

Convergencia periférica (<http://papel.revistafibra.info/convergencia-periferica/>)

Los actores subalternos del mercado info-comunicacional, su importancia y la profundización de condiciones asimétricas.

POR DANIELA MONJE, EZEQUIEL RIVERO Y JUAN MARTÍN ZANOTTI (*)

@nanumon, @skielrivero, @jmartinzanotti

El sector info-comunicacional constituye un espacio de poder que ha logrado blindarse de un modo eficiente a lo largo de su historia y en las diferentes ramas que lo integran, en parte favorecido por legislaciones y políticas que aseguran el libre albedrío para unos y el acceso restringido o directamente vedado para otros. Por este motivo es también territorio de disputas por la palabra y los sentidos construidos socialmente, y demanda la revisión de definiciones acerca de los límites al ejercicio de los derechos a la comunicación en el siglo 21. En tanto tal, es profundamente político.

En Argentina las asimetrías de origen entre los diferentes actores que han buscado participar del sector son históricas y se han consolidado con los años. Precisamente sobre esta cuestión y específicamente en relación al audiovisual, trabajó la ley 26 522/09, generando, por una parte, mecanismos destinados a limitar la concentración de la propiedad y resguardando, por otra, el acceso de sectores invisibilizados o menguados por legislaciones anteriores, tales como el sector público y el sector no lucrativo en su amplia diversidad. Sin embargo, luego del desguace de esta legislación a partir de diciembre de 2015, las bases de trabajo alcanzadas en 2009 se licuaron. Con el estandarte de la convergencia y el

mejoramiento de la competencia, el gobierno nacional impulsó una serie de medidas que alteraron los límites a la concentración que se habían fijado con la legislación anterior, facilitó negocios puntuales a los grandes actores, vulneró las conquistas de los emergentes, sin que nada de lo anterior se tradujera en beneficios concretos para las audiencias y usuarios.



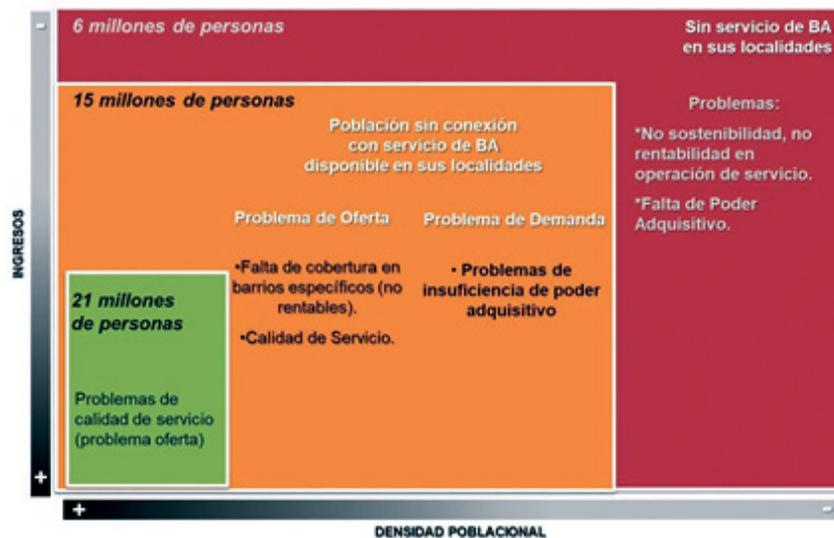
Los márgenes de la convergencia

Comprender la Convergencia Digital (CD) como un proceso de innovación tecnológica es ciertamente limitado. Y pese a que en declaraciones y principios difundidos desde las áreas de gobierno creadas para el diseño de un proyecto de ley convergente se citan referencias vinculadas a derechos humanos, lo cierto es que en la práctica el plexo normativo que reforma y altera las reglas de juego para el sector audiovisual y de las telecomunicaciones sólo ha enfocado en el cambio tecnológico y en el fortalecimiento de los mercados concentrados.

