

Convergencia infocomunicacional: niveles de análisis de un proceso inconcluso



Becerra, Martín

 **Martín Becerra** aracabecerra@gmail.com
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas
y Técnicas – CONICET. Universidad Nacional de
Quilmes, Argentina

Intersecciones en Comunicación

Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires,
Argentina
ISSN-e: 2250-4184
Periodicidad: Semestral
vol. 1, núm. 18, 2024
intercom@soc.unicen.edu.ar

Recepción: 31 Marzo 2024
Aprobación: 20 Mayo 2024

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/216/2164872010/>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: La evolución contemporánea de las actividades de información y comunicación suele aludirse con el término “convergencia”. Con ello se designa la imbricación de las industrias de medios de comunicación, telecomunicaciones e Internet y la mutación de sus usos y consumos sociales. El presente artículo examina y problematiza la convergencia como noción, brinda información sobre cuándo y por qué comenzó a utilizarse, y reflexiona sobre su utilidad analítica en el marco del proceso inconcluso de transformación digital de las comunicaciones. El texto realiza una propuesta de desagregación conceptual de la convergencia en diferentes niveles (tecnologías y plataformas de red; alianzas y fusiones empresariales e industriales; servicios; dispositivos de consumo masivo; modos de acceso; política y regulaciones; y puesta en circulación social significativa) que enfatiza el carácter social e histórico de las tecnologías.

Palabras clave: Convergencia – Tecnologías de la información y la comunicación – Entornos digitales – Infocomunicación.

Abstract: The contemporary evolution of information and communication activities is often called “convergence.” This designates the interweaving of the media, telecommunications and Internet industries and the mutation of their social uses and consumption. This article examines and problematizes the notion of convergence, provides information on when and why it began to be used, and reflects on its analytical usefulness within the framework of the unfinished process of digital transformation of communications. The text makes a proposal for conceptual disaggregation of convergence at different levels (network technologies and platforms; business and industrial alliances and mergers; services; mass consumption devices; modes of access; policies and regulations; and significant social circulation) that emphasizes social and historical aspects of technologies.

Keywords: Convergence – Information and communication technologies – Digital environments – Infocommunication.

GENEALOGÍA Y PRIMEROS APORTES SOBRE LA CONVERGENCIA

La convergencia de las actividades de información y comunicación (en adelante, actividades infocomunicacionales^[1]) resume, al igual que las nociones de “revolución digital”, “redes sociales” o “capitalismo de plataformas” o

“inteligencia artificial”, una multiplicidad de significados. Ello se debe a que aluden a procesos y escenarios que, concebidos en las últimas décadas del siglo XX y profundizados en escala, crecieron en volumen y aceleraron su velocidad en este siglo XXI. Si hablar de “convergencia” a fines del siglo pasado era complicado porque se trataba de un concepto inasible para la experiencia directa de la mayoría de la población, entrada ya la tercera década del siglo XXI la dificultad es la opuesta: designa tantas “cosas” y prácticas que, ante la multiplicación de referentes empíricos variopintos susceptibles de ser nombrados como ejemplos, puede tornarse una noción imprecisa.

Convergencia y revolución digital son, además, conceptos directamente relacionados entre sí: hay convergencia porque se produjo una revolución digital que ha sido, además, partera de las actuales plataformas y redes sociodigitales. Estas últimas son, a su vez, una representación adaptada de las redes sociales, es decir, de las relaciones de socialización (familia, amistades, compañeros de estudio, colegas de trabajo, entre otros vínculos y actividades sociales) a los entornos digitales que contienen gran parte de los intercambios comunicativos no presenciales en las sociedades contemporáneas.

La idea de la convergencia fue acuñada como corolario del salto tecnológico que fue integrando, progresivamente, aspectos de los esquemas productivos de las industrias infocomunicacionales y su más amplia puesta en circulación social.

La posibilidad de concretar niveles de convergencia entre las industrias infocomunicacionales más trascendentes -las telecomunicaciones, Internet y el audiovisual-, representó el reto de revertir la lógica que ha guiado el crecimiento de estas industrias antes de la década de 1970. La apertura al uso civil y comercial de Internet en 1993^[2] y su posterior masificación colaboraron en la aceleración y, sobre todo, en la masificación del proceso convergente.

En efecto, las actividades infocomunicacionales habían tenido un nacimiento y una lógica de desarrollo diferenciada o divergente a lo largo de los siglos XIX y XX. Autores como Flichy (1993), Williams (1992), Zallo (2011), Mattelart (1998), Garnham (1996), Breton (1989) y Wolton (1992) han documentado esa evolución “divergente” de la radio y la televisión, la telefonía y la informática. Cada una de estas industrias se consolidó sin tender puentes con las demás. Sus características principales eran el desarrollo de un servicio (comunicaciones interpersonales remotas a través de una red física en el caso de la telefonía; disseminación de contenidos de entretenimiento, noticias y opiniones producidos centralizadamente y distribuidos a través del éter en el caso de la radio -sonidos- y de la televisión -sonidos e imágenes en movimiento-) distribuido a través de una red que sólo servía a ese fin y que requería, para su funcionamiento, del conocimiento especializado de profesionales en ese rubro.

¿Por qué entonces se invirtió aquella lógica divergente por una convergente a partir de las décadas de 1970 y 1980? ¿Qué incluyen y cómo se realizan los procesos de convergencia?

El ideal convergente enarbola la homogeneización de los soportes, productos, lógicas de emisión y consumo de las actividades y ramas infocomunicacionales, incluidas, además de las tres mencionadas, la industria musical, la cinematográfica y la editorial impresa (gráfica).

