

## **Infraestructura y plataformas de internet: concentración en el ecosistema digital**

Mariela Baladron<sup>1</sup>

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

[mariela.baladron@gmail.com](mailto:mariela.baladron@gmail.com)

### **Resumen**

Este artículo propone desmitificar el imaginario en torno a internet y los ecosistemas digitales como espacios horizontales, sin control y con multiplicidad de actores, a través del análisis de las relaciones de poder y comerciales que tienen lugar en la red de redes. La concentración de la infraestructura, las plataformas y sus modelos de negocio son abordados desde los estudios de comunicación, con enfoques que articulan aspectos técnicos, económicos y culturales. De allí surgen importantes indagaciones críticas sobre el rol de estas empresas como editores y los riesgos para garantizar el derecho a la comunicación.

Palabras clave: internet; concentración; infraestructuras de comunicación; plataformas; políticas de comunicación

### **Introducción**

En el último tiempo un nuevo acrónimo surgió para nombrar a cuatro empresas que en 2016 superaron el producto bruto interno (PBI) del 88% de los países del mundo y que fueron creadas en las últimas décadas con la masificación y comercialización de internet: Google, Apple, Facebook y Amazon (GAFA) (Zuazo, 2018). Estas firmas se han diversificado para la explotación de varios servicios: por solo mencionar algunos ejemplos, la red social Facebook -que cuenta con 2000 millones de usuarios mensuales en el mundo a diciembre de 2017<sup>2</sup>- es dueña también de Instagram, WhatsApp y Facebook Messenger; la compañía Alphabet

<sup>1</sup>Doctoranda en Ciencias Sociales (UBA); Magíster en Industrias culturales: políticas y gestión (UNQ); Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), becaria UBACyT de doctorado e integrante del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC) y del Observatorio Comunicación y Derechos (DERCOM).

<sup>2</sup>Este dato surge del reporte de resultados de la empresa, consultado el 16 de julio de 2018 y disponible en: <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2018/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2017-Results/default.aspx>

engloba una larga lista de servicios y marcas que exceden en grande al motor de búsqueda Google, como por ejemplo YouTube, donde circula una gran parte del contenido audiovisual mundial.

La alta concentración de la propiedad se repite en las distintas capas de internet; un puñado de empresas multinacionales se reparte los tendidos de cables submarinos de fibra óptica, los *backbones* terrestres y las comunicaciones satelitales que conforman la infraestructura de internet, aunque sus nombres son menos reconocidos (Alkatel Lucent y Loral Skynet, por ejemplo) por el gran público (Zuckerfeld, 2014). Si bien la capa de la infraestructura es la más concentrada por los altos niveles de capital que demandan esas industrias y tecnologías, la foto es similar al considerar los datacenter que brindan servicios de *hosting*, los proveedores físicos de dominio, los proveedores de acceso a internet y otros intermediadores; de todos ellos somos clientes directos o indirectos y nuestra información circula, se aloja y es procesada a través de sus cables, servidores y sistemas de aprendizaje automático (los famosos “algoritmos” de la inteligencia artificial).

El surgimiento de cada tecnología vinculada a los procesos de comunicación tuvo como correlato un discurso de progreso inevitable y promesas de mayor equidad social, tal como sucedió con el telégrafo, la radio y la televisión, fenómeno que se repite también en relación a internet e intenta ocultar los usos y relaciones sociales desiguales que encierran. Mientras las potenciales ventajas se cumplieron sólo parcialmente (mayor horizontalidad, participación, abundancia de contenidos y canales de distribución), se observa la persistencia de desigualdades (o brechas) entre países y hacia dentro de sus fronteras en materia de acceso<sup>3</sup>, uso y apropiación de internet. A su vez, los flujos digitales de información han generado prácticas específicas (adaptadas a las características de su circulación aunque no son nuevas en sí) por parte de las empresas que comercializan servicios de contenidos (y conectividad) y amenazan el derecho a la comunicación, como la censura privada en las redes sociales, la diseminación de datos falsos o inexactos y la manipulación de datos de usuarios e información para influir en elecciones (Loreti y De Charras, 2018).

