

Mariela Baladron: “Si antes teníamos concentración, ahora estamos en niveles inéditos”

Entrevista
Por Alejandro Linares y Adrián Pulleiro

Mariela Baladron es licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Magíster en Industrias Culturales (UNQ). Docente de Políticas y Planificación de la Comunicación y de Derecho a la Información en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. E integra el Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC) y el Observatorio Comunicación y Derechos (DERCOM), en esa misma facultad.

Su tesis de maestría aborda el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada en el período 2010-2015. Allí estudió las rutas digitales y las políticas para el acceso a internet. Actualmente investiga la conformación de redes comunitarias de internet.

Además, junto a otros investigadores ha desarrollado trabajos sobre las plataformas de Video On Demand y las condiciones en las que se desarrollan. En el cruce de estos campos de interés se ha chocado más de una vez con la escasez de información brindada por las empresas del sector o el acceso parcial y condicionado a esos datos, fundamentales para planificar y regular acciones en el sector.

En la conversación que presentamos, Baladron nos ofrece una aproximación a un mundo tan fundamental y presente en nuestra vida cotidiana como desconocido y desatendido: las redes físicas de internet o los canales por los que circula gran parte de la información con la que interactuamos a diario.

¿Qué características tiene el sistema de internet en el país, su infraestructura y sus principales actores?

Mariela Baladron: Como pasa en el sistema de medios, las redes de internet están bastante concentradas. Sobre todo, lo que es la prestación mayorista de servicios de internet. En ese sentido hay algunas grandes empresas de las que la mayoría no sabemos ni el nombre. En general las conocen quienes trabajan temas de internet o empresarios o reguladores. Porque en general lo que uno conoce es lo que se llama el ISP, es decir el “internet service provider”, que es el que te da el servicio final, como usuario. Pero toda la cadena hacia atrás es bastante poco conocida. Toda esa trama de quiénes son los dueños de las redes, cómo funcionan esos servicios, cómo es la cadena de valor, y un montón de cosas más, quedan bastante reducidas a una agenda de especialistas. Así que sería interesante que, así como venimos discutiendo hace décadas los medios, este tema

se pueda abrir más. Y las discusiones en torno a internet o convergencia también implican conocer cómo son estos servicios, quiénes son las empresas que participan, cuál es la cadena de valor y qué otras lógicas posibles hay para ordenar esos servicios, para regularlos o para que también aparezcan prestadores nuevos.

En Argentina el Estado construyó la Red Federal de Fibra Óptica ¿cuáles son las características centrales de ese proyecto?

MB: La Red Federal de Fibra Óptica que empezó a desarrollar en 2010 ARSAT [*empresa estatal creada en 2006*] venía un poco a realizar una intervención en ese estado de situación. Y también a realizar tendidos en aquellas zonas que no son rentables para el sector privado, que son las localidades donde hay menor densidad poblacional, y a veces también por la topografía. Nuestro país es muy extenso y la población está concentrada generalmente en grandes ciudades, pero al mismo tiempo tenemos mucha población en localidades que tienen menos de 5.000 habitantes. Hasta ese momento, no había ni mucha renovación tecnológica ni tampoco muchos tendidos de red más allá de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza. Hasta ese momento estaba fundamentalmente el tendido de Telecom y de Telefónica que heredaron de ENTEL y al que le fueron sumando kilómetros. Hace unos años Claro también empezó a realizar algunos tendidos para poder dar telefonía móvil. Y Cablevisión, cuya red era para TV por cable, pero también comenzó a brindar internet con Fibertel, y que tras la fusión del Grupo Clarín con Telecom concentra una buena parte de los tendidos del país. Incluso en algunas zonas ahora son el único prestador. Después están estos otros prestadores mayoristas que mencionaba, y también están las SAPEM, que son las Sociedades Anónimas con Participación Estatal Mayoritaria, que tienen varias provincias. Como Chaco, La Rioja, Misiones.

