

NEUTRALIDAD DE LA RED: TENSIONES PARA PENSAR LA REGULACIÓN DE INTERNET

Paola Elisabet Fernández

Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)

Resumen

El presente artículo tiene como propósito la descripción y el análisis de los debates en torno al principio de neutralidad de la red, con el objetivo de introducir a la ciudadanía en las principales discusiones al respecto, a fin de establecer parámetros comunes a la regulación de la red de redes y desmitificar algunas concepciones peyorativas que punzan los debates actuales. Desde esta perspectiva, se anticipa como construcción problemática la concentración –tanto en la estructura de propiedad y de contenidos– que atraviesa Internet, cuyo exponente más significativo es Google Inc. De igual manera, el desarrollo teórico permite analizar la incidencia de cada uno de los actores en el sistema mediático-cultural emergente, con el objetivo de identificar las tensiones político-económicas y las relaciones desiguales de poder entre empresas, Estados –nacionales e internacionales– y usuarios-finales.

Palabras clave: neutralidad de la red, tecnologías de la información y la comunicación, sector informacional.

1. Introducción

La comunicación es el mecanismo mediante el que se organiza la sociedad, el mecanismo gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas. Este mecanismo es doble. La comunicación física o material, que se refiere al transporte y participa en la organización física de la sociedad, y la comunicación psíquica, verdadero agente de la organización social de la sociedad, que comprende los símbolos y todos los dispositivos que permiten su conservación y transmisión.

Armand Mattelard (1996: 62¹)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación –en adelante, TIC– en general, e Internet en particular, emergen como proyectos socio-económicos, en los cuales las primeras adquieren un rol central (Garham, 2000; Becerra, 2003, 2005, 2010; Miége, 2010, De Moraes, 2010). En este contexto, los debates en torno a la neutralidad de la red ladean entre la regulación y las normativas restrictivas –desde la interpretación negativa del derecho–, consecuencia de la incapacidad de encorsetar el accionar individual y colectivo que habilitan los dispositivos tecnológicos actuales, que complejizan el acceso a los bienes culturales, central en el marco de la cultura digital.

Bajo estas consideraciones iniciales, en el actual entorno mediático-cultural, se torna visible la intervención

de los espectadores de los medios de comunicación, situación que provoca la tentación de caer en la utópica liberación individual producto de las tecnologías de gestión, desplazando la función del Estado – como garante de derechos– a un mero espectador del proceso. En consecuencia, es oportuna la aclaración metodológica referida a que no debe limitarse a hablar de tecnologías interactivas y sí considerar las acciones e interacciones entre los actores emergentes, así como también desplazar el rol de consumidor hacia una (re) significación como autores/creadores de bienes y obras intelectuales, fundado en la noción de los bienes comunes (Vercelli, 2009). En consecuencia, proteger el derecho ciudadano al acceso y participación a la cultura digital debe ser prioritario en el momento de iniciar cualquier debate relacionado con Internet.

Desde esta aproximación, el presente trabajo tiene como propósito la descripción y el análisis de los debates en torno a la neutralidad de la red; con el objetivo de introducir a la ciudadanía en las principales posiciones de discusión al respecto, a fin de establecer parámetros comunes a la regulación de la red de redes y desmitificar algunas concepciones peyorativas que punzan los debates actuales. Desde esta perspectiva, se anticipa como uno de los principales problemas actuales, la concentración –tanto en la estructura de propiedad y de contenidos– que atraviesa Internet, cuyo exponente más significativo es Google Inc. sin desconocer la posición dominante de Facebook en lo que se refiere a redes sociales.

2. Antecedentes teóricos y legislativos de la neutralidad de la red

La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no se gana en el lugar de donde parte la comunicación, sino en el lugar a donde llega.
Umberto Eco, *La guerrilla semiológica*, 1967

La neutralidad de la red atraviesa álgidos debates legislativos y académicos con relación al perjuicio que conlleva la intervención directa del tráfico de la información en Internet. Sin embargo, es plausible que ninguno de ellos haya puesto sobre la mesa los hábitos sociales detrás de los deberes y obligaciones que enumeran las leyes, traccionados por las tensiones entre los intereses económicos de las empresas² y las apropiaciones por parte de los usuarios de las tecnologías; con los derechos implícitos en ellas.

A partir de esta afirmación, la cita de Umberto Eco (1967) bien podría ser el punto de partida para pensar la cultura digital como prospectiva del objetivo por alcanzar. No es un dato menor que una de las primeras intenciones al calor de Internet –y su posibilidad intrínseca de descarga masiva– haya sido la penalización al usuario, ya sea con intenciones de remuneración o bien, al servidor –en este punto, el fallo *Cuevana*³ sienta precedente–.

A los defensores del principio de neutralidad –entre los que se destacan los productores de contenidos, aplicaciones y servicios *online* y asociaciones de usuarios, entre otros–; se oponen las operadoras de

telecomunicaciones y cable, las cuales detentan un poder económico monopólico en América Latina en general y en la Argentina en particular⁴. Por analogía, las empresas argumentan que, dada su responsabilidad por el abastecimiento, manutención y futuro desarrollo de las redes, tendrían derecho a discriminar velocidades o tarifas distintas según el servicio que se ofrezca a terceros. A modo de ejemplo, los proveedores de acceso, entre otras iniciativas, han lanzado la idea de crear la “tasa Google”, inducida como el pago de una suerte de “peaje” por el uso de la infraestructura a los buscadores *online* que generan un gran número de visitas (Albornoz, 2011: 227).

Desde esta perspectiva, al final del día, no queda claro cuáles son las verdaderas motivaciones que llevan en la actualidad a debatir la neutralidad de la red dada la contraposición de intereses, a veces irreconciliables, de los actores involucrados.