Este artículo propone, en primer lugar, desmitificar el imaginario que presenta a internet (y los ecosistemas digitales) como espacios horizontales, con multiplicidad de actores, abiertos y ajenos a prácticas de control. A través de distintos autores y perspectivas de análisis, como

---

<sup>3</sup>En 2017 la meta del acceso universal a internet todavía estaba lejos de cumplirse: la tasa de penetración de internet en el mundo era del 50,9% entre los hombres y 44,9% para las mujeres (UIT, 2017).

aquellos que diferencian sus capas o niveles, se intenta dar cuenta sobre la materialidad de internet, su historia y desarrollo, además de indagar acerca de las relaciones de poder y mercantiles que allí tienen lugar y reproducen la concentración que se observaba en las industrias mediáticas.

En segundo lugar, se realiza una revisión bibliográfica sobre trabajos que ponen foco en la infraestructura y las plataformas desde los estudios de comunicación por parte de algunos autores que, en lugar de investigar el intercambio simbólico de lo que la “gente dice sobre internet” intentan dar cuenta de su estructura y de cómo funciona (Sandvig, 2013). Estos abordajes proponen un enfoque multidisciplinario sobre este objeto de estudio, con el fin de entender la evolución de internet y la sociedad, incluyendo una mirada cultural. Comprender los aspectos tecnológicos, económicos, sociales y culturales permite entender el desarrollo de estas tecnologías como interacciones entre empresas, Estados y usuarios y, al mismo tiempo, el desarrollo de modelos de negocio más complejos que incluyen la explotación de datos de los usuarios y abren nuevos interrogantes sobre la regulación de estas prácticas.

Por último, deja abierta una agenda de interrogantes a continuar indagando, que deberían pensarse en torno a las particularidades que adquieren estas problemáticas en la región y, en especial, a nivel nacional en un contexto de políticas de comunicación que favorecen la concentración bajo el mantra de la convergencia.

## **I. Mitos sobre internet y los sistemas de comunicación**

En general, se observa en los discursos que describen a internet como una “nube” y que le adscriben una capacidad “revolucionaria” (similar a la de la imprenta u otros sistemas de comunicación que le precedieron) un cierto determinismo, como si la invención tecnológica fuera una “esfera independiente” que luego crea nuevas sociedades o condiciones humanas, lo que desvía el foco de la serie de eventos que le dieron origen y la forma en que se configura una necesidad en las formaciones sociales existentes; algunos autores hablan de “mitos”, “imaginarios” o “solucionismo tecnológico” al abordar estos temas en sus trabajos (Williams, 1974; Mosco, 2004; Flichy, 2004; Morozov, 2016).

Al igual que todas esas tecnologías que le precedieron, internet “es producto del trabajo y la inteligencia humanas aplicados a recursos materiales para reconfigurarlos y darles una función” (Magnani, 2014, p. 20). Su complejidad reside en que se trata de un fenómeno reciente y en transformación constante y, además, porque abarca numerosos aspectos técnicos e institucionales. Es importante destacar que internet existe sobre una materialidad, ya

que si bien se trata de una red que “permite múltiples vías para llegar a destino, existen puntos clave en donde las comunicaciones se concentran” (Magnani, 2014, p.26).

Sobre este punto, Mosco (2008) y Bolaño (2013) destacan el rol de la Economía Política de la Comunicación para evitar ese enmascaramiento que conecta a cada nueva tecnología con el fin de la historia, la geografía y la política, y, en cambio, retomar la discusión en torno al poder y la lógica mercantil que adoptan. Por su parte, Mansell (2011) reconoce una alianza paradójica entre la agenda neoliberal y aquellos que proponen que internet no debe regularse para no interferir con su carácter abierto. La autora plantea, por un lado, que la infraestructura de red sobre la que se basa internet es objeto de regulaciones y responde a intereses corporativos (la venta de hardware y equipos, cables de red, torres, terminales, dispositivos, software y contenidos, entre otros). Por otro lado, si bien la naturaleza distribuida de internet permite la participación de muchos actores en la producción de contenidos, los análisis empíricos permiten observar estrategias que tienden a la monopolización a través de la creación artificial de escasez, tal como sucede con las industrias de los medios y la comunicación que le precedieron, modificando a su vez los modelos de negocio (Bolaño, 2013; Miguel de Bustos, 2000; Mansell, 1999; Zallo, 2011).

