación a nivel supranacional, latinoamericana, como sucede actualmente en la Unión Europea.



El mapa Latinoamerica no

Argentina: la
Ciudad
Autónoma de
Buenos Aires
puso el tema en
agenda en
2014,

cuando dispuso
(<https://www.a>

[gip.gob.ar/normativa/resoluciones/2014/agip/res-593-agip-2014](https://www.agip.gob.ar/normativa/resoluciones/2014/agip/res-593-agip-2014)) una alícuota del 3% sobre Ingresos Brutos a los “servicios de suscripción online para acceder a películas, TV y otros tipos de entretenimiento audiovisual”. El cobro de Ingresos Brutos se extendió luego a varias provincias como Santa Fe y Córdoba. El mismo enfoque impositivo pasó a nivel nacional durante el debate por la reforma tributaria que se terminó de aprobar a fines de 2017. De esta manera, desde el 27 de junio de 2018 la AFIP empezó (http://biblioteca.afip.gob.ar/dcp/REAGO1004240_2018_05_11) a retener el IVA del 21% a los servicios digitales del exterior, que incluyen (http://biblioteca.afip.gob.ar/pdfp/RG_4240_AFIP_A2.pdf), los de empresas como Netflix, Amazon, HBO o Spotify. La implementación de políticas que excedan la cuestión tributaria, y aborden la promoción y el fomento de producciones nacionales en catálogos de plataformas, se encuentran lejos de efectivizarse en 2019. Tanto una versión del anteproyecto de ley convergente que circuló de la comisión oficial, como una propuesta del Partido Socialista incluyen cuotas de pantalla de

contenido de producción nacional para los VOD OTTs. Lo mismo hacen proyectos específicos sobre el tema de la Multisectorial Audiovisual, del senador nacional Alfredo Luenzo y de diputados del Frente para la Victoria articulados con Pablo Carro.

Brasil: mostró un camino sinuoso en la creación de un marco regulatorio específico. En un primer momento ANCINE abrió una consulta pública sobre el tema tras el que elaboró una propuesta que incluía además de los aspectos impositivos, el fondeo a la industria audiovisual local y obligaciones de cuota de contenidos brasileños, entre otros. Es el único mercado de la región que buscó abrir una discusión con una agenda "a la europea" pero un recambio en la autoridad del Ministerio de Cultura frenó en parte la discusión que quedó reducida a la cuestión tributaria. Al cierre de este artículo se debatía entre un modelo híbrido para que los operadores pudieran tributar por cantidad de piezas exhibidas en catálogo y una tarifa plana por cantidad de suscriptores o por facturación.

Chile: en el marco del proyecto de Modernización Tributaria, el Ejecutivo de Chile plantea un impuesto especial de entre el 10% y el 19% para las plataformas que brindan servicios online. El ministro de Hacienda de Chile, Felipe Larraín, de hecho [hizo hincapié \(https://www.cnnchile.com/economia/netflix-no-paga-nada-ministro-de-hacienda-defiende-que-impuesto-a-las-plataformas-digitales-suban-a-un-19_20190320/\)](https://www.cnnchile.com/economia/netflix-no-paga-nada-ministro-de-hacienda-defiende-que-impuesto-a-las-plataformas-digitales-suban-a-un-19_20190320/) en que empresas como Netflix no pagan tributos en el país, a diferencia de sus competidores.

Colombia: limitó su regulación a los aspectos tributarios y tras la aprobación de la Ley de Reforma Tributaria en diciembre de 2016, los servicios de suministro audiovisual quedaron alcanzados por el 19% del IVA

México: el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) fijó en julio de 2015 que los OTT no se encuentran sujetos al marco regulatorio aplicable a los operadores tradicionales. El Observatorio Público Cinematográfico de ese país pide que tributen, (3% afectado) y que el 30% de sus contenidos sea creado por productores y realizadores nacionales e independientes.