3. Concepto

Como primer acercamiento, la neutralidad de la red es un principio que establece que todos los contenidos que circulan por Internet deben recibir tratos igualitarios y no deben discriminarse según origen, uso o aplicación. En otras palabras, es la última fase de una eterna discusión sobre la regulación de los medios de comunicación.

Los primeros analistas jurídicos y técnicos sostenían que Internet era especial, debido a su construcción descentralizada que lo diferenciaba de las anteriores tecnologías de la libertad (de Sola Pool, 1983), mientras que otros referentes de la época, como Lawrence Lessig (1999), argumentan que la clausura no tiene por qué ser un resultado inevitable. En consideración, Internet no fue, hasta entrado el nuevo milenio, objeto de regulación más allá de la prioritaria para garantizar la interoperabilidad y la competencia, basada en las primeras consultas realizadas en Estados Unidos –o First Computer Inquiry y Second Computer Inquiry de la Comisión Federal de Comunicaciones de Norteamérica (FCC)– y en el principio de diseño de extremo a extremo (E2E) (Marsden, 2012).

Acuñada en 2003 por Tim Wu, la expresión fue de utilidad para el desarrollo del entonces incipiente debate en relación con las prácticas de gestión en el tráfico y calidad del servicio en Internet (Califano, 2013). De esta aproximación, se identifican como elementos correlativos al principio convocante, garantizar cuatro libertades (FCC, 2005) a los usuarios finales: para conectar dispositivos, ejecutar aplicaciones, recibir los paquetes de contenidos que desee y obtener información relevante sobre el Plan de Servicios contratado⁵.

Así, se puede inferir que el concepto se encuentra atravesado por dos compromisos de no discriminación diferentes: el del servicio universal –relacionado con el acceso igualitario a todos los individuos– y otro de servicio público de transporte –o *common carriage*, que contempla el trato igualitario de todos los contenidos que circulan por la web, sin diferenciarlos por sus costos, peso, tipo u origen–.

Se desprenden de estas líneas las dos posturas que atravesaron –y atraviesan– los debates actuales: la primera que pretende la sanción legal del principio, ya que consideran que las restricciones en el acceso a

contenidos actúan en perjuicio del ejercicio de libertad de expresión de los usuarios; y la segunda, quienes se oponen a cualquier tipo de regulación, dado que se interpreta que estas acciones impiden el desarrollo de la infraestructura de Internet, ya que los proveedores de banda ancha no se verían atraídos para invertir en mejorar el servicio.

La primera posición se considera el antecedente de mayor inmediatez al concepto de neutralidad (Califano, 2013). Con relación al denominado E2E, comprende Internet como un diseño de redes simples. No obstante, este paradigma no se encuentra exento de tensiones. A las ventajas de una red abierta se suman las desventajas de la congestión del tráfico de contenidos e información. En este sentido se encuentra el paralelismo con la noción del servicio público de transporte –*common carriage*– y las tensiones entre los actores: los operadores de servicio público de transporte reclaman los beneficios de derechos de paso y otros privilegios, a la vez que exigen controlar el tráfico para obtener mayores beneficios. Esta afirmación habilita inferir que sus acciones para garantizar la integridad de la red y reeditar los mejor de ambos escenarios, son solo a los efectos de percibir mayores ganancias y poder económico (Marsden, 2012: 27). En este contexto, es oportuno aclarar que una tarifa plana para todos los paquetes, incluso los de igual tamaño, no se encuentra atravesada por la noción de servicio público de transporte. Sí refiere, en cambio, a un acuerdo de no discriminación,

... entre el soberano y la red de transporte o equipamiento donde tiene lugar el intercambio: al ser calificados como *common carriers*, se otorgan a estos actores privados determinados derechos y beneficios de los que carecerán los transportistas privados ordinarios⁶ (*Ibidem*).

En suma, la formulación de principio en los términos descriptos y su aplicación al ámbito de las redes digitales llevarían a prohibir las prácticas de comercialización vigentes –precios por consumo o en el caso de los planes de tarifa plana, precios por velocidades de conexión–; en pos de formular políticas públicas que garanticen el acceso a la red de redes de los distintos sectores sociales y que formen “ciudadanos digitales”, vinculados a los derechos ciudadanos en la era digital (Albornoz, 2011).

3.1 Desmitificar el mito “irregulable” de Internet

Desde un plano estructural, para analizar las prácticas en Internet –en todos los eslabones de la cadena de producción– es necesario contextualizar lo que esta tecnología admite ejecutar a partir de su arquitectura, es decir, la estructura “física” que no puede ser modificada por el usuario, en términos de Lawrence Lessig (1998: 23). Así, desde un primer momento, el accionar del usuario está condicionado por las “paredes” impuestas por el propio diseño de la web. Sin embargo, el concepto arraiga las tensiones latentes entre el determinismo tecnológico y el social⁷. Desde esta perspectiva de análisis, el proceso de transformación cada vez más influyente que producen las TIC, llega al punto de afirmar que la sociabilidad real se da hoy

en Internet (Castells, 2013)⁸.

A partir de esta consideración, se identifica un tipo de acción que altera las prácticas tradicionales de producción y circulación de la información, sobre todo si no limitamos el término a lo que implica la creación de contenidos audiovisuales. No obstante, desde las categorías de Lawrence Lessig (1998), la propia estructura de la red impide la participación ilimitada de los ciudadanos, afirmación que permite alegar la necesidad de regulación para evitar abusos o prácticas predatorias por parte de las empresas. La aserción se apoya en lo que el autor denomina como una “espada de doble filo” capaz de asegurar la confidencialidad de las comunicaciones de los individuos y monitorear sus acciones cotidianas.

