



**DESAFÍOS REGULATORIOS EN
TIEMPOS DE TRANSFORMACIÓN
DIGITAL: UNA MIRADA SOBRE
PUBLICACIONES Y EDITORAS
EUROPEAS**

Christoph Keese

Resumen-Working Paper nº 27, Julio 2011



www.plataformademocratica.org

Desafíos regulatorios en tiempos de transformación digital: una mirada sobre publicaciones y editoras europeas

Christoph Keese

Sumario Ejecutivo

Las editoras europeas enfrentan una situación económica difícil en función de los cambios estructurales de lo impreso a lo on-line. En tanto los ingresos provenientes de la publicidad en publicaciones impresas han disminuido continuamente y la circulación agregada ha acumulado pérdidas a tasas de 2-3% al año, la sustitución de ventas por negocios on-line mostró ser difícil. El financiamiento del periodismo de calidad on-line está ejerciendo presiones adicionales sobre los editores ya que la mayoría de los sitios web editoriales no son rentables. Sin embargo, las editoras en la mayoría de los países europeos, desean mantener su independencia y no quieren volverse dependientes de los subsidios estatales. Muchas no piden el apoyo del gobierno en una situación difícil, pero piden a los reguladores y a la legislatura ayudar a crear condiciones de competencia equitativas y a preservar un ambiente económico en el cual ellas puedan sobrevivir y servir a sus comunidades con un periodismo de calidad.

Infelizmente, las editoras se defienden de muchos otros movimientos regulatorios que disminuyen aún más su competitividad en el mercado. Por ejemplo: la regulación extensa e improductiva de la protección de datos eleva el costo del marketing directo, que es parte del centro de la renovación de suscriptores y mantenimiento de los niveles de circulación.

Las siguientes iniciativas fueran tomadas a nivel europeo y nacional para ayudar a mejorar la situación:

- Aumentar el respeto por la libertad de expresión y la libertad de prensa.
- Aumentar el respeto por las leyes de derecho autorial (copyright) y la remuneración de los propietarios de contenido.
- Mejor protección jurídica de los derechos de los editores.
- Competencia leal en los mercados de publicidad.
- Acceso justo a las plataformas de distribución digital.
- Libertad de comunicación comercial.
- Abordaje equilibrado a la protección de datos.
- Cero IVA para periódicos en todas las plataformas.

- Asegurar la aplicación de las reglas de competencia en lo que tiene que ver con actividades digitales de las emisoras públicas.
- Abordaje equilibrado de la responsabilidad por el contenido generado por el usuario.
- Promoción de la alfabetización mediática en el ambiente digital.

Todas las iniciativas están detalladas en este artículo. Ellas llegaron a diferentes fases de concretización y son, en muchos casos, muy complejas. Por ejemplo: la cuestión de la "competencia leal en los mercados de publicidad" involucra reclamos formales antitrust sobre Google y su comportamiento injusto en el mercado. Estas quejas fueron respondidas por la Comisión Europea, que inició una investigación formal y está avanzando rápidamente. Las editoras están dedicando mucho tiempo, energía y dinero a esta cuestión.

Al largo de los últimos años, la unión entre las editoras y sus asociaciones ha crecido constantemente. Ellas creen que la mayoría de las cuestiones políticas no pueden ser resueltas por empresas individuales y requiere atención total de la industria. Esto les dio un impulso extra y consiguieron algunas metas que parecían difíciles de ser alcanzadas en el pasado. Por ejemplo, los legisladores nacionales consideran crear una enmienda a la ley de derechos de autor para reforzar la posición de las editoras en el acompañamiento de las copias ilegales de sus trabajos, así como para mejorar su peso en la venta de licencias para clientes B2B.

Sin embargo, los desafíos en cuestión no pueden ser resueltos por medios legales. Las editoras necesitan innovar y ser parte del cambio digital. Innumerables oportunidades de negocio están a su frente. Ellas se concretizarán si las editoras y los editores estuviesen dispuestos a reorganizar, reestructurar y recomenzar su negocio en gran parte. Algunos aprendizajes esenciales de los mercados digitales están listados en este artículo.

El Autor

Christoph Keese es un renombrado periodista alemán y ejecutivo de medios. Estudió Economía en Frankfurt y Marburg y se formó en la “Escuela de Periodismo Henri Nannen”, en Hamburgo, antes de entrar en la editora Gruner + Jahr como asistente del CEO. Posteriormente se tornó editor de *Berliner Zeitung*, editor-jefe del *Financial Times Deutschland* y editor-jefe del *Welt am Sonntag* y *Welt On-line*, antes de asumir la presidencia del grupo editorial de periódicos y sitios web WELT. En 2008, migró hacia el lado editorial y actualmente ocupa el cargo de Presidente de Asuntos Públicos en Axel Springer, la mayor editora de periódicos de Europa y una de las líderes de la industria de la digitalización. Sus libros incluyen *In defense of Capitalism* (2004) y *Responsibility now* (2007). Trabaja y vive en Berlín.