

TÍTULO DE LA JORNADA: “La radio, una gran industria cultural y creativa”.

Día: 16 de noviembre de 2023.

Lugar: Auditorio Ministerio Cultura (Plaza del Rey).

Horario: De 9,30 a 14'00.

Agenda:

- 09,30-09,45: Apertura Institucional por parte del Ministerio de Cultura
- 09,45-10,00: Carlos Núñez, Presidente Ejecutivo de PRISA MEDIA.
“Sostenibilidad democrática de los medios de comunicación”.
- 10,00-10,20: Silvie Forbin, Directora General OMPI (*inglés*). “El tratado de radiodifusión en internet”.
- **10,20-10,40: Ibán García del Blanco, Eurodiputado.**
- 10,40-11,10: Aimar Bretos / Ángel Expósito / Rafa Latorre: “La magia de la radio”.
- 11,10-11,30: Javier Bardají, CEO Atresmedia.
- 11,30-12,00: Café.
- 12,00-12,45: Mesa redonda: “La radio como titular de derechos”. Modera: Ana Cerrada Escurin, RTVE. Participan:
 - Rafael Sánchez. Aristi, Catedrático de Derecho civil en la Universidad Rey Juan Carlos.
 - Julián López Richart, Profesor Titular de Derecho civil en la Universidad Alicante.
 - Carles Vendrell, Profesor Asociado de Derecho civil en la Universidad Autónoma de Madrid.
- 12,45-13,45: Mesa redonda: “Protección y titularidad de los derechos de los organismos de Radiodifusión”. Modera: Ignacio Baeza (Grupo KISS). Participan:
 - PRISA MEDIA: José Manuel Gómez Bravo
 - ATRESMEDIA: Miguel Langle
 - GRUPO COPE: Benito Martínez
- 13,45-14,00: Cierre: Ignacio Soto, Presidente AERC Radio Value.

INTRODUCCION

Muchas gracias por la invitación a participar en esta importante jornada -sobre y con- las radios. Gracias a la Asociación Española de Radiodifusión Comercial-AERC Radio Value y al propio Ministerio de Cultura.

La ocasión de la realización de estas jornadas para hablar sobre las radios se apoya en la Presidencia del Consejo de la UE, que nuestro país está ejerciendo en este segundo semestre del año 2023. Se trata de un semestre crucial porque estamos en la recta final de la presente Legislatura europea.

Nuestro país ha cogido el timón y está coordinando la negociación de más de 100 normas, entre directivas y reglamentos. Y, entre ellas, algunas propuestas legislativas tienen una incidencia directa en el sector de la radio y a las que voy a referirme en mi intervención puesto que, de una u otra manera, he estado trabajando como miembro del parlamento europeo.

Pero antes de entrar en el análisis de las iniciativas a nivel europeo, permítanme manifestar mi total apoyo a las dos intervenciones que me han precedido en la inauguración de la jornada.

La radio es, efectivamente, una gran industria cultural y creativa, además de ser un medio de comunicación esencial "para construir una sociedad democrática del conocimiento" tal y como reconoce la UNESCO, el Organismo Internacional para la Cultura y la Educación.

Dicho organismo realiza una importante función en un momento en el que la radio se enfrenta a numerosos retos que debemos afrontar **para garantizar su sostenibilidad democrática** - que Carlos Núñez ha expuesto magistralmente-;

Y acoge debates actuales sobre la protección de los derechos relativos a la radiodifusión, y de este modo contribuyendo al trabajo esencial que se está desarrollando en otro gran organismo internacional, la OMPI, **para aprobar un tratado de la radiodifusión en internet** y que la Sra. Silvie Forbin nos ha explicado, que garantice la protección a los titulares de los derechos sobre los contenidos difundidos por radiodifusión.

En tanto que miembro del Parlamento Europeo, debo responder la cuestión

¿Qué está haciendo Europa?

La Comisión Europea considera al sector de **los medios de comunicación - del que la radio forma parte desde hace más de 100 años- como parte del ecosistema de las industrias culturales y creativas**, y los reconoce como uno de los 14 ecosistemas industriales que son clave para una recuperación inclusiva y sostenible del Plan de Recuperación y Resiliencia de la Unión, aprobado tras la pandemia de la covid-19.