En consecuencia, Lessig (1998, 1999, 2001) describe los distintos códigos que autorizan o impiden a los usuarios del ciberespacio a atravesar diversas prácticas. Y no solo a través de efectos directos –por modelo, se puede considerar que la plataforma colaborativa *YouTube* elimine un contenido particular de uno o más usuarios–, sino también por efecto indirecto. Por ejemplo, es el caso del código que permite la acción de usuarios registrados e identificados con una empresa, por lo cual sus comentarios estarán condicionados por miedo a las consecuencias en el “mundo real”.

Desde este anclaje metodológico, el escritor de “Las leyes del ciberespacio” (1998), con la intención de plantear un sendero que desmitifique la abstracción “irregulable” de Internet, desde el cual se traza el escenario mediático en el que interaccionan empresas, intermediarios⁹, usuarios y productores. El argumento que estructura Lessig (1998) es que Internet se encuentra atravesada y regulada por cuatro normas, que afectan de manera directa los usos y apropiaciones de la Red.

Para construir las normas regulatorias, el creador de *Creative Commons* fundamenta cuatro categorías que inciden como restricciones en el uso de Internet:

- **Ley:** acepción de mayor trascendencia e investigación epistemológica, que no son ni más ni menos que el conjunto de normas que los organismos nacionales y supranacionales establecen para un uso “óptimo” de Internet. Desde esta óptica, las leyes impuestas para su regulación son, en su mayoría, de carácter penalizador que fueron –y son– enfocadas, en su mayoría, a los usuarios¹⁶.
- **Normas sociales:** las que actúan, en palabras de Lessig, como una “segunda restricción reguladora”. Son el conjunto de valores y normas que rigen la vida de los individuos y que condicionan sus prácticas en la red. Puede interpretarse como una auto-regulación cultural, distinta según las costumbres y hábitos de cada región.
- **Mercado:** al igual que en el mundo real, Internet también se encuentra condicionado por la lógica comercial. Las bases del mercado condicionan la participación de otros actores, sobre todo por la característica intrínseca de las Industrias Culturales¹⁰ tendientes a la concentración y lo referente a la imposición en los precios de los productos y servicios.

En lo competente a las intenciones del presente artículo, las producciones de sujetos individuales o colectivos por fuera de la lógica comercial, no serán competitivas, ni para la industria ni en su reproducción y

circulación –con contadas las excepciones¹¹–, lo que dificulta su trascendencia fuera de su zona de influencia –en las redes sociales, sería la denominada como *comunidad virtual*–. Esta restricción, afirma el especialista en derecho informático, rodea el ciberespacio como lo hace en el espacio real. Dicha limitación, interpela en directo lo que significa el precio de pago por servicio de Internet, diferencial y desigual en las diversas partes del mundo¹².

- **Código:** en este punto el autor traza una línea de acción representada por lo predeterminado y que no puede ser modificado. En el plano real, son las condiciones ambientales o ecológicas que el individuo no puede cambiar –por ejemplo, que el clima del Ártico es frío–; mientras que en el ciberespacio se plantea la metáfora de la arquitectura o naturaleza.

Para Lessig (1998, 1999, 2001), es el carácter constitutivo del código la ley de mayor trascendencia, ya que traza las mayores dimensiones de distancia entre el ciberespacio y el mundo real. Si bien en este último existen reglamentaciones impuestas por condiciones socio-económicas y culturales, fundadas en las luchas de poder entre los actores sociales –estatales, gubernamentales, privados, con y sin fines de lucro, organismos nacionales y supranacionales–, estas encuentran sus límites en la naturaleza del espacio de influencia o el escenario de acción¹³.

Este último punto marca la mayor diferencia con el ciberespacio, ya que la arquitectura o código que lo rige está configurado por programadores y diseñadores. El código, en palabras textuales del escritor de *Cultura Libre*, “es el conjunto de protocolos y reglas implementados o codificados –*software* y *hardware*– del ciberespacio mismo, los cuales determinan cómo interactúan o existen las personas en este espacio” (Lessig, 1998: 2). Esta última regulación, a diferencia de las anteriores restricciones, no puede ser modificada pese a la voluntad de las partes, porque es inherente y constitutiva del espacio en red.

A partir de estas categorías, deben comprenderse los cuatro principios como factores correlacionados para englobar las acciones en red y cómo actúan en el plano regulatorio, ya que ninguno de ellos por sí solo puede representar el efecto de los cuatro juntos. En palabras de Martín Becerra (2012) e interpretando a Lessig (1999),

... la regulación de las redes digitales se produce de facto a través de la apropiación social de las tecnologías y sus usos; del comportamiento de los agentes económico –productores, intermediarios tales como los empaquetadores, indexadores, distribuidores y comercializadores, consumidores–; y de los códigos que habilitan u obturan el acceso a servicios y aplicaciones, y que según Lessig representan en Internet un rol constituyente en las prácticas (p.: 73).

En correspondencia con lo expuesto, es posible afirmar que Internet se encuentra condicionado por estas restricciones, con lo cual se torna prioritario una regulación normativa que atienda a evitar las prácticas abusivas de las empresas que operan en Internet y garantice el derecho de los sujetos de acceder y

participar de la cultura digital. En este contexto, es pertinente contextualizar el marco de situación del escenario donde se mueven estos nuevos actores, a fin de evitar confusiones metodológicas y establecer criterios de acción para los estudios de la comunicación.

En lo concerniente a la cultura digital, las nuevas tecnologías –dispositivos móviles, computadoras, entre otros– multiplican las destrezas de la cultura digital y su potencial creativo. No obstante, es necesario reformas en la legislación vigente que atiendan a la comunicación y el acceso a la tecnología y, por ende, a la cultura digital, como derechos implícitos en la sociedad actual.