En los hechos, los grupos infocomunicacionales y plataformas digitales operan hoy gracias a la posibilidad de imbricación de tecnologías, culturas y tradiciones

de producción y procesamiento informativo y de entretenimientos, distribución, comercialización y consumo que estuvieron, antes, separados. Un ejemplo mundialmente reconocido por ello es el grupo Disney, que integra una larga experiencia en la fase analógica de las industrias de entretenimiento masivo y que se ha reconvertido en uno de los protagonistas de la producción y distribución de contenidos audiovisuales en *streaming*, aprovechando muchos vectores de la digitalización en curso.

A la vez, el desempeño de estos actores corporativos ilustra, mediante transacciones vertiginosas y multimillonarias, las esperanzas depositadas en los horizontes convergentes. Las fusiones y concentraciones de la propiedad de conglomerados mediáticos, de telecomunicaciones y de Internet oran en el altar de la convergencia del que habla Jenkins en su clásico *Convergence Culture* de 2006.

Jenkins aborda la convergencia desde una perspectiva centrada en la confluencia de discursos (escritos, audiovisuales) en distintas plataformas y en las dinámicas que su apropiación sociocultural va generando. Desde la perspectiva sociocultural, también García Canclini (2004) y Orozco y Miller (2017), entre otros, realizan importantes contribuciones.

Otros autores, como Castells (2009) o Srnicek (2018) enfocan las transformaciones estructurales que convergen en un nuevo tipo de capitalismo reestructurado por los procesos de digitalización convergente; hay quienes investigan la modificación de los procesos productivos y la concentración de las actividades infocomunicacionales en el contexto de la convergencia a escala global (Winseck y Jin (2011), Noam (2016), Zallo (2011), Iosifidis (2011) y también latinoamericana (Becerra y Mastrini (2017), Wholers (2008), así como sus consecuencias para el diseño de políticas culturales (Albornoz y García Leiva, 2019); y, por supuesto, los análisis sobre la naturaleza extractiva de datos personales y su uso por parte de los conglomerados que operan las grandes plataformas digitales (Fuchs, 2021) constituye, también, un punto de vista relacionado con la convergencia Zuboff (2020). En términos conceptuales, como expresa Bizberge (2017), la convergencia suscita miradas diversas y no siempre armónicas.

La genealogía del concepto en su acepción actual conduce a Ithiel De Sola Pool (1983) quien, recién iniciada la década de 1980, celebró la “convergencia de modos” de comunicación como efecto de la intervención de las tecnologías digitales (entonces “nuevas” tecnologías), lo que preanunciaba la superación de las fronteras que habían estructurado el desarrollo de los medios hasta entonces (De Sola Pool, 1983). Como señala Miller (2011), el núcleo de la convergencia es que todas las formas y contenidos de los medios son almacenados y distribuidos a través de redes y con formatos intercambiables.

NIVELES DE CONVERGENCIA: UNA DESAGREGACIÓN ANALÍTICA

Inicialmente tecnológica, la noción de convergencia supone impactos en escenarios relacionados con las culturas de producción, las formas de organización, los procesos y rutinas de trabajo, la intervención editorial, el archivo y almacenamiento de datos y contenidos, su tratamiento y procesamiento, los circuitos de distribución, comercialización y exhibición, las políticas regulatorias

y de control, la estructuración de sectores y mercados de actividades, y las lógicas de acceso, uso y consumo de los bienes y servicios infocomunicacionales.

Como señalan Peil y Spaviero (2017), en los estudios sobre comunicación y medios, la convergencia se utiliza para describir un amplio margen de diferentes desarrollos y transformaciones a nivel tecnológico, industrial, cultural, social, espacial y político. La convergencia indica un movimiento de coordinación o unión, un proceso que termina en un mismo punto, una unión de cosas que antes se encontraban separadas (Meikle y Young, 2011).

Así concebida, la convergencia es un término que abarca distintos niveles susceptibles de ser identificados y discriminados analíticamente: la convergencia de índole tecnológico (en el sentido más instrumental de la expresión); la convergencia económica (alianzas, integraciones y concentración de grupos^[3]); la convergencia regulatoria y política; la convergencia de contenidos informativos, mediáticos y culturales; la convergencia de dispositivos de uso y consumo; la convergencia de redes de conectividad; la convergencia aplicaciones y servicios (de tipo corporativo y también dirigidos a usuarios individuales).

Ya en 1997, el Libro Verde *Sobre la convergencia de las telecomunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación* de la Comisión Europea (CE), planteaba dos definiciones distintas. La convergencia era, desde esta perspectiva:

- La capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares; o bien,

- La aproximación de dispositivos de consumo tales como el teléfono, la televisión y el ordenador personal (Comisión Europea, 1997:1).

Un trabajo que el autor del presente publicó en la Revista Zer el año 2000 (Becerra, 2000) analizaba el proceso de convergencia y, en relación a las definiciones de la CE, reconocía que la segunda de ellas gozaba de mayor aceptación, ya que, además de ser más fácilmente comprensible, “posee el interés añadido de evocar la lucha por el control de los mercados futuros entre las industrias de informática, telecomunicaciones y radiodifusión” (Comisión Europea, 1997b:1). En efecto, la invención de un “superdispositivo” capaz de integrar las características de la tv, la radio, la computadora y el teléfono es lo que operó vulgarmente como representación más difundida de la convergencia.