Paraguay: la imposición de tributos a los servicios VOD OTT se hizo mediante una ley de cine con lo cual excede los fines recaudatorios que se observan en otros mercados. La ley de Fomento al Audiovisual N° 6106 crea el Fondo Nacional del Audiovisual Paraguayo (FONAP) que sería financiado en un 50% de las retenciones a los prestadores de servicios por Internet.

Uruguay: desde 2018 pasó a cobrar Impuesto a la Renta e IVA a los servicios on-demand del exterior. Como novedad (<https://negocios.elpais.com.uy/noticias/uruguay-dispuso-novedosa-forma-tributacion-plataformas-netflix.html>), permite a estas compañías pagar el tributo directamente en dólares, y mediante anticipos trimestrales, sin necesidad de tener un representante legal en Uruguay.

Cuota ¿y después?

La imposición de cuotas de contenidos locales no requiere solo la determinación y acuerdo de las partes con intereses a priori difíciles de armonizar. En caso de obtenerse un acuerdo en esta dirección, el cumplimiento efectivo de las cuotas y las posibilidades reales de controlar a los operadores se convierte en una nueva dificultad, tanto en el mundo online como en los medios tradicionales. Los servicios on-demand presentan un grado de complejidad mayor al momento de controlar el cumplimiento de una normativa como la cuota de pantalla, dado su extenso catálogo y la rotación de sugerencias en base a los consumos previos.

En lo referente al incumplimiento de la cuota de pantalla audiovisual en la televisión lineal, el propio Jefe de Gabinete de la Nación, Marcos Peña, reconoció en el Informe N° 99 al Congreso de la Nación de marzo de 2017, un mínimo cumplimiento por parte de los licenciatarios de televisión con relación al artículo 67° de la Ley N° 26 522, y las inexistentes actuaciones del ENaCom en el ejercicio de sus deberes de contralor y/o sanción. Este hecho generó en su momento un pedido de amparo judicial encabezado por referentes de la cultura y la comunicación junto a la entonces diputada

Liliana Mazure, por el incumplimiento a la garantía de emisión de películas nacionales y telefilmes producidos por productoras independientes nacionales, de acuerdo a lo obligado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual vigente.

Cuota de pantalla ¿para qué?

El porcentaje de contenido latinoamericano en las plataformas de video a demanda globales suele ser marginal. En México, "Netflix sostiene un catálogo de cerca de 4 mil títulos, de los cuales sólo 70 son mexicanos, contabilizando las originales como Luis Miguel, la serie, y cintas recientes como La Bayoneta. Amazon Prime Video, con aproximadamente 2500 producciones en su lista, apenas sobrepasa las 10 producciones nacionales, incluyendo El Laberinto del fauno y ¿Qué culpa tiene el niño? Además de producciones propias como Un extraño enemigo y Un diablo guardián". Son datos relevados por el diario El Universal¹ ([FIBRA_25.html#footnote-014](#)), ante la falta de información pública por parte de las empresas. Ambas empresas dijeron tener 50 proyectos de realizaciones en carpeta.

En Argentina, según un relevamiento publicado en Fibra, los contenidos nacionales son minoritarios en el catálogo de Netflix disponible desde el país. De los 2956 títulos relevados, apenas 90, es decir el 3% corresponde a contenidos argentinos, una cifra que se ubica muy lejos del 30% que fijó la nueva Directiva de la Unión Europea.

Quienes defienden la inclusión de cuotas de pantalla de contenido local hacen hincapié en la promoción y diversidad cultural (posibilidad de ver representados distintos estilos de vida), y en el desarrollo industrial (generar trabajo en el sector audiovisual). Los porcentajes que se consideraron en una ronda de consultas a entidades del sector audiovisual realizada en la Comisión de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión del Senado el 21 de mayo de 2019, rondan entre el 25 y el 30%, incluyendo una preocupación por la producción local, de estreno e independiente, y la visibilidad en los catálogos y promociones, expresados por la Cámara de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT), la Multisectorial del Audiovisual (integrada

por sindicatos y sociedades gestoras de derechos) y Sindicato de Telecomunicaciones, y el Servicios Audiovisuales, Interactivos y Datos (SATSAID). El proyecto del socialismo, en cambio, plantea un 5% durante los primeros 5 años, y un 10% luego.