4. El poder del sector info-comunicacional y su relación con la neutralidad de la red

El sector de las telecomunicaciones juega un rol central ante la emergencia de Internet. Más allá de la aparición de otros actores en el actual entorno mediático –entre los cuales se destacan las empresas proveedoras de servicio de televisión por cable e intermediarios, como es el caso de Netflix o Hulu¹⁴–, el sector posee gran peso económico y político, que se intentará resumir a continuación; en el marco de justificar la necesidad de regular Internet en función de garantizar los derechos digitales de los ciudadanos.

En América Latina en general y en la Argentina en particular, la participación en un mercado dinámico e internacionalizado lleva a las empresas a la encrucijada de crecer a partir de la compra de empresas más pequeñas, o ser absorbidas por grupos internacionales¹⁵.

De modo análogo, si bien existen en el interior del país cooperativas telefónicas, el mercado de telecomunicaciones no presenta diversidad, toda vez que se halla concentrado por el duopolio Telefónica/Telecom –que desde la participación accionaria de Telefónica de España en Telecom Italia es casi un monopolio– en más del 95 % de las líneas en actividad.

Por otra parte, es considerable la influencia de las dos primeras empresas en cada uno de los mercados info-comunicacionales –Telefónica y Grupo Clarín–, que es visible si se considera el promedio de concentración de la Argentina: representa el 84 % por parte de los primeros operadores¹⁶, en el caso de la facturación, y el 83 % en el caso del dominio de mercado.

Los porcentajes demuestran la consolidación de una situación estructural: las industrias info-comunicacionales se hallan controladas por las primeras firmas. Así, el desarrollo de las industrias culturales en América Latina revela el carácter excluyente del acceso y el usufructo de los principales bienes y servicios de información, comunicación y cultura –con excepción de los no arancelados–.

El alto nivel de concentración de la propiedad y de centralización de las producciones latinoamericanas, conspira contra las expectativas de mayor disposición de los recursos de comunicación en el contexto, paradójicamente, de la construcción de Sociedades de la Información (Mastrini, Becerra, 2006). Esta situación se agrava al contemplar los grupos a los que esas firmas pertenecen: se trata de los dueños de las empresas de telecomunicación, que ramifican su actividad en todas las hileras productivas de la cadena de valor, en casi la totalidad de las industrias consideradas, como lo ejemplifican los casos de Clarín y

Telefónica; que se destacan como grupos dominantes (Mastrini, Becerra, 2006).

En consecuencia, la multiplicación de fusiones y adquisiciones de empresas del sector info-comunicacional ha implicado que la tradicional estructura de firmas ha dejado lugar a una estructura de grupos (Mastrini, Becerra, 2011: 76). Este punto es clave para comprender la influencia del sector en el escenario mediático actual, dado que el poder económico que detentan impide el ingreso de otros actores al mercado¹⁷.

Respecto a la relación entre los sistemas mediático y político, la relación entre los gobiernos y los propietarios de los medios se resolvió por la incapacidad de los gobiernos para fijar políticas hacia los propietarios de medios, a cambio de obtener cierto control político sobre los contenidos.

A partir de la década del noventa, la expansión del sistema neoliberal favoreció la concentración¹⁸ de la propiedad, fomentó la conformación de grandes conglomerados de medios, la centralización de los contenidos y de la propiedad, entre otros. Así, con el permiso legal para establecer propiedad cruzada¹⁹, se consolidó –bajo la complicidad política de los gobiernos vigentes– la formación de inmensos conglomerados de medios.

En la actualidad y en un escenario marcado por la convergencia, pese a los intentos gubernamentales de limitar la concentración de la propiedad²⁰,

... la estructura concentrada, conglomeral y centralizada de la propiedad de las industrias de producción y circulación masiva de bienes y servicios de la cultura y la comunicación se conjuga con un proceso de ampliación de las capacidades sociales de expresión y con el decisivo impacto de la convergencia digital que repercute en la actual crisis de la influencia del sistema de medios de comunicación tradicional (Becerra, 2012: 72).

En este marco, Internet cuenta con el potencial de convertirse en un bien público, en la medida en que se garantice que no sea excluyente o discriminador y que no rivalice con otros bienes y servicios (*Ibidem*); pero siempre en consideración de la regulación de facto que posee la red. En este contexto:

La preocupación por la concentración se centra en la posición dominante que algunos grupos puedan ejercer en las redes tradicionales de producción y distribución masiva de información y entretenimiento. Esto es lo que tradicionalmente hacían los medios masivos. Pero la convergencia digital obliga a ampliar el objeto de análisis: hoy en día la información y el entretenimiento a escala masiva no solo es producido y distribuido por los medios masivos como la televisión y la radio, sino también y de forma creciente, a través de las redes de telefonía y de servicios de Internet. Por eso, es fundamental el lugar de las operadoras de telecomunicaciones y de las proveedoras de conexión a la televisión por cable (Becerra, 2012:78).

Y esta última preocupación es la que torna relevante la regulación de la neutralidad de la Red: dado el peso

en el sector info-comunicacional de los actores que brindan el servicio de Internet; así como de la regulación intrínseca que se desprende de esta, se debe disponer de mecanismos legales que restrinjan el accionar de estas empresas que atenta contra la libertad de los usuarios en la Red.

En este marco, no solo deben considerarse los derechos relativos a la libertad de expresión, sino también las concernientes a los derechos en el escenario digital (Becerra, 2010; De Moraes, 2010; Miége, 2010; Sierra, Del Valle 2007; Albornoz, 2011).

Dado que el escenario de la convergencia se combina con la estructura concentrada de la propiedad de las redes, productos, dispositivos, programas, aplicaciones, servicios y contenidos; resulta necesaria la composición de un marco de comprensión y de discusión de políticas que analice tanto las trayectorias históricamente divergentes de los sectores de la cultura, información y datos, como su comportamiento convergente, así como también los efectos de su estructura concentrada (Becerra, 2012).