No obstante, la primera definición era, en aquel entonces, más apropiada. La misma refiere a la cualidad de que un mismo servicio funcione a través de distintas plataformas (algunos de estos servicios pueden ser sustitutos disruptivos, como WhatsApp respecto del SMS); a la situación en la que diferentes tipos de redes que adoptan una misma plataforma (el hogar como centro de reunión de dispositivos diferentes conectados a banda ancha y WiFi); o a la posibilidad de que diferentes servicios/plataformas se integren dentro del mismo paquete o plataforma (*triple-play*; *n-play*, pasando por TikTok como plataforma que reúne servicios de registro, edición, subida, distribución online y descarga de videos, mensajería, buscador, etcétera).

La convergencia realmente existente, la que tiene lugar en las tres últimas décadas de modo perceptible por parte de usuarios y consumidores, también alude a la unificación de soportes de producción o distribución (que no son análogos) que mencionaba tempranamente el citado Libro Verde de la CE.

La importancia de la definición de este concepto no es meramente analítica. Las diferentes nociones de convergencia operan como percutoras de distintos posicionamientos políticos, legales y regulatorios, culturales y educativos, además de comerciales y productivos. Involucran a empresas operadoras de telecomunicaciones, a plataformas de Internet, a prestadores de televisión de pago, a productores de contenidos audiovisuales, musicales y de texto, a gobiernos y a organizaciones de la sociedad civil. Los niveles secundario y superior de educación formal, por su parte, revisan y cambian sus contenidos curriculares al calor de las transformaciones de los campos profesionales. En el caso de la comunicación, la evolución de planes de estudios centrados en prácticas periodísticas antes de la década de 1980, la institucionalización de los estudios de comunicación social a partir de ese momento y la más reciente expansión de propuestas formativas para especialistas en creación de contenidos, puede leerse como una adaptación a la progresiva convergencia del objeto de referencia del campo disciplinar.

No es, pues, algo secundario ni un ejercicio escolástico propio del ámbito universitario destinar tiempo a acordar qué tipo o tipos de convergencia se quiere regular con la política pública, o se quiere contener y potenciar con estrategias de tipo organizacional en un medio de comunicación.

Las tecnologías de información y comunicación son, esencialmente, relaciones sociales objetivadas en procesos que sistematizan algunas de sus experiencias y habilidades (Williams, 1992). Por ello, su puesta en circulación social y productiva impacta en la forma en que las personas y las sociedades realizan sus prácticas en todos los órdenes de la vida (socialización, producción, información, ocio y entretenimiento), condicionándolas.

Al tratar de procesos con gravitación social -es decir, no aislados de las dinámicas que los agentes sociales producen generan en su convivencia-, la convergencia involucra a actores sociales, económicos y políticos en su desarrollo. La construcción de la convergencia, que supone en muchos aspectos la consecuente alteración radical de tradiciones divergentes previas en las actividades infocomunicacionales, debe someterse también a las dinámicas de apropiación, usos y prácticas que realizan estos agentes.

Por su condición social (cultural, económica, política), los cambios tecnológicos son agregaciones históricas. Antes que como rupturas aisladas de las condiciones sociales e históricas en las cuales son concebidos (posición usualmente representada por el tecnodeterminismo), los saltos en tecnologías de la comunicación muestran una cualidad de “montaje”: la televisión precisó de una larga cadena de precedentes histórico-social-tecnológicos. En efecto, el “invento” de la tv se inscribe en una serie cuyo sumario, siguiendo a Williams (1996), como mínimo debe citar a la revolución industrial, las migraciones hacia las ciudades, la configuración de un estilo de vida urbano con sus instituciones rectoras, la electricidad, la telegrafía, la fotografía, la cinematografía, la radiotelegrafía, la radio *broadcasting*. Por supuesto, estas son algunas de las condiciones necesarias, que no agotan la explicación completa de por qué surge la televisión a partir de la década de 1930, pues habría que incorporar los procesos económicos, las motivaciones políticas y el ingenio de quienes protagonizaron la gestación de un nuevo medio.

Concebir como “montaje” los avances en tecnologías de información y comunicación permite comprender tanto sus antecedentes como la complejidad inherente a cada objeto y proceso, así se trate del smartphone, de una aplicación de *streaming* audiovisual, de las comunicaciones móviles de quinta o sexta generación (5G y 6G), las tecnologías de Inteligencia Artificial o de la imprenta de Johannes Gutenberg. La noción de “montaje” es útil también para examinar conjuntos de procesos, como es el caso de la convergencia.

Sobre la base que aporta el citado Libro Verde de la CE y la experiencia de los 25 años posteriores de evolución del ecosistema de comunicaciones, puede formularse el siguiente gráfico acerca de los niveles de la convergencia y sus distintos grados de cristalización:

En letras blancas sobre negro aquellos en donde el proceso convergente es más desarrollado; y en letras negras sobre gris aquellos donde se verifica parcialmente.

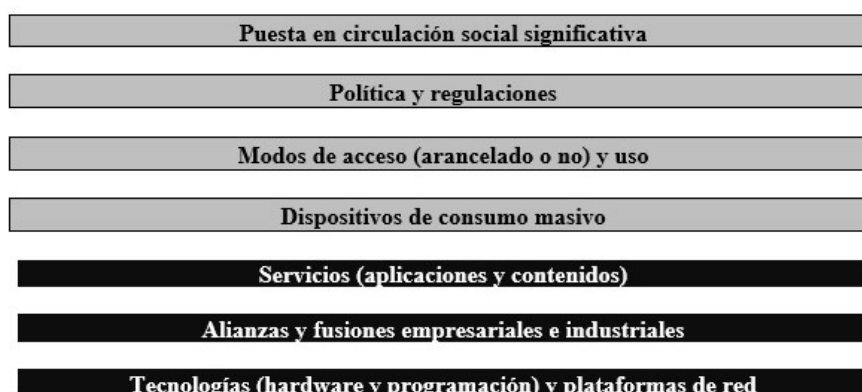


Gráfico 1

Niveles de la convergencia

Elaboración propia en base a Becerra (2000) y al Libro Verde sobre la convergencia de las telecomunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación (Comisión Europea: 1997) y a la experiencia de los últimos 25 años en las industrias infocomunicacionales.

