Economía Digital inspira el 11° Taller Internacional de Regulación de la CRC

Relatoría

Fecha: 29/08/2016

Hora: 10:00a.m.

Tema: Reglas de la neutralidad de la red para la Economía Digital

Panelista: Barbara Van Schewick

La presentación se realizó en cuatro pasos: Antecedentes, criterios para evaluar reglas de neutralidad, cuales son las reglas, y Zero Rating a continuación los mensajes más importantes de cada uno.

1. Antecedentes

Mediante una descripción de lo que es la neutralidad de la red, se explicó que al principio la red no diferenciaba el contenido de las aplicaciones, pero hoy en día los proveedores de Internet pueden identificar y diferenciar las aplicaciones del contenido. Las reglas de neutralidad buscan limitar la posibilidad de que los ISP interfieran en el acceso a contenidos y/o aplicaciones.

2. Criterios para evaluar las reglas de neutralidad de la red.

La panelista en esta sección de la presentación realiza una descripción de su libro relacionado con esta temática, llegando a las siguientes conclusiones:

- Los innovadores deciden de manera independiente
- Cuando una nueva aplicación surge, la red no debería cambiar para detectarla y tomar acciones sobre la misma
- El innovador no debería pedir permiso para poder sacar adelante su idea
- La única persona que debe estar segura de que tuvo una buena idea es el innovador que desarrolla la aplicación.
- El usuario debe poder elegir si accede a la aplicación o no.

Luego de esta intervención, la expositora describe la manera cómo debe darse el desarrollo de la aplicación innovadora, de modo que permita tener ganancias que incentiven tal innovación.

Hoy las redes pueden controlar el acceso al contenido y/o aplicación. Los ISP pueden tener múltiples incentivos para implementar controles (pueden que no les guste el contenido y que les afecte su mercado, entre otros). Un innovador decide innovar si los beneficios son mayores que los costos.

Para finalizar esta sección de la presentación se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Quién decide este éxito?
- ¿Los usuarios o los proveedores de Internet?

Es importante hacer la diferenciación para entender la problemática. Por ejemplo, en Europa no se podía acceder a Skype desde el terminal móvil hasta que una ley prohibió la restricción de acceder a esta aplicación. Pero definitivamente es necesario que el usuario pueda acceder al contenido para así determinar el grado de éxito de la aplicación; por ello las redes no pueden aplicar ningún tipo de control para acceder a los contenidos y/o aplicaciones.

3. Reglas

El desarrollo de reglas asociadas a la Neutralidad de Red debe abordar tres aspectos:

- Bloqueo
- Discriminación (alternativa al bloqueo para desincentivar el uso de aplicaciones)
- Límites al cobro por el acceso a las aplicaciones (en tiempos de congestión los operadores pueden asignar ancho de banda a sus usuarios según lo que cada usuario haya pagado).

Lo que tradicionalmente se ha aplicado para contrarrestar el bloqueo y/o la discriminación, es prohibir este tipo de prácticas. El límite al cobro (política de uso justo) también puede ser una manera de discriminar el acceso a contenidos, y a su vez generar tratamiento preferencial a quien tenga mejor capacidad de pago. Si se permite la diferenciación en precios, aquellos innovadores de bajo presupuesto que no puedan acceder a los fastlanes, no tendrán las mismas oportunidades, lo que se traduce en que sus contenidos y/o aplicaciones no podrán ser consumidos masivamente, afectando de manera negativa el desarrollo del ecosistema.

4. Zero Rating

No es una discriminación desde el punto de vista técnico. Consiste en excluir aplicaciones de los topes de consumo y/o tarifarios. Limita de manera directa la elección del usuario. Tiene un efecto muy poderoso en el comportamiento de los usuarios. 61% de los usuarios deciden consumir el contenido de Zero Rating.

Se hace una descripción de cuatro formas de Zero Rating:

- Zero rating a cambio del pago de un proveedor de contenidos y aplicaciones.
- Cuando se hace ZR a algunas aplicaciones (y a otras no). Este sería el caso de Colombia, y podría distorsionar la competencia entre aplicaciones, por lo cual no es adecuado. Debe ser prohibido en un régimen de neutralidad.
- Pueden destruir la competencia y afectar la innovación (ejemplo programa de música gratis de T-Mobile).

- Cuando todo acuerdo de ZR es abierto y no genere discriminación alguna de tráfico bien sea respecto de su origen o contenido.

Al final, todos estos planes afectan la innovación sin tener que pedir permiso (de manera independiente). Sin embargo, acepta que para las formas de zero rating de todas las aplicaciones en una clase que no involucra pagos a los proveedores de contenidos y aplicaciones, se pueda analizar sus efectos bajo una perspectiva de caso a caso.

Conclusión

Hay algunas formas de neutralidad para Zero Rating. Un regulador amigable con la neutralidad debe actualizar su marco normativo en relación con Zero Rating.

Preguntas

Pregunta 1: Que debe hacerse con el caso de los proveedores de contenidos que no pagan impuestos?
Respuesta: Es independiente a la situación de neutralidad. Debe ajustarse el sistema tributario.

Pregunta 2: Qué tanto se aplica el punto de vista expuesto, a la realidad de países en vía de desarrollo, en donde el mercado se comporta de manera diferente?
Respuesta: La charla inició dando una idea general. Sin embargo, para hablar de países en vía de desarrollo, hay que pensar en ser justos y aplicar las mismas reglas que se usan en países de Europa. Debe darse a todos, las mismas oportunidades para participar en la Economía, sin que se generen discriminaciones.

Pregunta 3: Cree Usted que Zero Rating es algo que debe revisarse bajo la regla general de conducta?
Respuesta: Tener y permitir Zero Rating para un mismo grupo de aplicaciones sin pago es menos lesivo, pero igual afecta la competencia, por lo que no lo permitiría. Lo mejor sería eliminar completamente la posibilidad de generar ofertas de Zero Rating, pero si esto no es posible, debe revisarse caso a caso el comportamiento del mercado en cada país para determinar la regla que mejor contribuya al desarrollo del Sector.