La compleja tarea de avanzar en la regulación sobre la neutralidad de la red se resume en la tensión entre una serie de derechos de los usuarios y consumidores de la cultura a través de soportes digitales y el accionar de las empresas prestadoras e intermediarias de los servicios en red, que apuntan a la discriminación de precios –de acuerdo a la velocidad y ancho de banda– en busca de percibir mayores ganancias.

En palabras de Ramón Zallo (2011) y de cara a las actitudes de los sectores info-comunicacionales descriptas, las acciones que se consideran irrisorias, son las que afectan y alteran los eslabones del mercado mismo no solo por la convergencia, sino por cambios en el hábito de consumo de las audiencias. Así, “no es que el usuario sea reacio a pagar, toda vez que para hacer real ese derecho a la cultura –cuyo sinónimo se traduce en acceso a la comunicación–, ya que paga ordenador, telefonías, Internet y servicios, así como también soporta cantidades ingentes de publicidad” (Zallo, 2011²¹), lo que obliga a las empresas a ubicarse en su rol dentro de la cadena productiva, en lugar de afectar al usuario final con aumentos en las tarifas.

5. Reflexiones finales

La importancia del acceso segmentado, reducido y minoritario a los bienes y servicios de comunicación y cultura es medular para elucidar el tipo peculiar de Sociedades de la Información que se van configurando en América Latina, toda vez que son las modalidades de apropiación social de las tecnologías, y no las tecnologías per se, las que materializan la construcción de sociedades informacionales.

Guillermo Mastrini y Martín Becerra, 2006: 5²²

Cuando se plantea la necesidad de regular la neutralidad de la red emerge de forma explícita la problemática de la concentración de la propiedad y la centralización en la producción de contenidos que detenta el sector info-comunicacional; así como también el monopolio del tendido eléctrico y su incidencia

en la configuración de la Sociedad de la Información.

La idea fundacional que subyace en la noción de neutralidad de la red, es el objetivo que establece a las redes de telecomunicaciones como vehículos neutrales en la transmisión de los datos, de modo que no tenga lugar discriminación alguna en razón del origen de la información, de su naturaleza o de las aplicaciones a las que los usuarios desean acceder.

En buena medida esta neutralidad ha sido consustancial al diseño primigenio de Internet y puede quedar en entredicho ante determinadas prácticas de gestión del tráfico que priorizan la transmisión de los datos: ya sea por sus características o en función de las distintas fórmulas de contratar los servicios, con criterios diversos de calidad. Se infiere, en consecuencia, que las prácticas abusivas y predatorias por parte de este sector pueden poner en riesgo no solo la libertad de expresión y de información, sino el propio desarrollo tecnológico de la Red.

Tal como se ha relevado a lo largo del presente trabajo, parte de la discusión se centra en si el respeto a las mencionadas libertades debe dejarse al juego de la libre competencia entre los operadores o si es precisa una intervención legislativa o regulatoria para establecer deberes específicos de neutralidad, y si resultan suficientes en este sentido las previsiones incluidas en los distintos dispositivos legales aprobados a tal fin por los países descriptos.

En función del análisis expuesto, un denominador que se encuentra en el proceso de los países mencionados, es el peso político-económico del sector info-comunicacional, que condiciona imperativamente cualquier debate en torno a la neutralidad de la red. En consecuencia, se torna fundamental la intervención de los Estados y los organismos supranacionales a la hora de encarar políticas públicas que actúen en favor de garantizar los derechos digitales de los ciudadanos, en detrimento de la concentración y centralización de la propiedad o de los insumos necesarios para prestar el servicio.

En paralelo, el peso de corporaciones como Google Inc. que emerge gracias al desarrollo de Internet, presenta otro entramado de complejidad, dada la transformación impulsada por el propio conglomerado y el uso y apropiaciones a nivel usuario. En otras palabras, mientras al interior de los Estados en América Latina se debate sobre la concentración de la información y la palabra a mano de pocas empresas de medios –tal como se ha descripto en lo referido al sector info-comunicacional–; hay una corporación a nivel mundial, de inmensa dimensión, que gestiona y administra derechos ciudadanos, como ser la disponibilidad de las obras intelectuales y la participación plena de la ciudadanía, que no es otra empresa que Google Inc. (Vercelli, 2013). Se trata, desde esta inferencia, de cómo se garantizan los derechos de la ciudadanía en Internet y no se limita solo a la materialidad del soporte –en línea con las políticas actuales de acceso y participación (Loreti, 2012)–.

Así, Google Inc. Es, a la fecha, la mayor empresa de Internet²³ y, sin dudas, la que mayor cantidad de obras intelectuales gestiona a diario a nivel global: desde la web, hasta telefonía móvil, pasando por redes sociales, correos electrónicos, videos, imágenes, mapas, música y, por supuesto, obras literarias; mientras

que su motor de indexación le permitió posicionarse como el principal buscador en Internet del mundo, lo que le permite cuantiosos ingresos en publicidad²⁴. En este sentido, convergen en un único plano de acción empresas divergentes, cuyo punto de inflexión se encuentra en el rédito económico que pueden garantizar en Internet con el uso e interacciones a nivel usuario.