La convergencia que involucra la integración de soportes, que facilita la digitalización, la reducción de todo mensaje a un código binario, la programación del software, la fabricación de dispositivos y artefactos de uso corporativo, doméstico y personal, y los servicios y aplicaciones gestados al calor de la revolución digital, así como la febril actividad en materia de fusiones, concentraciones y alianzas entre actores industriales permiten observar que en los tres niveles más bajos del Gráfico 1 hay una intensa actividad convergente en el último cuarto de siglo. No exenta de contratiempos (desarrollos que no prosperaron o que no fueron exitosos en términos de mercado, fusiones empresariales cuyos resultados fueron magros en relación a las expectativas que las originaron), esta actividad es perceptible y empíricamente comprobable en las últimas décadas.

Las alianzas y concentraciones suponen, en algunos casos, que el nuevo conglomerado estará en condiciones de controlar parcial o completamente los eslabones de producción, edición, transporte y comercialización de un mercado infocomunicacional (integración vertical) o que el nuevo conglomerado estará en condiciones de diversificar su actividad en un mismo eslabón de la cadena de producción de valor (concentración horizontal) incluso alentado por la

posibilidad de provocar sinergias tecnológicas que le permitan aprovechar o reciclar los productos destinados a un mercado en otro distinto (Becerra y Mastrini, 2017).

Sin embargo, en el resto de los niveles mencionados en el Gráfico 1 no existe todavía una actividad convergente tan plenamente avanzada, aunque en todos los casos es posible hallar ejemplos convergentes y casos de éxito en la unión de culturas anteriormente separadas, algo que no sucedía hace tan sólo una década.

En los niveles identificados en el gráfico correspondientes a políticas y en regulaciones; adopción de dispositivos de uso/consumo; prácticas sociales e individuales y en los intercambios comerciales de personas y organizaciones se registran prácticas y experiencias convergentes. El ejemplo más masivo y evidente de convergencia en todo el mundo es el de los dispositivos de comunicaciones móviles (teléfonos celulares). La masividad de los dispositivos móviles, no obstante, no excluye la preferencia de importantes grupos sociales por ver contenidos audiovisuales producidos por las industrias televisiva y cinematográfica en pantallas de televisores, así como la mayor comodidad de trabajar en computadoras personales o laptops cuando las personas tienen que producir trabajos largos que exigen visualización y edición de textos e imágenes.

De hecho, esos usos y habilidades complementan el proceso de convergencia en los sectores sociales que poseen mayor capital simbólico y que, por consiguiente, cuentan con mejores destrezas para operar diferentes dispositivos, comprender distintos lenguajes y resolver desafíos y problemas de índole diversa, es decir, instrumentales y conceptuales.

Como proceso inconcluso, Bernard Miège (en Becerra, 1998) señalaba en 1998 que la convergencia aún no podía conceptualizarse como resultado de un proceso irreversible. El tiempo le dio la razón: el artículo “*Media Convergence and Deconvergence*” de Corinna Peil y Sergio Sparviero (2017) utiliza el término “desconvergencia” acuñado por Dal Yong Jin en el libro *The Political Economies of Media The Transformation of the Global Media Industries*, publicado junto a Dwayne Winseck en 2011. Peil y Sparviero aluden con la desconvergencia a los procesos de diversificación y fragmentación de las actividades infocomunicacionales, así como también a las ambigüedades irresueltas que acompañan a la convergencia. Con la noción de desconvergencia, los autores se resisten, en la línea de Miège, a reconocer los cambios en curso como procesos lineales y conectados entre sí que llevan a soluciones siempre predecibles.

Como sucede con otros procesos sociales y tecnológicos, el abordaje analítico de la complejidad del proceso de convergencia habilita diferentes perspectivas. Para Peil y Sparviero, es posible organizar una síntesis conceptual con tres niveles que denominan macro, meso y micro. En el nivel macro ubican una serie de transformaciones socioculturales y económicas como la mercantilización, la globalización y las así llamadas desregulación y liberalización del mercado. Es lo que en el gráfico 1 corresponde a los dos niveles inferiores (Tecnologías y plataformas de red; y Fusiones empresariales e industriales). El surgimiento de grandes corporaciones de la economía digital se apoya no sólo en el proceso de concentración de la propiedad de medios, telecomunicaciones y empresas de Internet, sino que -según Peil y Sparviero- también impulsó cambios permanentes en las estructuras de mercado y en la dinámica del ecosistema infocomunicacional.

El siguiente nivel analítico propuesto por los autores es el que denominan “meso”, y que abarca los contenidos, sus géneros y formatos. Los modos diversos de producción y distribución de los discursos mediáticos refieren a este segundo nivel, que en el Gráfico 1 está representado por el tercer escalón desde abajo (Servicios (aplicaciones y contenidos). El proceso de convergencia es largo e iconoclasta. Así, por ejemplo, un factor decisivo en la metamorfosis del sistema de medios de comunicación en la Argentina desde la recuperación del régimen constitucional en 1983 fue el surgimiento incesante de nuevas plataformas de emisión. Primero fueron las radios FM, que desde 1980 modificaron el lenguaje radiofónico y segmentaron públicos y géneros (lo que los autores ubican en el nivel “meso”) y más adelante, señales de tv paga, sitios web en Internet, plataformas y redes sociodigitales. Las tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) aceleran y abren nuevos capítulos en este proceso.