La definición de convergencia no es unívoca. Alude, por un lado, a la posibilidad de que distintos servicios se integren en paquetes y ofrezcan a través de una misma infraestructura. Por otro, a la posibilidad de que un mismo servicio funcione en distintas plataformas y dispositivos. Se habla también de convergencia regulatoria para referirse a la eventualidad de que un mismo marco legal reúna las demandas normativas del sector audiovisual y de las telecomunicaciones. No obstante, la convergencia es más que una mera situación o contexto posibilitado por el avance tecnológico y el levantamiento de las tradicionales barreras técnicas que mantenían separadas la

industria de los medios y de las telecomunicaciones.

Representa en cambio un nudo problemático en sí mismo no solo por su carácter polisémico, sino porque involucra a una multiplicidad de actores con características muy distintas entre sí, que participan de un juego perverso en el que las reglas, so pretexto de estimular la competencia, consolidan la desigualdad.



Los análisis de la convergencia info-comunicacional en general hacen foco en los grandes jugadores, los que por volumen y capital tienen más capacidad de desarrollo en el mercado, de este modo el concepto se vincula a los crecientes procesos de centralización del capital y concentración de la propiedad. Este núcleo problemático que es excluyente para pensar los procesos de introducción de innovaciones, resulta sin embargo insuficiente para reflexionar sobre las periferias del sistema. Es decir sobre las zonas subalternizadas tanto por el mercado como por las políticas públicas. Hacer parte a los que no tienen parte, como señala Rancière en "El desacuerdo", implica necesariamente recuperar el sentido político de la desigualdad y de la exclusión no sólo para describirlas sino para ponerlas en crisis. Las políticas sobre CD no toman como punto de partida estos lugares. Sus ejes por el contrario, pivotan desde centros consolidados y cada vez más fortalecidos, mientras las periferias del sistema info-comunicacional son segregadas a una zona de mayor vulnerabilidad.

La actual lógica de desarrollo tecnocrático impide leer los problemas de transformación tecnológica desde perspectivas socio-culturales complejas, y haciendo foco en los ciudadanos,

los usuarios o consumidores, los públicos o audiencias. Las preguntas que no se hacen sin embargo permanecen en el aire: ¿Cambio tecnológico para qué? ¿Para quiénes? ¿Con quiénes? ¿Para qué sociedad?

Proponemos pensar a los actores info-comunicacionales subalternizados a partir de una categoría conjetural, que denominamos "convergencia periférica". Este concepto aún en construcción permite reflexionar acerca del modo en que actores subalternos —es decir vinculados a una relación de poder asimétrica— ejercen disputas hegemónicas. Habilita además el análisis de una amplia gama de actores que crecen desde las márgenes, que proponen otros modos de hacer y de subsistir, instituyen agendas alternativas y realizan trabajos comunitarios esenciales para el desarrollo de un sistema democrático. En esta línea entendemos que su desarrollo y fortalecimiento requiere resguardos especiales y una atención por parte del Estado en términos de interés público.

Las lecturas que se realizan desde la política como desde la academia no terminan de reparar completamente en estos jugadores que, aun siendo marginales o pequeños, tienen una acción significativa a la cual se debe atender y proteger. El concepto de convergencia periférica también necesita leerse en relación a lo que se conoce como regulación asimétrica, que es un reclamo del sector PyME, cooperativo y no lucrativo en su conjunto.

Infraestructura de conectividad

La mayor parte de las cientos de cooperativas y PyMEs que conforman el sector periférico info-comunicacional prestan servicios en localidades de baja densidad poblacional, distantes de los grandes centros urbanos y con bajo atractivo comercial para las empresas incumbentes. En estos mercados el desarrollo de infraestructura mayorista y minorista ha sido tardío y deficiente, por lo que variables como la disponibilidad, calidad y asequibilidad de los servicios deben leerse en clave de derechos de las audiencias y usuarios, en la medida que pueden conformar una inhibición del acceso por vías indirectas.

Según datos de ENaCom de 2017, hay en Argentina 6 millones

de

per

son

as

sin

ser

vici

o

de

ban

da

anc

ha

en

sus

loc

alidades, debido a la falta de oferta por escasa rentabilidad o

bajo poder adquisitivo. Se trata de localidades donde el

desarrollo de infraestructura no existe o es limitado. Otros 15

millones de personas viven en localidades donde el servicio de

banda ancha está disponible pero el acceso es limitado por

diversos problemas: falta de cobertura en ciertos barrios;

calidad deficiente o poder adquisitivo insuficiente. Los 21

millones de personas restantes están conectadas a servicios

de banda ancha en sus hogares, pero con persistentes

problemas de calidad, en particular en pequeñas localidades.