En virtud de lo expuesto, el poder del sector info-comunicacional, como consecuencia del monopolio de las redes e infraestructura, que a su vez se traduce en su posición dominante en el tráfico de la información; y el peso económico de Google Inc., con el manejo casi exclusivo del bien máspreciado en la actualidad – información (Castells, 1998, 2009)²⁵–; provocan la necesidad de regulación de Internet, que adquiere mayor relevancia y precisa de un debate real, sin eufemismos ni falsas utopías. En palabras de Ariel Vercelli (2008):

La mera discusión sobre la necesidad de regular/ajustar/balancear cualquier situación es ya, en sí misma, una instancia político-regulativa. Cuando se plantean posiciones sobre la necesidad, conveniencia u oportunidad de una regulación, y este es el caso de Internet, muchas otras regulaciones (pre-existentes) ya están en pleno y silencioso funcionamiento. Por supuesto, muchas de estas regulaciones no son claras o explícitas (como puede ser una ley) sino que se codifican a través del diseño mismo de la tecnología. ¿Es que Internet todavía se presenta como un espacio sin regulaciones? Tal vez. Sin embargo, es imposible encontrar partes de la red que no estén previamente constituidas, mediadas o intervenidas por algún tipo de regulación.

Así, técnicamente, se vuelve imposible y absurdo concebir no regulaciones. Las regulaciones se fundan en la irrefrenable y vital tendencia a decir sí. Son parte de la construcción política de los entornos y, como tal, se basan en los intereses de quienes los diseñan y construyen socio-técnicamente (en prensa²⁶).

De acuerdo con lo expuesto, es necesario que las nuevas regulaciones sobre Internet especifiquen los derechos y obligaciones de todos los actores involucrados, sin cercenar el ejercicio de derechos digitales – entre los que se destacan los de acceso y participación– así como el de libertad de expresión.

Para este último punto es necesario limitar el poder conglomeral que poseen en la actualidad los gigantes del sector comunicacional y digital, razón que nos lleva a la necesidad de garantizar la regulación de la neutralidad de la red sólo como punto de partida.

Notas

1.- En *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, España, Siglo XXI.

2.- Entre las que se destaca Google Inc. y las empresas de telecomunicaciones. Por el lado de la primera, fue fundada en 1998 por Larry Page y Sergey Brin, dos estudiantes de la Universidad de Stanford, Estados Unidos. La idea surge con la necesidad de ordenar las páginas web para facilitar su acceso por parte de los usuarios, es decir, para ordenar de alguna manera la información disponible

localizada en distintas páginas que se alojan en la Web.

3.- El sitio web "Cuevana" provee links para el visionado de películas y series. En noviembre de 2011, tras el reclamo de la empresa "Imagen Satelital S. A.", un juez de primera instancia en la Argentina ordenó a la Secretaría de Comunicaciones y a la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) que solicitara el bloqueo por parte de los ISP –servidores– de ciertos contenidos de Cuevana –no toda la web, sino determinados contenidos específicos: las series *Falling skies*, *Bric* y *26 personas para salvar el mundo*–. La solicitud se fundamentó en la legislación que protege el derecho de autor. La CNC ordenó el bloqueo y, de acuerdo con la decisión judicial, Cuevana denunció desde su cuenta de Twitter que algunos ISP estaban bloqueando contenidos del sitio. En enero de 2013, la Cámara de Apelaciones rechazó la petición de HBO Ole Partners de bloquear por completo el sitio Cuevana, dado que aún se ignora dónde está ubicado el servidor y quién lo administra, además de que la medida se considera excesiva y desproporcionada. Cfr. Fallo Cuevana <http://es.scribd.com/doc/74214083/Fallo-contra-Cuevana> y <http://www.telam.com.ar/notas/201302/6927-la-justicia-rechazo-el-bloqueo-preventivo-de-cuevana.html> [Consulta: 21 de octubre de 2013]. Para un análisis de mayor envergadura y profundidad con respecto al caso de Cuevana y su relación con la legislación de propiedad intelectual. Cfr. Eduardo Bertoni, Carlos Cortés (2013), "La tensión entre la protección de la propiedad intelectual y el intercambio de contenidos en la red, a propósito del caso Cuevana", en *Argentina y la "Ley Lleras" en Colombia*. Documento producido por la Iniciativa por la Libertad de Expresión en Internet. Disponible en <http://www.palermo.edu/cele/pdf/investigaciones/la-tension-entre-la-proteccion-de-la-propiedad-intelectual.pdf> [Consulta: 21 de octubre de 2013].

4.- Los dos grupos que predominan el sector info-comunicacional en la Argentina son el Grupo Clarín y el tándem CEI Citicorp Holding-Telefónica Internacional S. A. (TISA). Si bien la situación predominante del primero prevé cambios, con relación al límite en la estructura de propiedad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N.º 26522); no parece replicarse en el caso del segundo. Cfr. Luis Albornoz, Pablo Hernández, Guillermo Mastrini y Glenn Postolsky (2000), "Al fin solos: el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina". En Luis Albornoz (coord.), *Al fin solos: la nueva televisión del Mercosur*; Buenos Aires, La Crujía. Para la incidencia del sector info-comunicacional y las modificaciones en el escenario comunicacional tras la sanción de la Ley 26522; cfr. Santiago Marino, Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2011). "El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina". En Koschützke y Gerber (ed.) *Progresismo y política de comunicación. Manos a la obra*, Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert.

5.- Esta referencia se fundamenta en el principio de transparencia, el cual refiere al derecho de los usuarios finales en conocer los criterios de gestión del tráfico que los ISP aplican con relación a su propia red y el suministro de información por parte de los ISP hacia el resto de operadores, de tal modo que puedan desarrollar los contenidos, aplicaciones y servicios que mejor se adapten a las características y el tráfico de las redes en cada momento, optimizando así su uso y evitando, en la medida de lo posible, situaciones de colapso.

6.- Se puede establecer una similitud con el modelo de servicio público norteamericano de telecomunicaciones; para impulsar su desarrollo, el Estado concedió derechos y obligaciones particulares a la actividad al sector privado. Cfr. Jan Van Cuilenburg y Denis McQuail (2005). "Cambios en el paradigma de políticas de medios: hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación", *European Journal of Communication*, Vol. 18 N.º 2, Londres, Sage, pp.:181-207.