Pero el principal punto de los detractores de la cuota de pantalla, como la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) es la afectación de la competencia y la necesidad de rebalancear las obligaciones de los prestadores nivelando vía desregulación, lo que evitaría la obligación de incluir material de “peor calidad” o que el público no quiere ver. La Cámara Argentina de Proveedores de Internet (CABASE) sostuvo el principio de “innovar sin pedir permiso” que refiere a la ausencia de barreras que dificulten el surgimiento de nuevos contenidos, servicios y aplicaciones, los cuales deberían ser excluidos de cualquier futura regulación en la materia² ([FIBRA 25.html#footnote-013](#)).

A fines prácticos, existen dificultades y tensiones en cuanto a cómo definir el “contenido local/nacional”, que incide en qué tipo de producciones se termina protegiendo, y en los criterios para el establecimiento de las cantidades mínimas (Riera, 2018).

Sería razonable que en una mesa de trabajo, con previsiones firmes de disponibilidad de contenidos y voluntad política de regulación y control de la normativa, pueda darse una negociación de porcentajes, con estándares basados en una reactivación del mercado audiovisual local y de exportación, ahora contraída.

Cabe señalar que el 22 de mayo último fue aprobada la Ley 27 506 denominada de Economía del Conocimiento (que apunta a con beneficios fiscales también a la “producción y postproducción audiovisual”, art. 2° inc. b).Y el 7 de junio pasado, el Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, el Ministerio de Producción y Trabajo de Argentina, el SATSAID y la Asociación Argentina de Actores firmaron una carta de intención para el fomento de la producción de series Premium en plataformas OTT internacionales, con parámetros de contratación laborales y un monto de reembolsos que llegaría a los U\$S 90 millones³ ([FIBRA 25.html#footnote-012](#)).

Ambas medidas tendrían impacto en ciertas productoras con espaldas financieras y capacidad de articulación hacia 2020, pero no garantizan las ventanas de exhibición, especialmente para productoras independientes o coproducciones que no tengan acuerdos atados con los grandes jugadores trasnacionales.

Referencias

- Riera, A. (2018) Screenquotasregulation in Subscription Video-On-Demandservices. The debates in the UK / EU and Argentina. The London School of Economics and PolicalScience – Media and Communications.
- Rivero, E. (2019) “Viaje al fondo de Netflix”, en Revista Fibra N° 24. Abril-mayo de 2019, Buenos Aires: Menta Comunicación.
- Baladrón, M. y Rivero E. (2017) “Regulación de OTT audiovisuales, modelo para armar. Los debates actuales en Estados Unidos, Europa y Argentina”, en Revista Fibra N° 16. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/la-regulacion-las-plataformas-ott-audiovisuales-modelo-armar/> (<http://papel.revistafibra.info/la-regulacion-las-plataformas-ott-audiovisuales-modelo-armar/>).
- Bizberge, A. (2019), “Servicios audiovisuales en Internet: cambios en la organización del sistema de medios y tensiones regulatorias” [mimeo]

¹ (FIBRA_25.html#footnote-014-backlink) <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/piden-regular-amazon-y-netflix>

² (FIBRA_25.html#footnote-013-backlink) Los argumentos y tipologías citados correspondientes a CABASE y a la Multisectorial del Audiovisual se refieren a los aportes escritos entregados a la Comisión con posterioridad a la referida reunión del 21/5/2019.

³ (FIBRA_25.html#footnote-012-backlink) Fuente: “Promueven un plan para atraer producción de series Premium”, gacetilla oficial INCAA, martes 11 de junio de 2019.

(*) Ariel Riera es coordinador de Investigación e Impacto en Chequeado.com y Mgtr. en Media Governance por la London School of Economics

Ezequiel Rivero es Mgtr. en Industrias Culturales y Becario Conicet en la UNQ

Diego Rossi es investigador y profesor en la Carrera de Comunicación Social (UBA), integrante del Observatorio DERCOM

© Copyright