Desde las Ciencias Sociales algunos autores proponen un abordaje de internet a partir de un esquema en capas (Benkler, 2006; Lessig, 2001 y 2006; Levy y Urquijo, 2016) para complejizar su análisis y distinciones jurídicas, económicas y sociales. Por su parte, Zukerfeld (2010, 2014) propone un análisis de cinco niveles: infraestructura, hardware, software, contenidos y red social. El autor focaliza sobre la infraestructura de internet (cables de fibra óptica, submarino, tendidos troncales continentales, etc.) y reconoce que se trata del nivel que exhibe rasgos opuestos a los demás (sin formas de horizontalidad), con una altísima concentración, carece de actores no capitalistas y el gran público desconoce estas características.

## **II. Estudios de infraestructura, plataformas y nuevos materialistas**

Las tecnologías digitales e internet han transformado el ecosistema mediático y pusieron en tensión la división artificial entre contenido y transporte (medios y telecomunicaciones) que había guiado tanto las políticas del sector como su estudio (Mansell & Raboy, 2011). Por lo tanto, algunos autores han problematizado el abordaje de internet desde la Economía Política de la Comunicación ya que no se trata sólo de una nueva infraestructura de red para el transporte de contenidos o una plataforma de difusión para los medios tradicionales. “En

economía este rasgo se expresa en que internet deviene centro de la hilera por el que pasan múltiples actividades relacionadas de cultura, comunicaciones, telecomunicaciones, ocio, información, formación, gestión social, política... y a las que a todas transforma” (Zallo, 2011, p.141).

Por su parte, Winseck (2016) propone algunas líneas para la investigación en este campo en el que incluye a las telecomunicaciones, internet y las industrias mediáticas. Entre ellas destaca como objeto a las “industrias de infraestructuras de medios”, que incluyen la provisión de acceso a través de redes que requieren el pago de suscripciones; sobre este aspecto desafía el foco de las investigaciones y plantea que “el ancho de banda es el rey, no el contenido” (p. 75). Además, destaca otros tres ejes: la tendencia a los modelos de pago por servicio como principal base económica en detrimento de la publicidad; el estudio de los medios en forma diferenciada, en lugar de entenderlos como un sistema unificado; el reconocimiento del contenido que los usuarios producen, comparten y consumen por fuera del mercado y, por último, el rol vital de los Estados en oposición a la visión neoliberal, rescatando su centralidad como regulador e inversor para contrarrestar el poder del mercado (y también menciona los desafíos en términos de vigilancia estatal).

En relación a la búsqueda de un enfoque que permita abordar un objeto de estudio más amplio como consecuencia de los procesos de digitalización del escenario mediático, Plantin, Lagoze, Edwards & Sandvig (2016) proponen combinar dos abordajes teóricos: los estudios de infraestructuras y los de plataformas. Mientras los primeros provienen del estudio de la ciencia y la tecnología desde la sociología y la historia, los últimos están centrados en una mirada cultural y mediática. Por ende, sugieren la articulación de estas dos perspectivas cuyas fronteras son cada vez más borrosas y permiten un análisis más profundo de los medios digitales al destacar “las tensiones que aparecen cuando los entornos mediáticos son cada vez más esenciales para nuestra vida diaria (infraestructuras) y son dominados por entidades corporativas (las plataformas)” (p. 3).

Según estos autores, las principales diferencias entre infraestructuras y plataformas son su alcance y escala; las primeras evolucionan de sistemas a redes y se convierten en elementos esenciales de la vida diaria y, hasta cierto punto y en diferente medida, con fondos, gestión o regulación de los gobiernos. Por su parte, las plataformas tienen un sistema diseñado y controlado de forma centralizada, aunque se beneficia de las innovaciones y otras aplicaciones desarrolladas por terceros.