En el caso de este último grupo se trata específicamente de un

problema vinculado a la oferta ante una demanda de ancho de

banda en aumento, a partir de la adopción creciente de

servicios y aplicaciones como las plataformas VOD OTT.

En suma, las asimetrías y fracturas geográficas de nuestro

país tienen su correlato en la oferta, demanda, calidad y

asequibilidad de los servicios de conectividad, especialmente

en aquellas zonas de menor población. El 82% de las

localidades de menos de 10 mil habitantes y el 66% de las

localidades de más de 10 mil habitantes acceden a conexiones

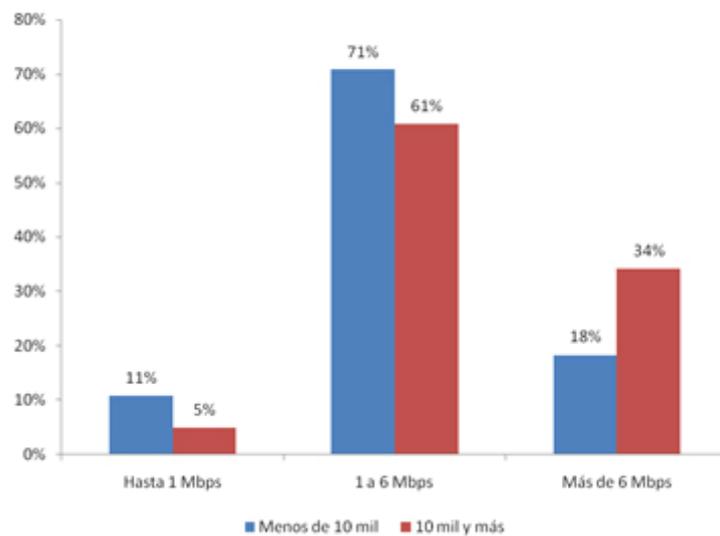
de entre 1 y 6 Mbps. En este contexto, según informa

ENaCom, el Estado vuelca recursos del Fondo del Servicio

Universal (FSU) a través de distintos instrumentos para

estimular la oferta mayorista, minorista y la demanda, con el

Porcentaje de accesos a Internet según tamaño de localidad



objetivo de universalizar el acceso. No obstante, la conectividad de última milla en relación a las comunidades más alejadas permanece como un tema no resuelto.

Las políticas tarifarias

A partir del DNU 267/15 el Ejecutivo derogó el "abono social" para la TV por suscripción y limitó las posibilidades del Estado para intervenir en la fijación de tarifas a los licenciatarios audiovisuales y TIC. En efecto, la fijación de los costos para acceder a contenidos diversos y conectividad quedó librada a la discrecionalidad del "mercado". Según estimaciones realizadas por Diego Rossi (2018) la "canasta básica de consumos de información y comunicación" se ubicaba en abril de este año en \$2300, integrada por "abonos de TV por suscripción, pack fútbol, Internet y dos líneas de telefonía móvil por grupo familiar" (Rossi, 2018). Según cifras oficiales del INDEC que recupera este investigador, la suba de la inflación interanual registrada al mes de marzo fue de +25,4%, mientras que en el rubro "comunicación" el incremento era todavía mayor y se ubicaba en +32,6%. Entre los hogares de menores recursos, más sensibles a la variable precio, este tipo de movimientos representa una restricción a su capacidad de acceso.

Ante este panorama, algunos actores, entre ellos el sector cooperativo, están generando sistemas tarifarios diferenciados en sus localidades de influencia que, en muchos casos, son inferiores a los que ofrecen los grandes proveedores.



Como se observa, en el caso de TV de pago el promedio del abono no supera los \$ 350, si se añade algún pack con señales HD oscila entre \$ 550 y \$600. Algunas cooperativas ofrecen además banda ancha domiciliaria también a un menor costo que los grandes proveedores. Un caso paradigmático es la Cooperativa Popular Eléctrica (CPE) de Santa Rosa, La Pampa, —una de las pocas que presta servicios en una capital de provincia—, que obligó a su competidor directo, Cablevisión-Fibertel, a bajar sus precios al consumidor final en relación a la oferta que mantiene en otras localidades donde opera sin competencia.