Por último, el tercer nivel, denominado micro, refiere, según Peil y Sparviero, a las actividades de los usuarios en entornos de medios convergentes y recuerda una de las definiciones de Jenkins cuando en su clásico *Convergence culture* de 2006 identificaba que las audiencias son iconoclastas en el contexto de la convergencia, dado que están dispuestas a transgredir las fronteras clásicas de las actividades infocomunicaciones en busca de experiencias de entretenimiento. Este nivel se corresponde con el cuarto escalón (visto desde abajo) del Gráfico 1 (Modos de acceso -arancelado o no- y uso).

Comparando el Gráfico 1 con los tres niveles analíticos propuestos por Peil y Sparviero, hay dos campos, Políticas y regulaciones por un lado, y Dispositivos de consumo masivo por el otro, que se ubican en la intersección de los niveles macro y meso en el primer caso (Políticas y regulaciones) y de los niveles macro, meso y micro en el segundo caso (Dispositivos de consumo masivo).

En la siguiente tabla, están agrupados los niveles de análisis propuestos en el gráfico 1 según la organización macro, meso y micro postulada por Peil y Sparviero: véase tabla 1.

Tabla 1

Cruce entre niveles de convergencia según Peil y Sparviero, Becerra y CE

Organización de la convergencia según Peil y Sparviero	Niveles de análisis basado en Becerra 2000 y CE 1997		
Macro	Tecnologías (hardware y programación) y plataformas de red Alianzas y fusiones empresariales e industriales	Políticas y regulaciones	Dispositivos de consumo masivo
Meso	Servicios (aplicaciones y contenidos)		
Micro	Modos de acceso y uso		

Elaboración propia

POLÍTICAS Y REGULACIONES EN EL MARCO DE LA CONVERGENCIA ASIMÉTRICA

Cada uno de los niveles conceptuales propuestos para el análisis de la convergencia en las páginas anteriores merece una atenta reflexión, pero por razones de espacio, a continuación se plantea la complejidad de uno de ellos, el referido a políticas y regulaciones legales, dado que este nivel se presume comprensivo del resto de niveles, ya que la política debe contemplar la evidencia de la estructura cambiante de las comunicaciones, la morfología industrial y corporativa, las apropiaciones y usos sociales y los contenidos y aplicaciones que producen y transportan las industrias involucradas. La hipótesis de las siguientes páginas es que el conjunto de procesos es asimétrico, es decir que exhibe notorias diferencias internas y que, en consecuencia, ello constituye un obstáculo para la formulación de políticas armónicas y apropiadas para la convergencia.

Así como en otros saltos tecnológicos previos, las regulaciones propias de las políticas públicas intentaron acoplarse a las tendencias abiertas por la convergencia para dirigir su orientación en beneficio de principios tales como el interés público o la competitividad económica.

El ya citado “Libro Verde” de la CE, de 1997, es pionero de una tendencia que, ya en el siglo XXI, siguieron también varios países latinoamericanos. En los primeros 15 años de este siglo, América Latina ensayó y/o adoptó regulaciones legales sobre el sector audiovisual de medios de comunicación (nuevas normas en Venezuela en 2004, Argentina en 2009, Ecuador en 2013, México en 2013 y Uruguay en 2014, y de modo menos integral, Brasil en 2007 con la creación de la *Empresa Brasileira de Comunicacao* (EBC), Chile en 2014 con la ley sobre tv digital, entre otros (ver Becerra y Mastrini, 2017; Schuliaquer, 2021) y, en casi todos los casos, la convergencia figuró en la agenda de discusiones político-partidarias. Así, por ejemplo, al asumir Mauricio Macri la presidencia argentina en diciembre de 2015, la derogación con decretos gubernamentales de partes significativas de las leyes sancionadas por el Congreso Nacional en la gestión de su predecesora, Cristina Fernández de Kirchner, se hizo invocando la falta de atención de las normas previas a la convergencia (Becerra y Mastrini (2021). Macri prometió redactar una propuesta de ley convergente para todo el ecosistema de comunicaciones e incluso delegó la tarea en una comisión de asesores que, tras los cuatro años de su mandato en diciembre de 2019, no logró consensuar siquiera internamente un texto borrador.

La fórmula que resume la inscripción de la convergencia en la agenda política es la de que “todos los actores (económicos) pueden hacer todo”, es decir, brindar servicios, desarrollar productos, plataformas y redes, indistintamente de cuál haya sido el sector de origen de su actividad. Esta fórmula descansa en la suposición de que ello dotará a la economía de una dinámica más ágil, más innovadora y más competitiva. Así, los operadores del sector audiovisual pasarían a prestar servicios de telecomunicaciones e Internet, lo mismo que los conglomerados presentes en estas dos industrias.

En los últimos años, definir qué es televisión, por ejemplo, representó un desafío importante, toda vez que esa industria contiene tanto servicios lineales como servicios a demanda, y sus contenidos pueden ser distribuidos a través de redes fijas y móviles, algunas de ellas originalmente diseñadas como sistemas de transporte de señales de televisión y otras, concebidas para transmitir datos. Este ejemplo ilustra el problema de la clasificación de servicios que van mutando conforme el proceso de convergencia, inconcluso, evoluciona.