## 2.1. ¿Por qué estudiar internet como una infraestructura?

Algunos ejemplos de infraestructuras son los sistemas de transporte de productos o personas (por ejemplo terrestre, con caminos, autopistas y vías ferroviarias); de comunicaciones como las redes de telefonía y servicios postales; y los servicios públicos, como los tendidos de energía, gas y agua, entre otros. En general este concepto refiere a una base sobre la que funciona un sistema u organización que, habitualmente, está invisibilizada o se considera garantizada hasta que una falla pone en evidencia su materialidad. Al considerar a internet como una infraestructura, se estaría reconociendo que es la base para otros sistemas, es decir, un recurso público que debería ser provisto sin discriminación (Jorgensen, 2013).

Si bien el impulso del proyecto inicial que dio origen a internet y su financiamiento surgió del ámbito militar (y dentro de las fronteras de los Estados Unidos con ARPANet<sup>4</sup>), otros actores sociales participaron desde los orígenes de ese proceso, tales como empleados de empresas privadas (sector privado comercial) y estudiantes y graduados de carreras de informática o electrónica (sector académico). La red original luego se separó entre los usos militares (MILNet) y los académicos (NSFNet) en 1990, lo que inició el camino hacia la privatización, comercialización y expansión global de lo que hoy conocemos como internet, con la tercerización de la operación en actores privados para dar servicios de conexión a empresas y usuarios particulares (Crawford, 2007; Kurbalija y Gelbstein, 2005; Zukerfeld, 2014). Algunos autores destacan que estas distintas lógicas persisten y se expresan en la forma en que se mezcla libertad y control desde sus orígenes, con los subsiguientes cambios que se fueron introduciendo durante su desarrollo y expansión (Lessig, 2001).

Por su parte, Plantin, Lagoze, Edwards & Sandvig (2016) consideran relevante el contexto político y económico neoliberal en el que surgen las tecnologías digitales y la expansión de internet, lo que también impactó en un cambio sobre el concepto de infraestructuras modernas, a partir de la ruptura de monopolios estatales para promover la competencia, la fragmentación y la renuncia a muchas de las responsabilidades asociadas a esos servicios. En relación a internet, los autores coinciden en que reúne las características de una infraestructura, ya que es fiable, transparente, compartida ampliamente y visible para los usuarios principalmente cuando tiene una falla o rotura. Por un lado, brinda un servicio esencial para actividades comerciales, de gobierno, trabajo y ocio que se paralizarían ante su colapso;

---

<sup>4</sup>Acrónimo de *Advanced Research Projects Agency Network*, proyecto del Departamento de Defensa los Estados Unidos cuyo objetivo era asegurar las comunicaciones ante un inminente ataque nuclear soviético durante la Guerra Fría.

también la mayoría de los gobiernos regula la provisión del servicio (con distintos alcances y exigencias). Sin embargo, como es un servicio de pago con fines de lucro en la mayoría de los países, muchos ciudadanos permanecen excluidos, y consecuentemente, invisibles para la cultura dominante.

Desde los “nuevos materialistas”, Sandvig (2015) analiza la infraestructura de distribución de internet como un conjunto de inversiones y decisiones hechas en una etapa temprana de su desarrollo; sin embargo, como sistemas construidos por personas, pueden ser modificados y reconstruidos también. En su análisis, el autor plantea que internet surgió como “anti-televisión” en relación a la lógica de una arquitectura distribuida punto a punto en lugar de punto a masa; sin embargo, da cuenta del desarrollo y expansión de las “redes de distribución de contenidos” (CDNs por su acrónimo en inglés)<sup>5</sup> en los últimos años como un sistema complejo para que los productos audiovisuales tengan una mejor experiencia de visionado por parte de los usuarios. De esta forma, se reorientó la audiencia de internet hacia ofertas masivas, como consecuencia de “la evolución conjunta del gusto, las inversiones masivas en infraestructura y la importancia de los logros tecnológicos” (p. 240) hacia el consumo de videos. Los datos que presenta el trabajo muestran que durante los horarios pico, Netflix y YouTube representan más de la mitad de todo el tráfico de internet en América del Norte. De esta forma, la infraestructura de distribución es un “campo de batalla crucial” ya que expresa quiénes son las voces valoradas y los contenidos importantes de una sociedad.