7.- Cfr. Raymond Williams (1973), *Televisión. Tecnología y Forma Cultural*, Buenos Aires, Paidós.

8.- En "La socialidad de hoy está en Internet". Recuperado en agosto de 2013. Disponible en: http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Manuel-Castells-sociabilidad-real-hoy-Internet_0_967703232.htm [Consulta: 23 de octubre de 2013].

9.- Actor que emerge gracias a la convergencia (Zallo, 2009). Uno de los ejemplos más representativos es el de Netflix, que facilita los contenidos de las grandes productoras a los usuarios. Cfr. Teresa Ojer y Elena Capapé (2012), "Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix", *Revista Comunicación*, N.º 10, Vol.1, pp.: 187-200.

10.- Cfr. Robert McChesney (2002), "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en José Vidal Beneyto, *La ventana global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*, Taurus, pp.: 233-248 y Cfr. Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2005), "Estructura y dimensión de las industrias info-comunicacionales en América Latina", *Palabra Clave*,

N.º 12, pp.: 10-28.

11.- Con éxitos efímeros, algunas producciones de los usuarios trascienden el mercado. Sin analizar el fenómeno de Justin Bieber – que nació en Internet– encontramos los casos de videos que trascienden la escena local, como los realizados por los fanáticos de *The Walking Dead*, que fueron incluidos por la producción de la serie para promocionar la misma; por mencionar ejemplos actuales. Cfr. <http://www.walkingdeadfanfiction.com/> [Consulta: 23 de octubre de 2013]; y Henry Jenkins (2006), *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

12.- Cfr. Unión Internacional de Telecomunicaciones (2013), *Medición de la Sociedad de la Información*, Ginebra, Suiza, Place des Nations, CH-1211.

13.- Las tecnologías digitales e Internet favorecieron la creación de una gigantesca red global de millones de unidades de procesamiento y almacenamiento de información. Los discos rígidos de las computadoras personales, los teléfonos móviles, los servidores, entre otros, conforman una red de soportes distribuidos de todo tipo de obras intelectuales (Vercelli, 2009). Desde esta perspectiva, los mejores ejemplos para demostrar la importancia de lo que Lessing denomina “arquitectura” son las empresas Microsoft –de venta de sistemas operativos– y Google Inc. Esta última es en la actualidad, la mayor empresa de Internet y la que mayor cantidad de obras intelectuales gestiona a nivel global. No es de extrañar que es una de las empresas en contra de garantizar la neutralidad de la red (Marsden, 2012). Desde este anclaje, el análisis de la arquitectura jurídico-tecnológica desarrollado por Google Inc –en particular para el ambicioso proyecto de Google Books–; permite identificar la trascendencia de este tipo de regulación intrínseca (Vercelli, 2012).

14.- Cfr. Teresa Ojer y Elena Capapé (2012), “Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix”, *Revista Comunicación*, N.º 10, Vol. 1, pp.: 187-200.

15.- Cfr. Martín Becerra, Guillermo Mastrini (2008), “La compleja faceta del acceso info-comunicacional en Argentina”, *Revista Ecos de la Comunicación*, Año 1, N.º 1, Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina.

16.- Cfr. Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2006), *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.

17.- Cfr. Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2008), *La concentración info-comunicacional como barrera: el caso de América Latina*, Buenos Aires, UBA.

18.- Para el desarrollo completo de la problemática de la concentración de medios, cfr. Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2010), *Concentración de Medios*, Buenos Aires, UBA.

19.- En Argentina, la Ley de Radiodifusión 22.285, sancionada durante el último gobierno de facto, impedía que los medios gráficos accedieran al sector audiovisual. Con las posteriores reformas impulsadas por el gobierno de Carlos Menem entre 1989 y 1995, este impedimento fue derogado. Cfr. Luis Albornoz y Pablo Hernández (2004). “La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: concentración, desnacionalización y ausencia de control público”. En Guillermo Mastrini (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía, pp.: 257-287.

20.- A través de la sanción y reglamentación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Nº 26522). Cfr. Santiago Marino, Martín Becerra y Guillermo Mastrini (2011), “El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina”, en Koschützke y Gerber (ed.). *Progresismo y política de comunicación*, Manos a la obra, Buenos Aires, Fundación Friedrich Ebert.

21.- Cfr. “Paradojas de la cultura digital”, *Revista Telos* N.º 88, Madrid, Fundación Telefónica, julio-septiembre.

22.- “En Globalización, mercado e industrias culturales: ¿resistencia o simulacro?”. Ponencia presentada en el XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, septiembre de 2006.

23.- Sus ingresos al cierre del ejercicio 2013 fueron de 15.720 millones de dólares. Cfr. Google (n.d.a). Company overview. Sitio web de Google. Disponible en: <www.google.com/corporate/thethings.html>.

24.- Google es la empresa de publicidad más importante del mundo. Reinventó la publicidad en Internet y planea desplazar su modelo a la televisión, los diarios y la telefonía móvil (Vercelli, 2010).

25.- No queda exento en el patrimonio de datos personales la red social Facebook. Ver Facebook vs Google: la lucha de titanes en la arena tecnológica. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/financial-times/facebook-vs-google-lucha-de-titanes-en-la-arena>

tecnologica.html [Consulta: febrero de 2014].

26.- En *Revista Crítica de la Argentina*. Recuperado de www.arielvercelli.org.