La clasificación de servicios en constante metamorfosis ha dado lugar a diferentes posicionamientos de los intereses variopintos que representan actores diversos de las distintas industrias protagonistas del proceso convergente. Como señala Ana Bizberge, “el problema de la clasificación de servicio ha dado lugar a la demanda por parte de las empresas de telecomunicaciones de un *level playing field*, es decir de reglas de juego similares para la prestación de servicios semejantes” (2017: 25). Bizberge argumenta que “existe una mirada dominante, impulsada desde el sector de telecomunicaciones, que demanda el establecimiento de las mismas reglas para servicios semejantes, independientemente de la tecnología usada. Este argumento basado en la neutralidad tecnológica se sostiene bajo la premisa de que, en la medida en que van desapareciendo las barreras tecnológicas que históricamente separaron a las industrias, el régimen de regulación “sectorial” (por servicio y/o tecnología) entra en crisis y se proclama el pasaje hacia regulaciones “horizontales” (2017: 26).

Esa lógica tiende a aplanar la especificidad de los contenidos culturales que motivaron las regulaciones de medios e industrias culturales en el pasado, cuyo correlato en las políticas públicas fue tratar como un sector de significación política a estas industrias, frente al carácter presuntamente “aséptico” de las infraestructuras de telecomunicaciones. Esta diferencia se aprecia claramente representada en las agendas que han tenido históricamente dos agencias de la ONU dedicadas a servicios hoy convergentes: la UNESCO, por el lado de la comunicación y la cultura, y la UIT, por el lado de las telecomunicaciones.

La consideración de la convergencia como un escenario en el que todos los actores podrían realizar “todo” supondría la relajación de obligaciones sectoriales para algunas empresas que tuvieron cargas regulatorias más intensas que las que hoy benefician a las grandes plataformas digitales. Por ello, la posibilidad de relajar las regulaciones es percibida como un aliciente para el desarrollo del proceso convergente y el afianzamiento industrial de los sectores infocomunicacionales. Muchas de las históricas obligaciones para prestadores de servicios audiovisuales y de telecomunicaciones (producción nacional, local e independiente; financiamiento del fondo de servicio universal, por citar dos ejemplos, uno proveniente del campo audiovisual y el segundo, del de las telecomunicaciones), que tenían como objetivo la protección del interés público, son eliminadas. El objetivo de protección del interés público queda, en este tipo de agenda, subordinadas al de la búsqueda de mayor competitividad y crecimiento económico.

Esa orientación sobre la convergencia y su traducción a la agenda política presenta varios problemas. Por un lado, la distinción entre distintos actores en función de su inserción social y su proyecto, que se ha traducido a nivel normativo, históricamente, en distintos derechos y obligaciones para organizaciones con fines de lucro; organizaciones sin fines de lucro; y entes y organismos estatales.

Por otro lado, la distinción entre los eslabones de la cadena productiva y sus obligaciones diferentes también ha tenido, históricamente, una justificación en función de los recursos públicos que involucraba cada una de las actividades y su consecuente contraprestación en términos de interés público. Por ejemplo, los licenciarios o concesionarios con uso de espectro en telecomunicaciones y en audiovisual, que en algunos casos explotan servicios, redes o infraestructuras que

son facilidades esenciales, han tenido siempre una carga regulatoria especial. La naturaleza de su actividad es distinta a la de los servicios de *streaming* audiovisual llamados *Over The Top* (OTT) y, por consiguiente, no se aplicaba a todos las mismas reglas. Por caso, el principio de “neutralidad de la red”, que es inherente al campo de las telecomunicaciones, no puede aplicarse automáticamente al audiovisual abierto (con licencia o concesión de espectro radioeléctrico) ni a la tv paga, servicios que, por definición, “discriminan” entre la oferta que proveen y que, por lo tanto, no pueden aspirar a la neutralidad de tratamiento de contenidos que motivó la noción de neutralidad de la red en telecomunicaciones.

A su vez, la fórmula de que “todos puedan hacer todo” que subyace a la traducción político-regulatoria de la convergencia en el discurso de gobiernos y grandes empresas latinoamericanas, soslaya las enormes asimetrías inherentes a los actores y a los sectores infocomunicacionales en proceso de convergencia: en América Latina, por ejemplo, los actores con fines de lucro han predominado en el desarrollo del sistema de medios audiovisuales, dado que durante décadas se proscribió la existencia misma de otro tipo de lógica de funcionamiento, impidiendo el acceso de organizaciones sin fines de lucro al uso del espectro radioeléctrico, en tanto que los medios estatales funcionaron históricamente como dispositivos de gobierno y tampoco gozaron de los recursos ni de la legitimidad de los medios públicos europeos.

En relación a la vasta cadena productiva infocomunicacional, también hay asimetrías enormes que conduce a algunos de los actores industriales a reclamar reglas de juego parejas en un sistema que, por lo menos hasta 2024 en que es redactado el presente texto, instituye la asimetría desde el momento mismo en que algunos operadores reciben concesiones y licencias con explotación dilatada en el tiempo del recurso público del espectro radioeléctrico o de redes físicas esenciales para el bienestar que la legislación en numerosos países define como servicio básico, como servicio esencial, como servicio universal o como servicio público, y otros operadores no cuentan con ese beneficio para desplegar redes y desarrollar su actividad.