Por otra parte, algunas Sociedades Anónimas con Participación Estatal Mayoritaria (SAPEM), también se sumaron en los últimos años como prestadores de servicios de conectividad. “Las provincias de La Rioja, Chaco y Formosa fueron las primeras en conformar los fideicomisos en 2011 y definieron tres modelos distintos para brindar servicios (...) cada una con un foco principal: prestador minorista de servicios triple play, operador mayorista para promover el desarrollo de PyMEs locales y proveedor de conectividad de organismos públicos, respectivamente” (Baladrón, 2017: 129). El caso de La Rioja reviste particular interés porque, bajo la marca “Internet para todos”, se constituyó como un prestador minorista de servicios triple play que, a 2016 ya había capturado el 60,5% del mercado de banda ancha en esa provincia, con una oferta sustancialmente más accesible que la de Arnet, su competidor directo.

Cooperativa	Pvcía	TV Paga		Internet (MB)
Cooperativa de Villa del Rosario	Córdoba	\$330 (analógico)	\$580 (digital)	\$300 (5 MB); \$739 (12 MB)
Cooperativa de Santiago Temple	Córdoba	\$250 (analógico)	\$550 (digital)	\$330 (4 MB)
Cooperativa de General Pico	La Pampa	\$350 (digital 81 SD + 3 HD)		\$440 (3 MB); \$750 (10 MB)
Cooperativa Popular Eléctrica (CPE) de Santa Rosa	La Pampa	\$287 (digital 100 SD) + \$128 30 HD		\$318 (6 MB); \$730 (30 MB)
Cooperativa de General Levalle	Córdoba	\$348 (70 SD)	\$748 (packs HD)	\$281 (6 MB); \$643 (12 MB)
Cooperativa de Justiniano Poss	Córdoba	\$430 (76 SD)	\$780 (packs HD)	\$570 (6 MB); \$1580 (30 MB)
Cooperativa de Villa Huidobro	Córdoba	\$446 (56 señales)		\$400 (3 MB)
Cooperativa de Colonia Caroya y Jesús María	Córdoba	\$300 (básico)	\$365 (HD Fibra)	\$595 (3 MB Cobre); \$662 (10 MB Fibra)
Cooperativa de Uchacha	Córdoba	\$550 (básico)	\$918 (full HD)	\$360 (4 MB); \$1400 (30 MB)
Cooperativa de Rojas	Bs. As.	\$379		\$560 (6 MB híbrido);
Cooperativa de Río Tercero	Córdoba	\$299 (85 SD + 3 HD)	2 STBs \$ 388	\$655 (20 MB)
Cooperativa de Morteros	Córdoba	\$555 (155 HD)		\$630 (10 MB)
Cooperativa de Hernando	Córdoba	\$420 (75 SD)	\$660 (HD digital)	\$260 (3 MB); \$385 (6 MB)
Cooperativa de Pigüé	Bs. As.	\$525 (55 señales)	\$900 o \$1114 (HD full + packs)	\$526 (6 MB); \$1750 (20 MG)
Cooperativa de Soto	Córdoba	\$508 (60 señales)		
Cooperativa de Arroyito	Córdoba	\$229 + IVA (básico)	\$346 (HD)	\$254 (6 MB); \$343 (9 MB) Más impuestos
Cooperativa de Del Viso	Bs. As.			\$445 (10 MB); \$990 (50 MB Fibra)
Cooperativa de Pinamar	Bs. As.	\$639 (socios sin banda Ancha) \$592 (socios con banda ancha) 88 SD + 3 HD	Más \$ 121 agrega 31 señales HD	\$416 (3 MB); \$549 (10 MB)
Cooperativa de Tres Arroyos	Bs. As.	\$465 (84 canales SD y HD)	\$396 jubilados	\$640 (6 MB); \$695 (10 MB)
Cooperativa de Luque	Córdoba	\$345 (+65 señales analógicas)	\$530 (+65 señales analógicas; +50 señales HD; +35 señales digitales)	
Cooperativa de Villa Gobernador Gálvez	Santa Fe	\$ 439 (101 canales: 5 señales HD + 85 señales SD y radios)	\$629 (al básico se suman 42 señales HD + 4 señales HD Premium). \$988 (168 canales HD + SD)	