## **2.2. Algunos aportes de los estudios de plataformas**

Los primeros estudios sobre plataformas se ubican temporalmente a mediados de la década de 2000, con la expansión de la Web 2.0<sup>6</sup>; este concepto (“plataformas”) surge de

---

<sup>5</sup>Se trata de datacenters y computadoras que acercan geográficamente el contenido a los usuarios, con instalaciones propias o a través de acuerdos con terceros (se almacenan copias distribuidas en varios puntos del planeta), para mejorar la experiencia del usuario y evitar demoras en la carga de los contenidos (en lugar de invertir en el ancho de banda, que depende también del usuario final). Esta solución tecnológica se ofrece como un servicio de pago para sitios (lo comercializa Amazon, por ejemplo) y podría generar una barrera por la ralentización de ciertos contenidos en otras latitudes si no pagan por estar allí alojados (no comerciales, por ejemplo). Algunas empresas globales (como Netflix, Google, Youtube, Facebook, Akamai, Riot Games, Turner y CloudFlare, entre otros) han realizado convenios con la Cámara Argentina de Internet (CABASE) para alojar contenidos en su red CDN (CABASE, 2016). Si bien se destacan los beneficios de acercar contenido requerido por los usuarios, que de lo contrario debería recorrer mayores distancias y utilizar recursos de infraestructura, cabe preguntarse qué sucede con aquellos que no son locales y *mainstream*.

<sup>6</sup>Si bien no hay una definición unívoca, se considera que la Web 2.0 corresponde a una segunda etapa del desarrollo de internet (la primera asociada con la simple navegación y uso del correo electrónico) impulsada por la creación y expansión de blogs, redes sociales y sitios de fotos, audios y videos, entre otras aplicaciones, que promovieron la interacción y el intercambio entre usuarios.

aplicaciones cuya arquitectura técnica incluía la provisión de conectividad, la interoperabilidad e intercambio de datos con otras desarrolladas por terceros. Estos estudios comenzaron a indagar sobre las implicaciones políticas y culturales de estas prácticas y focalizaron sobre su naturaleza dual dado su carácter comercial; por un lado habilitan la innovación, creatividad e intercambio mientras que, al mismo tiempo, limitan la participación y la canalizan para obtener ganancias por parte de sus creadores. En este sentido, se analiza tanto la arquitectura y diseño de estas plataformas, sus características legales y económicas, como también la capacidad de acción de los usuarios. Este abordaje por lo tanto combina “estudios culturales y economía política, explorando las expresiones individuales mientras que se examinan las relaciones de poder típicas de las plataformas comerciales” (Plantin, Lagoze, Edwards & Sandvig, 2016, p.6).

En este campo, Van Dijk (2016) analiza tanto la producción de sociabilidad en estas plataformas, que crean conectividad como un recurso (información sobre el comportamiento y preferencias de sus usuarios), al tiempo que aborda su estudio como constructos tecnoculturales y estructuras socioeconómicas; para ello toma como casos de estudio a Facebook, Twitter, Flickr, YouTube y Wikipedia. La autora entiende que, en el contexto de los medios sociales, el concepto de “conectividad” adquiere la “connotación de un proceso por medio del cual los usuarios acumulan capital social, pero en realidad el término cada vez hace más referencia a los propietarios de las plataformas que amasan capital económico” (p. 36).

Por su parte, Gillespie (2010) indaga sobre el término “plataformas” porque más allá de su origen tecnológico, se trata de una palabra elegida cuidadosamente por estas empresas para dirigirse a públicos diversos con discursos específicos que no sólo buscan vender, convencer y persuadir, sino también delimitar qué son y qué podría esperarse de ellas. En su análisis el autor focaliza sobre el caso de YouTube y profundiza sobre los cuatro territorios semánticos a los que remite este vocablo (computacional, arquitectónico, figurativo y político), ya que permite la suficiente especificidad y flexibilidad para articularlo en distintos discursos según el público al que se dirige. Por lo tanto, el término “tiene tanta importancia por lo que esconde como por lo que revela. Más allá de las promesas hechas, las ‘plataformas’ son más parecidas a los medios de lo que quieren admitir” [traducción propia] (p. 359).