También lo reconoce como un ecosistema clave para la doble transición (verde y digital) de la economía de la UE. Esta doble transición, conlleva la transformación transversal de

todos los sectores y su adaptación al entorno digital, y ha sido señalada como el gran objetivo para esta década.

Al mismo tiempo, considera que **los servicios de medios son esenciales para una sociedad democrática saludable**, para los derechos y libertades fundamentales, incluida la igualdad, y para las libertades económicas.

En Europa somos conscientes de los crecientes desafíos que plantea la digitalización de la sociedad para las industrias culturales y creativas y el sector de los medios de comunicación:

- cambios en la manera en la que se accede a la audiencia y se distribuyen los contenidos, de ahí la necesidad de reflexionar sobre la visibilidad de los contenidos y el reparto de los ingresos provenientes de las plataformas digitales,
- la existencia de brechas digitales y generacionales que es imperativo abordar para garantizar la inclusión y un control democrático,
- la libertad y la responsabilidad editorial, las políticas de moderación de contenidos de las plataformas, la desinformación y las redes sociales, la censura y las denuncias abusivas por parte de poderes fácticos para acallar a los periodistas, las injerencias extranjeras en los procesos democráticos,
- las dificultades económicas exacerbadas por un mercado publicitario desigual, débil y poco transparente,
- la peste de la piratería que roba a los titulares de derechos -incluidos a los titulares de derechos de radiodifusión- y que es especialmente preocupante en los eventos en vivo,
- la reciente irrupción de la Inteligencia Artificial y de los grandes modelos de lenguaje/ IA-generativa, capaces de manipular y crear contenidos que cuestionan los principios elementales de veracidad y confianza en la información,

Europa quiere convertirse en pionera y referente mundial en la creación de un marco regulatorio transversal a todas las nuevas cuestiones que plantea el reto de la digitalización. Se trata de elaborar un conjunto de reglas de obligado cumplimiento e iguales para todos los actores, europeos o que quieran operar en Europa. De esta forma, a través de las normas aprobadas en Europa, se marca una dirección en todo el mundo para el desarrollo de las nuevas tecnologías, respetando nuestros principios y valores europeos, consagrados en los Tratados y en la Carta de derechos y libertades fundamentales de la Unión.

Entre los proyectos legislativos aprobados con gran impacto esta legislatura, se encuentran las **Leyes sobre Mercados y Servicios Digitales (DSA y DMA)**, que pretenden restablecer un equilibrio entre los actores en el mercado único digital, dictando obligaciones de seguridad y transparencia a las plataformas, sobre todo cuando plantean riesgos sistémicos (plataformas muy grandes) y hacerlas responsables de **eliminar contenidos ilegales**, incluidos aquellos que infringen derechos de propiedad intelectual y **erradicar la**

desinformación y contenido dañino cuanto antes, poniendo definitivamente punto final a la era de la desregulación en internet.

Actualmente, bajo la coordinación de España en la presidencia del Consejo están en negociación otras leyes que merece la pena mencionar brevemente.

Me refiero a **la directiva anti slapps**, para acabar con los litigios estratégicos abusivos contra periodistas;

o la reciente aprobación, hace sólo una semana, el 7 de noviembre, de un nuevo **Reglamento sobre la transparencia y segmentación de la publicidad política**, cuyo objetivo es facilitar información a los ciudadanos y dotar de transparencia a los anuncios políticos para apoyar un debate político abierto y plural, respetuoso con los derechos fundamentales, incluido el derecho a la intimidad ya que impone límites estrictos a la publicidad política segmentada y prohíbe la elaboración de perfiles basados en datos personales sensibles.

Pero voy a detenerme en lo que, sin duda, son dos de las leyes más importantes y complejas actualmente en negociación y que van a tener un gran impacto en el sector cultural y creativo, en los medios de comunicación y por consiguiente en la radio: La Ley Europea de Libertad de Medios y la Ley de Inteligencia Artificial.

La Ley de Inteligencia Artificial

La Ley de IA es una propuesta marco, aplicable a todas las tecnologías que incorporan IA y con un amplio ámbito geográfico. Entre sus objetivos, está el situar a las personas en el centro del desarrollo tecnológico y dotar de confianza el uso de la IA en la Unión Europea. La protección de la democracia, el estado de derecho y el medioambiente deben contarse entre los objetivos a proteger.