Así, por ejemplo, la televisión por cable, masiva en toda la región latinoamericana (especialmente en el Cono Sur) no puede asimilarse a la lógica de funcionamiento de la industria de las telecomunicaciones, dado que su contenido es manifiestamente audiovisual y mayoritariamente, aunque no únicamente, de programación audiovisual lineal, por lo que la deriva tecnológica que permite que operadores de ambos sectores presten servicios de conectividad fija a Internet al mercado doméstico y corporativo debe considerar las limitaciones y los beneficios que unos y otros actores han tenido en el desarrollo de sus actividades. De esto trata la economía política de la comunicación y la cultura, como bien apunta Mosco (2009).

Con ritmo e intensidad distintos a los de la región latinoamericana, en Europa las regulaciones del sector de telecomunicaciones primero, luego las de la industria audiovisual y, más recientemente, las referidas a Internet, fueron actualizadas tanto a niveles de la Unión como al interior de muchos de los países la integran o integraban (caso Reino Unido), con lógica convergente. Ese es el razonamiento que guía la aprobación de los reglamentos denominados *Digital Services Act* (DSA) y de la *Digital Markets Act* (DMA) por parte de la Unión Europea en 2022, cuya entrada en vigor fue a partir de 2023. La Comisión

Europea ya había previsto en su Libro Verde de 1997 que las normas vigentes entonces “se definieron para un entorno nacional, analógico y de un sólo medio, mientras que los servicios se muestran cada vez más indiferentes a los sectores tradicionales y a las fronteras geográficas y pueden prestarse a través de distintas plataformas” (CE, 1997: iii).

La DSA y la DMA complementan normas previamente adoptadas sobre datos personales (el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) fue sancionado en 2016 y enmendado en 2018) y determinan el marco de intervención regulatoria sobre la economía digital, en especial sobre las gigantes plataformas digitales (que podrían resumirse en GAMMA -Google, Apple, Meta, Microsoft y Amazon- pero no se reducen sólo a esas cuatro) de carácter global en relación a la protección de sus usuarios y a la necesidad de mantener un equilibrio propicio a la innovación en el ecosistema infocomunicacional.

En sus considerandos, la DSA expresa que la norma está orientada a proteger los derechos fundamentales de la ciudadanía, que incluyen “el derecho a la libertad de expresión e información, el derecho al respeto de la vida privada y familiar, el derecho a la protección de los datos personales, el derecho a la no discriminación y el derecho a la tutela judicial efectiva de los destinatarios del servicio; la libertad de empresa, incluida la libertad contractual, de los prestadores de servicios; así como el derecho a la dignidad humana, los derechos del niño, el derecho a la protección de la propiedad, incluida la propiedad intelectual, y el derecho a la no discriminación de las partes afectadas por contenidos ilícitos”. Como se ve, la perspectiva política está centrada en los ciudadanos, e invocando sus intereses (y no los de otros actores) es que la UE produce regulación sobre la convergencia en curso.

CONCLUSIONES INCONCLUSAS

En tanto suma de procesos inconclusos que involucran formatos y tradiciones productivos y organizacionales centenarios, la convergencia no escapa a la lógica de cambios inherente a la historia de las comunicaciones modernas: las transformaciones se producen por acumulación antes que por ruptura extrema (Hamelink, 1996). El apartado final de este texto no puede ser concluyente acerca de un proceso que está en curso, que está inconcluso.

Es operativo utilizar el concepto cinematográfico de montaje para analizar la convergencia, porque ésta deviene, en su triple faceta social, económica y política, como un montaje de sucesivas transformaciones, y también tradiciones, en las actividades ligadas a la información, el entretenimiento y las comunicaciones en las últimas décadas.

La apropiación social también hace eco a la noción de montaje porque existe ciertamente una superposición y una articulación entre viejos y nuevos usos infocomunicacionales que no están necesariamente definidos de modo intencional en la fase de concepción del producto o servicio.

En efecto, la convergencia no es meramente tecnológica. La propia definición de tecnología alude a su gravitación social. La tecnología es, en sí misma, parte de la sociedad, de sus relaciones y de sus conflictos inherentes a ellas. Lo es porque articula usos sociales y productivos. El vínculo inseparable entre tecnología y sociedad constituye un eje medular para comprender cambios del pasado reciente y del presente y enmarca las prácticas de comunicación sociedades con necesidades y expectativas cambiantes.

A partir del cambio de siglo, la masificación de Internet y de las comunicaciones móviles, primero como tecnologías separadas y luego reunidas en los mismos dispositivos multiplataforma (los teléfonos móviles) le imprimieron un ritmo vertiginoso y ubicuo a la temprana segmentación de gustos iniciada por la televisión de pago a partir de la década de 1980. Estas tecnologías impactarían decisivamente sobre el paisaje mediático, ya que en muchos casos se trata de espacios que alternan el flujo unidireccional con soportes analógicos propios de los medios tradicionales. Además, tienden a desprogramar una lógica de funcionamiento que basó su desarrollo histórico en proveer programación definida a partir del fabricante de contenidos, que coincidía mayormente con el transportador de ese contenido.

La convergencia infocomunicacional conmueve los cimientos de esa lógica: halla en la desprogramación una de sus características más salientes, a la vez que tiende a desagregar distintos eslabones de la cadena productiva, al menos en su fase actual.

Como efecto, el peso de nuevos medios con modalidades diversas (desde el streaming a demanda hasta los newsletters), así como la emergencia de intermediarios que no son, en sentido estricto, medios de comunicación, se siente en los balances de los conglomerados de medios de comunicación y en los operadores de telecomunicaciones tradicionales, que acusan una merma de ingresos publicitarios y de margen de beneficios en sus ventas, ya que una parte significativa de los flujos de datos y de comunicaciones migra a las plataformas. Estas son fruto directo y protagonistas del proceso convergente, y re-intermedian las comunicaciones mediante la programación algorítmica de los contenidos y de los datos que distribuyen y comercializan.