En la misma línea, Napoli & Caplan (2017) consideran que los argumentos que utilizan estas plataformas digitales para ser consideradas como empresas de tecnología en lugar de compañías mediáticas son discutibles, ya que tienen más aspectos en común que diferencias; por ejemplo, son actores con fines de lucro que ofrecen contenido propio, de terceros o de usuarios (y conectividad) para generar audiencias y venderlas a los anunciantes o bien a través



del pago de suscripciones. Las motivaciones para evitar ser catalogados como medios incluyen la búsqueda de inversores en el ámbito de la industria tecnológica, más dinámica y con mayor volumen de capital que la mediática, y la intención de operar por fuera de una serie de exigencias regulatorias que se han aplicado tradicionalmente a las organizaciones de medios, a pesar de estar involucradas también en la producción, diseminación y consumo de noticias y productos culturales.

En su trabajo, los autores analizaron declaraciones públicas de los directivos de Facebook, Google y Twitter e identifican tres argumentos principales que utilizan estas empresas para apelar a una definición reduccionista de lo que es un medio y evitar ser identificados como tales: a) no producen contenidos; b) ellos y sus empleados tienen perfiles técnicos; c) no hay intervención humana en la decisión editorial.

Napoli y Caplan (2017) sostienen, respectivamente, a modo de respuesta:

a) no solo estas empresas han anunciado nuevas iniciativas que incluyen la generación de contenido sino que también, como distribuidores (en sus inicios) y como ejemplo análogo, la TV paga por cable y satélite en los Estados Unidos ha estado alcanzada por exigencias de diversidad, competencia y localismo (si bien se trata de una industria que tiende a la integración vertical);

b) la distinción entre la formación y habilidades profesionales tecnológicas y mediáticas muestra un conocimiento desinformado o una decisión estratégica de desconocer la historia de los medios y limitar su definición;

c) además de que han contratado periodistas para “entrenar” sus algoritmos y tomar decisiones editoriales como es el caso de la sección Momentos de Twitter, estas empresas establecen políticas editoriales equivalentes a las que establecen otros medios “tradicionales” para proteger a sus usuarios de contenido ofensivo o pornográfico (por ejemplo, Facebook tuvo que dar marcha atrás con la baja de ciertas publicaciones porque dieron lugar a casos de censura privada)<sup>7</sup>. Es decir, comparten decisiones editoriales en cuanto a la selección de contenidos, la forma de organizarlos y comercializarlos, cuáles pueden ser removidos y bajo qué condiciones (ya sea por mecanismos de aprendizaje automático, como los algoritmos), que delimitan el discurso público.

---

<sup>7</sup>Un ejemplo que alcanzó notoriedad mundial fue la censura de la famosa foto de la niña del Napalm. Otros casos son el escándalo de Cambridge Analytica, el Russiagate con Trump y el levantamiento de contenidos de redes privadas sin derecho a defensa (ver Loreti y De Charras, 2018).

## Palabras finales

Los trabajos que analizan las infraestructuras y plataformas de internet con una mirada crítica desde los estudios de comunicación proponen la articulación de perspectivas y abordajes (en algunos casos los estudios culturales y la economía política; en otros los estudios sociológicos e históricos de la ciencia y la tecnología junto a “nuevos materialistas” de la comunicación y la cultura) para dar cuenta de un objeto de estudio complejo. Esa complejidad reside en los múltiples aspectos que se busca abarcar para una comprensión en profundidad (características técnicas, económicas y culturales, entre otras), además de su desarrollo en relación con varios actores sociales del sector.

Entre sus aportes cabe mencionar: pensar a estas infraestructuras y plataformas desde una perspectiva de interés público y derechos; conocer las características del mercado, las empresas tecnológicas que allí operan y sus lógicas de valorización; comprender la infraestructura de distribución y los nuevos desarrollos que ponen en riesgo el potencial acceso y participación de algunos actores sociales; profundizar el conocimiento acerca de las prácticas y funcionamiento de estas empresas desde el derecho a la comunicación (como editores, por ejemplo, y sus responsabilidades); por mencionar algunos.