La llegada de las IA generativas ha provocado, en cuestión de meses, un auténtico revuelo en todo el mundo, pero especialmente en el sector cultural y creativo. La automatización del proceso creativo de generación de contenidos artísticos plantea cuestiones relacionadas con la titularidad de los derechos de propiedad intelectual que amparan dichos contenidos.

Un sistema de IA depende en gran medida de una base de datos que "entrena" al algoritmo inteligente. La **Directiva del copyright en el mercado único digital** estableció una excepción para la minería de datos con dos condiciones, un necesario acceso legal a las bases de datos y una garantía de protección a los tenedores de derechos que pueden reservar sus derechos (opt-out). En este caso, si los datos están protegidos por derechos de terceros, los desarrolladores de IA necesitarán permisos para acceder a ellos y utilizarlos. Es decir, necesitarán adquirir una licencia.

El PE ha incluido obligaciones en la Ley Europea de IA para regular los modelos fundacionales de IA entre otras, transparencia para prevenir que los contenidos creados o generados por IA respeten los derechos fundamentales y la obligación de hacer público un resumen con los datos protegidos por derechos de autor que hayan sido utilizados en el entrenamiento de sus

sistemas de IA. **Por ello, es fundamental el apoyo al Tratado de radiodifusión en internet y garantizar dicha protección a los tenedores de derechos de radiodifusión.**

Hay determinados usos de la IA que deben someterse a requisitos adicionales de transparencia. Aquí entrarían las IA que están diseñadas para interactuar con personas naturales, pero también los "deepfakes" y "outputs" producidos por la IA generativas. Desde el Parlamento Europeo venimos exigiendo una transparencia total para la difusión de todas las creaciones de imágenes, audios, videos, pero también de textos que se hacen pasar por auténticos, informando a los consumidores que son generadas por IA.

En el caso de los medios de comunicación considero que esta provisión es fundamental para proteger el trabajo de los periodistas y de fomentar la confianza en el uso correcto de las herramientas de IA que, sin duda, pueden ser también de gran ayuda cuando hay un control y se difunden bajo responsabilidad editorial. Del mismo modo, se ha previsto para el audiovisual, el cine, videojuegos, o programas asimilables, que la información sobre los contenidos generados por IA se facilitará sin entorpecer la integridad de la obra y en su caso, mencionando los derechos de autor correspondientes.

Existen ya herramientas para realizar dichos etiquetados de manera poco costosa, así como para reservar los derechos de los tenedores en el caso de la minería de datos, pero debemos seguir explorando opciones para que esta obligación no suponga costes extraordinarios y sea de fácil cumplimiento.

La **Ley está actualmente en negociación y precisamente, la inclusión de normas para regular de dichos modelos fundacionales es uno de los mayores puntos de fricción para algunos países de la parte del Consejo.** El Parlamento está, por su parte, plenamente convencido de la necesidad de incluir dichas obligaciones e igualmente apoyar, en la medida de lo posible, al sector cultural y creativo.

Ley Europea de Libertad de Medios.

Entre las propuestas en negociación bajo presidencia española, he dejado para el final la **Ley Europea de Libertad de Medios.**

La propuesta de la Comisión pretende abordar una serie de problemas que afectan al funcionamiento del mercado interior de servicios de comunicación. Para el Parlamento Europeo, esta Ley es, además, una oportunidad para defender la libertad de prensa y de información, proteger a los periodistas y promover el pluralismo mediático como pilares de la democracia y el estado de derecho.

El reglamento quiere responder a las injerencias políticas y económicas sobre los medios de comunicación en Europa:

i) estableciendo salvaguardas para **preservar la libertad e independencia editorial** y contra la vigilancia de periodistas,

ii) **considerando el impacto de la transformación digital sobre los medios de comunicación**, en la eliminación de contenidos en las plataformas en línea de gran tamaño, el Parlamento ha incluido un sistema equilibrado para asegurar el doble objetivo de, por un lado, garantizar el derecho de acceso a la información y salvaguardar la libertad editorial y el pluralismo frente a las decisiones de las grandes plataformas y, por el otro, la responsabilidad de las plataformas en la lucha contra la desinformación en línea,

iii) **aumentando la transparencia en la propiedad de los medios y en la atribución de la publicidad estatal**, incluido en el entorno digital,

iv) también para mejorar la competencia en el mercado, se pretende mejorar los **sistemas de medición de audiencia** a través de códigos de conducta obligatorios para hacerlos más justos y transparentes,

v) Se establece un **derecho de los usuarios a personalizar la oferta** de medios de comunicación **de radio** o audiovisuales en los dispositivos de acceso a los contenidos.