El nuevo paisaje infocomunicacional tiene su política, incluso cuando el diseño de normas legales propiamente convergentes es una asignatura pendiente en la mayoría de los países en pleno 2024. No obstante, la identificación de las empresas dueñas de las plataformas digitales como actores centrales, guardianes de discursos y refinadoras de datos personales, ya constituye conocimiento que presiona para la elaboración de políticas que superen el estado actual de regulación de facto del ecosistema infocomunicacional a escala global por parte de ellas.

REFERENCIAS

- Albornoz, L. y T. García Leiva (eds) (2019), *Audiovisual Diversity in the Digital Era. Trends and Prospects*, Routledge.
- Becerra, M. (2000), "De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso social inconcluso", en *Zer n°8*, Universidad del País Vasco, Bilbao, p. 93-112.
- Becerra, M. (1998), Entrevista con Bernard Miège "Las industrias culturales ante la "revolución informacional", en *Voces y Culturas* n°14, Voces y Culturas, Barcelona, p. 143-160.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2017), *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2017): Nuevos medios y tecnologías, menos actores*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.

- Becerra, M. y G. Mastrini (comps) (2021), *Restauración y cambio – Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*, UNQ y Sipreba, Buenos Aires.
- Bizberge, A. (2017), “Los desafíos de la convergencia digital para las políticas de comunicación”, en Labate. C. y C. Arrueta (comps.), *La comunicación digital*, EDIUNJU, San Salvador de Jujuy, p. 19-38.
- Breton, P. (1989), *Historia y crítica de la informática*, Cátedra, Madrid.
- Castells, Manuel (2009), *Comunicación y Poder*, Alianza, Madrid.
- Comisión Europea (CE) (1997), Libro Verde Sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación en la perspectiva de la sociedad de la información, Comisión Europea, Bruselas, 45 p.
- De Sola Pool, I. (1983), *Technologies of freedom*, Cambridge, Mass, London: Belknap Press of Harvard University Press.
- Flichy, P. (1993), *Una historia de la comunicación moderna: Espacio público y vida privada*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Fuchs, C. (2021), *Social Media: A Critical Introduction*, SAGE, London.
- García Canclini, N. (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*, Gedisa, Barcelona.
- Garnham, N. (1996), “Le développement du multimedia: un déplacement des rapports de force”, en AAVV, *La Société face au Multimedia*, IDATE, Montpellier, p. 153-174.
- Hamelink, C. (1996), *World communication: disempowerment and self-empowerment*, Unesco, París.
- Iosifidis, P. (2011), *Global Media and Communication policy*, Palgrave Macmillan, London.
- Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- Mattelart, A. (1998), *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Meikle, G., & Young, S. (2011), *Media convergence: Networked digital media in everyday life*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Miège, B. (1997), *La société conquise par la communication II: La communication entre l'industrie et l'espace public*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Miller, V. (2011), *Understanding digital culture*, London, Sage.
- Mosco, V. (2009), *La economía política de la comunicación*, Barcelona, Bosch.
- Noam, E. (ed.) (2016), *Who owns the world's media*. New York, Oxford University.
- Orozco, G. y T. Miller (2017), “La Televisión más allá de sí misma en América Latina”, en *Comunicación y Sociedad*, Núm. 30, septiembre-diciembre, 2017, pp. 107-127.
- Peil, C. y Spaviero, S. (2017), “La convergencia de medios se encuentra con la desconvergencia”, en S. Spaviero et al. (eds.), *Media Convergence and Deconvergence, Global Transformations in Media and Communication Research*, Palgrave & IAMCR Series.
- Schulíaquer, I. (2021), “Gobiernos y medios en América del Sur. Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y Uruguay en el siglo XXI”, en *Revista Mexicana De Opinión Pública*, (30), UNAM, México, p 41–56.
- Srnicsek, N. (2018), *Capitalismo de plataformas*, Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Williams, R. (1996), “La tecnología y la sociedad”, en *Causas y Azares n°4*, Buenos Aires p. 155-172 (extraído de Williams, R. (1975), *Television. Technology and cultural forms*).

- Williams, R. (ed) (1992), *Historia de la comunicación*, editorial Bosch, Barcelona.
- Wholers, M. (2008), “Convergencia Tecnológica y Agenda Regulatoria de las Telecomunicaciones en América Latina”, CEPAL.
- Winseck, D. y D. Y. Jin (eds) (2011), *Political economies of the media: the transformation of the global media*, Bloomsbury Academic, London.
- Wolton, D. (1992), *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*, Barcelona, Gedisa.
- Zallo, R. (2011), *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- Zuboff, S. (2020), *La era del capitalismo de vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*, Barcelona, Paidós.

Notas

- 1 Definición de Bernard Miège (ver Miège, 1997 y Becerra, 1998).
- 2 Para una cronología de Arpanet-Internet, ver <https://www.internetsociety.org/es/internet/history-internet/brief-history-internet/>
- 3 Proceso sobre el que el Libro Verde Sobre la convergencia de las telecomunicaciones, los medios de comunicación y las tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación rinde cuentas: “Actualmente las empresas suelen estar presentes en uno o más elementos de la cadena del valor. Algunos consideran que la convergencia inducirá a muchos de los agentes del mercado a estudiar la posibilidad de entrar en actividades distintas de su negocio fundamental y piensan que esta tendencia se aprecia ya en algunas de las adquisiciones más recientes” (Comisión Europea, 1997: 2).