Bibliografía

- Albornoz, L. A. (2011), "Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica", en Albornoz, L. A., *Poder, Medios, Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós.
- Becerra, M. (2003), *La Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*, Buenos Aires, Norma.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2004), "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias info-comunicacionales ante la Sociedad de la Información", *Revista Telos* N.º 61, octubre-diciembre.
- Becerra, M. (2005), "Las políticas de infocomunicación ante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información", *Quaderns del CAC*, N.º 21, Barcelona, Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), pp.: 125-139.
- Becerra, M. y G. Mastrini (2008), "La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América Latina" [versión electrónica], *Ecos de la comunicación*, 1 (1). Disponible en: <<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/la-compleja-faceta-acceso-infocomunicacional.pdf>> [Consulta: febrero de 2014].
- Becerra, M. y G. Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en América Latina del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.
- Becerra, M. (2010), "Mutaciones en la superficie y cambios estructurales. América Latina en Parnaso informacional", en Dénis De Moraes (comp.), *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Paidós, pp.: 81-113.
- Becerra, M. (2012), "Redes y medios: la resurrección de la política". En Secretaría de Cultura de la Nación. *En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp.: 71-86.
- Bustamante, E. (codos.) (2003), *Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa.
- De Sool, I. (1983), *Tecnologías de la Libertad*, Estados Unidos, Harvard University Press.
- Califano, B. (2013), "Políticas de Internet: la neutralidad de la red y los desafíos para su regulación", *Revista Eptic (online)*, Vol. 15, N.º 3, pp.: 19-37.
- Castells, M. (1995), *La ciudad informacional: tecnologías de la información, re-estructuración económica y el proceso suburbano-regional*, Madrid, Alianza.
- Castells, M. (1998), *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, 3 volúmenes, Madrid, Alianza.

- Castells, M. (2009), *Comunicación y Poder*, Madrid, Alianza.
- Castillo, C. y E. Bertoni (2012), *La neutralidad de la red: la tensión entre la no discriminación y la gestión*, Buenos Aires, Facultad de Derecho-CELE.
- De Moraes, D. (2010), "Cultura tecnológica, innovación y mercantilización", en Dénis De Moraes (comp.), *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Paidós, pp.: 45-81.
- Garham, N. (2000), *Emancipation, the media and modernity*, Londres, Oxford University.
- Igarza, R. (2012), Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital. En Secretaría de Cultura de la Nación. En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina pp.: 147-158.
- Lazzaro, L (2012), La ciudadanía digital se construye con políticas convergentes. En Secretaría de Cultura de la Nación. En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp.: 57-71.
- Lessing, L. (1998), Las leyes del ciberespacio. Conferencia Taiwan Net '98, mimeo, Taipei. Disponible en: <<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm>>.
- Lessig, L. (1999), *Code and other laws of cyberspace*, New York, Basic Books.
- Lessig, L. (2001), *The future of the ideas: the fate of the commons in a connected world*, Estados Unidos, Random House.
- Lessig, L. (2005), Cultura Libre: Como los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad. Traducción de Antonio Córdoba/Elástico, Disponible en: <<http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf>>.
- Loreti, D. y L. Lozano (2012), Nociones sobre justicia social digital en el entorno de la convergencia. En Secretaría de Cultura de la Nación. En la Ruta Digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso, Buenos Aires, Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina, pp.: 45-57.
- Marsden, C. (2012), "Neutralidad de la Red: Historia, regulación y futuro", en VII Congreso Internacional Internet, Derecho y Política. Neutralidad de la red y otros retos para el futuro de Internet, *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*, Catalunya, N.º 13, pp.: 24-43.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2005), "Estructura y dimensión de las Industrias info-comunicacionales en América Latina", *Palabra Clave*, N.º 12, Colombia, Universidad de La Sabana.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2006), "Globalización, mercado e industrias culturales: ¿resistencia o simulacro?", en XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana.
- Mastrini, G. y M. Becerra (2007), "Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina", *Revista Zer*, N.º 22, pp.: 15-40.

- Mastrini, G. y M. Becerra (2011), "Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano", *Revista Comunicar* N° 36, México.
- Mc Chesney, R. (2002), "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en J. Vidal Beneyto (dir.), *La ventana global*, Madrid, Taurus.
- Miége, B. (2010), "La cuestión de las TIC: hacia nuevos planteamientos", en Dénis De Moraes (comp), *Mutaciones de lo invisible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*, Buenos Aires, Paidós, pp.:15-45.
- Miranda, C. y O. Carboni (2012), "Neutralidad de la Red. Un debate pendiente en Argentina", *Oficios Terrestres*, N.º 28, La Plata: UNLP. Disponible en: <<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/viewFile/1587/1428>> [Consulta: febrero 2014].
- Sierra Caballero, F. (2007), "Nuevas tecnologías de la información y participación ciudadana", *Revista Redes* N.º 4, Chile. Disponible en: <<http://www.revista-redes.com/index.php/revista-redes/article/view/119/112>> [Consulta: 25 de octubre de 2013].
- Vercelli, A. (2009), "Repensando los bienes intelectuales comunes: análisis socio-técnico sobre el proceso de co-construcción entre las regulaciones de derecho de autor y derecho a copia y las tecnologías digitales para su gestión". Disponible en: <<http://www.ariolvercelli.org/rlbic.pdf>>.
- Vercelli, A. (2010), *Google Books y los cambios en las industrias editoriales*. Disponible en: <<http://www.ariolvercelli.org/gbylcelie.pdf>>.
- Wu, T. (2004), "The broadband debate, a user's guide", *Journal of Telecommunications and High Technology Law*, Colorado, Vol. 3, N.º 69, pp.: 69-96.
- Wu, T. (2003), "Network neutrality, broadband discrimination", *Journal of Telecommunications and High Technology Law*, Colorado, Vol. 1, N.º 2, pp.: 141-179.
- Zallo, R. (2007), *La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio*, Disponible en: <<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-10-zallo.pdf>>.
- Zallo, R. (2011), "Paradojas de la cultura digital", *Revista Telos* N.º 88, julio-septiembre, Madrid, Fundación Telefónica.