La importancia de este objeto de estudio amerita tales esfuerzos teóricos y metodológicos; dar cuenta de la creación artificial de escasez (como sucedió con el desarrollo de otras tecnologías para su comercialización) permite desmitificar el imaginario que une lo digital con la abundancia (como característica inherente). De hecho, esa proyección simbólica fue una de las bases sobre las que se produjo un cambio de paradigma (aun vigente) en las políticas de comunicación, con la relajación de los límites a la concentración para habilitar la convergencia y una redefinición del concepto de interés público que abarca nuevos principios económicos y consumistas, con menos énfasis en la igualdad, pese a la retórica del crecimiento de internet (Mansell & Raboy, 2011; Van Cuilenburg & McQuail, 2003).

A comienzos del siglo XXI se produjo un “cambio de rumbo latinoamericano” en muchos de los países de la región (Arroyo et.al., 2012), que también se vio plasmado en las políticas de comunicación implementadas, que tomaron un camino diferente al paradigma preponderante basado en la convergencia que caracterizó (y caracteriza) a los países centrales en esta etapa. En el caso argentino, a partir de diciembre de 2015, se observa una “restauración” a favor de las grandes empresas del sector con las medidas adoptadas por el gobierno de Mauricio Macri. Como caso emblemático cabe mencionar la aprobación de la fusión de Cablevisión y Telecom, dando lugar a la “mayor concentración infocomunicacional de la historia argentina y, por la

cantidad de mercados que comprende, es inédita también en el resto de América Latina” (Becerra, 2017). Entre sus activos, la nueva empresa cuenta con gran parte de la infraestructura de tendidos terrestres y clientes para brindar acceso a internet, lo que compromete el presente y el futuro del sector.

Más allá del retroceso en el contexto local en materia de democratización de la comunicación, es dable mencionar algunos ejes para continuar la investigación sobre infraestructuras y plataformas del ecosistema digital, además de las ya mencionadas: la protección y promoción de la diversidad cultural y la producción local audiovisual; el abordaje de cuestiones como soberanía y vigilancia por parte de los Estados (nacionales o extranjeros) y empresas privadas; la protección de la privacidad de los usuarios; políticas y experiencias para promover el uso y apropiación de internet; entre otros.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARROYO, L., BECERRA, M., CASTILLEJO GARCÍA, A., y SANTAMARÍA, O. (2012). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Editorial Tecnos.
- BECERRA, M. (2017). La era de los gigantes. Movimientos tectónicos con la fusión entre Cablevisión y Telecom. *Revista Fierro*, 29 de agosto.
- BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- BOLAÑO, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.
- CABASE (2016). El tráfico de internet se duplicó en 2016. Comunicado de prensa, 27 de diciembre. Recuperado el 16 de julio de 2018 de: <https://www.cabase.org.ar/el-trafico-de-internet-se-duplico-en-2016/>
- CRAWFORD, S. (2007). The Internet and the Project of Communications Law. *55 U.C.L.A. Law Rev.* 359.
- FLICHY, P. (2004). The imaginary internet: how Utopian fantasy shaped the making of a new information infrastructure. *Business and Economic History*, 2, 1-11.
- GILLESPIE, T. (2010). The politics of ‘platforms’. *New media & society*, 12(3), 347-364.
- JORGENSEN, R. F. (2013). *Framing the net. The Internet and Human Rights*. Edward Elgar Publishing.
- KURBALIJA, J. y GELBSTEIN E. (2005). *Gobernanza de Internet. Asuntos, Actores y Brechas*. Malta: Fundación Dipló.
- LESSIG, L. (2001). *The future of ideas: the fate of the commons in a connected world*. New York: Random House.
- LESSIG, L. (2006). *The Code version 2.0*. Cambridge: Basic Books.

