

Pablo Vidal, presidente de Anatel:

“Los sistemas de IA necesitan contenido de calidad y deben pagar por eso”

El titular de la asociación gremial que agrupa a los canales de televisión valora el rechazo de la Comisión de Hacienda al artículo sobre propiedad intelectual que favorecía a las plataformas de inteligencia artificial. “Entregar el derecho de autor de las obras nacionales a empresas de IA por un objetivo económico es un error”, plantea.

Por Alejandro Tapia



¿Cómo analiza el rechazo de la Comisión de Hacienda al artículo sobre propiedad intelectual que favorecía a plataformas de inteligencia artificial?

Valoramos mucho el rechazo al artículo 8. Fue interesante escuchar el debate parlamentario que se produjo en torno a este artículo. Hubo argumentos de algunos parlamentarios muy en línea con lo que planteamos durante estos días, desde asociaciones de medios como organizaciones del mundo creativo y cultural. El diputado Schalper (RN) planteaba que esta excepción o vulneración al derecho de propiedad intelectual era materia de debate en cuanto a principios para quienes son adherentes de su sector. Lo que quiero decir es que, desde una mirada transversal, tanto parlamentarios de oposición, del PDG o incluso del oficialismo manifestaron críticas y reservas estructurales a esta iniciativa.

¿Por qué el Ejecutivo querría potenciar el uso de inteligencia artificial, pero a costa de la información que generan los medios, o a costa de libros o investigaciones?

No sé cuál es la razón por la que el gobierno estaba tan decidido en avanzar en esta iniciativa. Pero si tú observas la redacción original del artículo era simple y llanamente una excepción a raja-

tabla para que estas empresas de inteligencia artificial hicieran lo que quisieran con las obras nacionales. Yo creo que el gobierno atiende los primeros reclamos con la indicación sustitutiva. Lo que pasa es que la propuesta que presentaron como se hizo a la rápida, como no se dialogó con todos los actores involucrados, terminó siendo insuficiente. Pero creo que incluso el gobierno recoge parte de la crítica, porque entregar el derecho de autor de las obras nacionales a empresas de IA por un objetivo económico no resiste análisis. Es un error.

¿Qué se espera que ocurra ahora con el artículo?

Al haber sido rechazado por la Comisión de Hacienda no continúa el trámite, el artículo desaparece del proyecto. Lo que podría pasar es que el gobierno, a través de las bancadas, intentara reponer esta indicación en la sala de la Cámara de Diputados la próxima semana. Si se llegara a reponer la indicación en la sala esperamos que nuevamente sea rechazada. Ahora, nada priva al gobierno de querer insistir con esta iniciativa en el segundo trámite de este proyecto de ley en el Senado. El llamado que le hacemos al Ejecutivo, y hemos sido claros en esto, es que ojalá pueda escuchar a todas las partes involucradas.

¿De qué manera Anatel está observando la idea de que las plataformas digitales retribuyan económicamente a los medios de comunicación por el uso que hacen de la información producida por estos?

No podemos taponar el sol con un dedo. El futuro va a estar cada vez más dominado por estas tecnologías de inteligencia artificial. Es una tecnología que llegó para ayudarnos, para ahorrarnos

tiempo, para procesar grandes cantidades de datos en muy poco tiempo. Ahora bien, para poder entregar respuestas de buena calidad a sus usuarios, estos sistemas de IA necesitan tener fuentes de información de buena calidad. Entonces, cuando la gente busca contenido noticioso, informativo o cualquier otro que sea de creación de terceros, los modelos de inteligencia artificial inevitablemente van a ir a buscar fuentes confiables verificables. Estamos hablando de investigaciones científicas, académicas, fuentes oficiales de datos públicos, o los medios de comunicación. Los medios tienen departamentos de prensa, representantes legales que están vigilados por leyes, incluso en el caso de la televisión, por organismos como el Consejo

Nacional de Televisión.

Además de cuerpos editoriales...

Es decir, hay una responsabilidad tanto editorial como legal detrás del trabajo que hacen los medios de comunicación formales. Son fuentes de información muy útiles para estos modelos. No estamos negando la existencia de la tecnología, pero ellos también necesitan de este contenido de buena calidad para poder alimentarse. Entonces, la manera más honesta de transparentar esa relación es que ellos reconozcan el uso de este contenido, que tengan que pagar por las licencias, por las autorizaciones para usar cierto contenido y que, en el fondo, se remunere al creador original. Hay un esfuerzo y hay un gasto que tiene que ser retribuido de alguna manera y

estos modelos utilizan esa información.

¿Cuáles son los puntos principales de la demanda que días atrás presentaron cinco canales de televisión chilenos contra Google?

Eso también tiene que ver con estas tecnologías. En el caso de la empresa Google, nosotros estamos hablando de la inteligencia artificial, pero también de YouTube, también del motor de búsqueda que utilizan los contenidos de terceros, en este caso los canales de televisión, y no generan una remuneración adecuada por ese uso. Google es parte de todos los eslabones de la cadena. Creemos que esa posición dominante que Google tiene en el mercado de la publicidad digital le ha permitido abusar de ella en perjuicio, en este caso, de los canales de televisión, pero también de otros medios, como La Tercera. De hecho, hace más de dos años presentó también una demanda por argumentos similares en contra de Google.

¿Qué casos fuera de Chile han estado observando?

En Australia y en Canadá, por la vía de la legislación, se terminó obligando a estas empresas a pagar por un modelo de compensación a los medios de comunicación. En España, una agrupación de medios presentó una demanda y hasta ahora las primeras instancias del fallo han ganado la demanda en contra de Google. Pero el caso más paradigmático es que el Departamento de Justicia de Estados Unidos presentó una demanda contra Google por haberse constituido como monopolio ilegal en este mercado de la publicidad digital. Y esa demanda en el fallo de primera instancia le dio la razón. ●