La radio se incluyó en la ley a raíz de las enmiendas del Parlamento Europeo (y también en el acuerdo general del Consejo) que fueron sensibles al hecho de que cada vez hay más oyentes que acceden a sus programas de radio favoritos a través de diversos aparatos e interfaces. Hoy es normal escuchar la radio desde el teléfono móvil o desde los aparatos de televisión, pudiendo conectar con contenidos ofrecidos por los proveedores de servicios digitales que cuentan con las licencias adecuadas.

Esta obligación supone una oportunidad para que las estaciones de radio presionen para que todos los dispositivos, incluyendo a las interfaces de información de los coches, ofrezcan la posibilidad de encontrar y descubrir a los proveedores legales de radiodifusión.

iv) finalmente, mencionar que la ley crea un nuevo mecanismo nuevo de supervisión: el Consejo Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, entre cuyas competencias tendrá la promoción de la **educación mediática** (también una enmienda del Parlamento), para dotar a la ciudadanía de espíritu crítico y capacidad analítica ante la información recibida.

La educación mediática, junto a la alfabetización digital, que también estoy abogando por incluir en la Ley de Inteligencia Artificial, son un aspecto que considero fundamental. Asegurar la igualdad de acceso a una educación y formación de calidad, dotando de las herramientas y el conocimiento necesarios para alcanzar la Ilustración Digital de nuestra sociedad, es piedra angular de nuestro futuro democrático en la era digital.

CONCLUSION

Como hemos visto, son numerosos los desafíos a los que se están enfrentando las industrias culturales y creativas y los medios de comunicación.

En este contexto, las diversas propuestas regulatorias de la Unión Europea tratan de ofrecer algunas respuestas y he venido trabajando a lo largo de estos años para integrar propuestas concretas que, en mi opinión, mejoran o complementan las normas.

Ante la amplitud de los retos, es necesario garantizar un modelo sostenible de los medios que, en mi opinión, debe pasar por realizar una reflexión doble.

1) En primer lugar, **más periodismo: un apoyo incondicional a un periodismo libre y plural.**

El PE pide que la Ley de Medios debe establecer un **derecho de acceso a la información a través de una pluralidad de medios de comunicación**, principalmente noticias e información, independientemente de su localización geográfica, offline u online. Y **los Estados miembros tendrán entonces la obligación de facilitar este derecho de acceso de manera concreta.**

El foco está en garantizar el "level playing field" en el mercado publicitario. Las normas deben de aplicarse igual para todos, pero teniendo en cuenta el papel y las responsabilidades que juega cada cual. Aumentar la transparencia es fundamental, pero también es mi opinión que, desde las instituciones y en diálogo con el sector, debe realizarse un análisis valiente y explorar soluciones para "cumplir con la obligación del derecho de información" y de este modo, buscar la manera de dotar de los apoyos y la financiación necesarios a los medios de comunicación y que cumplan su papel en el funcionamiento de nuestra democracia.

2) Por otra parte, el sector necesita realizar una autocrítica sobre qué es un "medio de comunicación" y cómo están cumpliendo su tarea de ofrecer a la ciudadanía información libre y veraz. Estamos asistiendo al surgimiento de fuerzas que ponen en cuestión el propio sistema democrático. Nuestras sociedades se encuentran cada día más polarizadas, más tensionadas, con desacuerdos que llegan hasta la raíz de los "hechos", poniendo en cuestión la misma verdad fáctica y demostrando una falta de confianza de los ciudadanos en los propios medios.

Poner coto a la desinformación, desenmascarar la mentira: es tarea que nos incumbe a todos, pero es -debe ser- una obligación para los propios medios de comunicación.

La radio está muy viva. Con más de 100 años de historia está demostrando un dinamismo asombroso, aprovechando el potencial de la digitalización, a través del desarrollo de nuevos productos como los podcasts, servicios de streaming, nuevos modos de distribución y nuevas audiencias, contribuyendo a la difusión de temas educativos, culturales y sociales, entreteniéndolo y educando.

El lema para el Día de la radio - el próximo 13 de febrero de 2024- es ***Mirando hacia el próximo siglo de la radio.*** Y es que, Sres y Sras, no cabe duda de que le quedan otros 100 años de historia por delante.

Gracias por su atención.