- LEVY B. y URQUIJO MORALES, S. (2016). "Concentración en internet: un asunto de capas". En Observacom, recuperado el 18 de abril de 2016 de <http://www.observacom.org/concentracion-en-internet-un-asunto-de-capas/>
- LORETI, D. y DE CHARRAS, D. (2018). "El Ministerio de la Verdad. Los Estados y los privados a la caza de las noticias". *El Cohete a la Luna*, 23 de julio. Disponible en: <https://www.elcohetealaluna.com/el-ministerio-de-la-verdad/>
- MAGNANI, E. (2014). *Tensión en la red. Libertad y control en la era digital*. Buenos Aires: Autoría Sherpa.
- MANSELL, R. (1999). New media competition and access: the scarcity-abundance dialectic. *New media and society*, 1 (2) (pp. 155-182). DOI: [10.1177/14614449922225546](https://doi.org/10.1177/14614449922225546)
- MANSELL, R. (2011). New visions, old practices: policy and regulation in the internet era. *Continuum: journal of media & cultural studies*, 25 (1). pp. 19-32. DOI: [10.1080/10304312.2011.538369](https://doi.org/10.1080/10304312.2011.538369)
- MANSELL, R. & RABOY, M. (2011). Introduction: Foundations of the Theory and Practice of Global Media and Communication Policy. In Mansell, R. & Raboy, M. (eds.). *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Blackwell Publishing (1-20).
- MIGUEL DE BUSTOS, J.C. (2000). Industrias culturales, gratuidad y precios en Internet. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, N° 9, Noviembre, Universidad del País Vasco.
- MOROZOV, E. (2016). *La locura del solucionismo tecnológico*. Buenos Aires: Katz Editores.
- MOSCO, V. (2004). *The digital sublime*. Cambridge, MA: MIT Press.
- MOSCO, V. (2008). Current trends in the political economy of communication. *Global Media Journal -Canadian Edition*, 1(1), 45-63.
- NAPOLI, P., & CAPLAN, R. (2017). Why media companies insist they're not media companies, why they're wrong, and why it matters. *First Monday*, 22 (5).
- PLANTIN, J. C., LAGOZE, C., EDWARDS, P. N., & SANDVIG, C. (2016). Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook. *New Media & Society*, 20(1).
- SANDVIG, C. (2013). The Internet as infrastructure. In Dutton, W. H. (ed.). *The Oxford handbook of internet studies*. Oxford University Press, 86-106.
- SANDVIG, C. (2015). The Internet as the anti-television: Distribution infrastructure as culture and power. Parks, L., & Starosielski, N. (Eds.). *Signal traffic: Critical studies of media infrastructures*. University of Illinois Press, 225-45.
- UIT (Unión Internacional de las Telecomunicaciones). (2017). [ICT Facts and Figures 2017](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx). Recuperado el 4 de abril de 2018 de <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>
- VAN CUILENBURG, J. y MCQUAIL, D. (2003). Media policy paradigm shifts: Towards a new communications policy paradigm. *European journal of communication*, 18(2), 181-207.

- VAN DIJCK, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- WILLIAMS, R. (1974). "The technology and the society" in *Television. Technology and cultural form*, London: Routledge (1-25).
- WINSECK, D. (2016). Reconstructing the Political Economy of Communication for the Digital Media Age. *The Political Economy of Communication*, 4 (2), 73-114.
- ZALLO, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- ZUAZO, N. (2018). *Los dueños de internet: Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*. Buenos Aires: Debate.
- ZUKERFELD, M. (2010). "De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: una introducción a la arquitectura política de Internet". *Revista Virtualis. Sociedad de la Información y del Conocimiento*, Número 1, Enero-junio de 2010, Tecnológico de Monterrey, Ciudad de México, 5-21.
- ZUKERFELD, M. (2014). "Todo lo que usted quiso saber sobre Internet pero nunca se atrevió a googlear". *Revista Hipertextos*, Vol. 1, Número 2, Enero-junio de 2014, Buenos Aires, 64-103.

Artículo recibido el 4-7-2018 | Evaluado y aprobado por el Comité Editorial el 12-7-2018 | Publicado 20-07-2018

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/>  
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