Los unos y los otros

En el actual escenario de inédita concentración en el mercado info-comunicacional, entendemos que no es posible garantizar el pleno ejercicio del derecho a la comunicación si no se considera la necesidad de regulaciones asimétricas que atiendan las diferencias constitutivas de un sector ampliado que ya no puede leerse sólo desde la radiodifusión tradicional. En efecto, la disputa se ha desplazado hacia el espectro móvil en virtud de las posibilidades de comunicación y servicios convergentes que hace posible el desarrollo tecnológico disponible.

Pero la disputa no solo es desigual si no que ha sido explícitamente orientada a favorecer a un tipo de actor en desmedro de otros. Así, los principales jugadores han conseguido en estos últimos años una regulación hecha a medida, decretos de necesidad y urgencia, resoluciones, autorización de fusiones y hasta un conveniente proyecto de "ley corta", mientras que los actores públicos y no lucrativos han visto vulnerados y menguados sus más elementales derechos y sus exiguas conquistas.

Con el imperativo de la convergencia el gobierno creó a pocos meses de asumir una Comisión Redactora de un proyecto de ley de comunicaciones convergentes, que no solo actuó con dilaciones e ineficiencia, sino que además no ha llegado a presentar públicamente más que un listado de principios que debería incluir la futura normativa, y que ni el propio gobierno respeta en sus espasmódicas regulaciones.

Las cooperativas y PyME son actores que han venido cubriendo un déficit de la estructuración del sector de las comunicaciones, con resultados exitosos en términos de inclusión, cobertura, participación social y servicios de alta calidad. Sin embargo, permanecer en el mercado requiere de principios de regulación asimétrica que permitan condiciones justas de protección y refuerzo de las economías locales y solidarias. Es fundamental el apoyo político y económico del estado materializado en regulaciones que permitan la inserción y sustentabilidad de los actores de la economía social y solidaria en el espacio público info-comunicacional.

El sector no lucrativo y la sociedad civil organizada, ha realizado un trabajo arduo de elaboración de documentos que diagnostican las necesidades de cada sector y realizan propuestas concretas en clave de derechos. Desde los nuevos 21 puntos de la Coalición por una Comunicación Democrática de 2016 (<https://bit.ly/22moNh3>), hasta documentos elaborados por el sector cooperativo y PyME muestran que hay conocimiento, diagnóstico y propuestas concretas (<https://bit.ly/2sOSjCa>), lo que no hay, en cambio, es voluntad política de implementarlos.

Entre otras demandas, el sector cooperativo y PyME ha solicitado políticas del Estado para evitar abuso de posición dominante, políticas de acceso, promoción y fomento a la producción federal. De esto se trata la regulación asimétrica: de un tipo de acción estatal que entiende las políticas en clave de diferencias, de diversidades y que puede proteger, promover y fomentar el crecimiento de actores de pequeña escala con economías acotadas, que en algunos casos resuelven sus objetivos en el lucro, y en otros en proyectos colectivos de carácter cooperativo, comunitario, popular o alternativo. La propuesta del sector es la de un sistema de

políticas públicas de comunicación para la convergencia que entienda las diferencias como derechos a resguardar y no como escollos a invisibilizar y dejar morir.

Referencias

- Baladrón, M. (2017) El Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada (2010-2015) en el marco de las políticas públicas de universalización del acceso a Internet. Tesis de Maestría. Disponible en [https \(https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788\)://](https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788)
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>ridaa
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>,
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>unq
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>,
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>edu
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>,
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>ar
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788/>
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>handle
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788/20.500.11807/788>
<https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/788>
- Rossi, D. (2018) Tarifa(z)os comunicacionales. 25/04/2018. Página/12. La Ventana. Disponible en [https](https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales)
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>://
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>www
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>,
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>pagina
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>12,
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>com
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>,
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>ar
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales/110538->
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>tarifa
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>-
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>zo
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>-
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>s
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>-
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>comunicacionales
<https://www.pagina12.com.ar/110538-tarifa-zo-s-comunicacionales>

© Copyright