¿A eso hay que sumarle los actores que operan sobre todo en las ciudades más chicas?

MB: Claro, en el caso argentino hay una gran cantidad de PYMES y cooperativas, a diferencia de otros países. Es un gran universo. No están distribuidas de una forma pareja, pero sí hay muchas que han hecho sus tendidos en los lugares donde no había otros prestadores. Con distinto tipo de redes, en algunos casos son inalámbricas, en otros, físicas. Las de fibra óptica no son tantas quizás, por los costos, aunque cada vez es más barato, pero sí hay un gran universo de prestadores en el país.

¿Las SAPEM también desplegaron algún tipo de tendidos?

MB: Sí, como parte de Argentina Conectada [*el Plan que le dio marco a la construcción de la Red Federal de Fibra Óptica*], estaba lo que era el tendido troncal que realizaba ARSAT y eso se unía de forma complementaria con los tendidos provinciales, que en algunos casos los resolvía una empresa privada o una SAPEM. Entonces, eso le iba dando también más capilaridad a las redes.

¿Con qué lógica se mueven los prestadores mayoristas y los minoristas?

MB: Por un lado, tenemos algunos casos que cumplen un doble rol, como Telecom y Telefónica, que por un lado tienen usuarios finales, pero también hay zonas donde no dan el servicio directamente o, además de darlo, le venden conectividad o interconexión de su red a otros prestadores más chicos. Y hay otros que directamente no tienen usuarios finales, sino que venden sus servicios o la interconexión de su red. Hay otras que dan servicios sólo a empresas, o que hacen redes, que es una red en sí misma, que se conecta con otras.

Esa concentración que mencionás, sobre todo en los mayoristas ¿qué condicionamientos genera?

MB: Los más evidentes tienen que ver con lo que vale el servicio. Si no hay ningún otro prestador te cobro lo que quiero porque estoy yo solo. Ese tipo de prácticas son bastante comunes. La idea es que no haya esa disparidad en el precio mayorista para el que quiere montar una red e interconectarse. Por ejemplo, si vos tendés una red en una ciudad y tenés que conectarte con otra red, ahí es donde pueden hacer lo que quieren con el precio que te cobran.

¿El Plan Argentina Conectada es la primera intervención fuerte del Estado en esa dinámica?

MB: A nivel de infraestructura, yo diría que sí. Porque las demás intervenciones tenían que ver con el acceso a dispositivos. Tenías el programa “MiPC” o los Centros Tecnológicos Comunitarios. Pero una inversión directa del Estado en infraestructura, no había habido. ARSAT viene a cambiar completamente la postura y la política pública estatal en torno al sector. También se da en un momento en que hay un auge de los planes a nivel mundial. Entre la crisis en Europa y Estados Unidos de 2008 y el modelo surcoreano, que es el que logró casi la conectividad absoluta, con esas premisas, los Estados empezaron a tener sus propios planes de banda ancha, también atados a los objetivos del milenio, de Naciones Unidas. Lo que varía es la amplitud y qué tanto invierte el Estado. Hay asociaciones público privadas, hay otros países que cambian las reglas para que la inversión la hagan los privados. O sea, había una tendencia global en las telecomunicaciones, impulsada por los organismos internacionales (como la Unión Internacional de Telecomunicaciones de la ONU, entre otros, pero las características que tuvo en Argentina, con un modelo público, no eran las que predominaron en todos los países. Por ejemplo, Brasil también tenía un plan de banda ancha, con una empresa estatal, pero avanzó menos que el de ARSAT. Y después la mayoría de los demás países eran convenios o asociaciones público-privadas, tenían otras características.

¿Qué balance se puede hacer del impacto de lo que fue Argentina Conectada y la construcción de la Red Federal de Fibra Óptica?

El caso de Argentina Conectada era súper ambicioso en el sentido de la cantidad de kilómetros y en el tiempo en que se intentó construir la red. No tenía comparación con lo que habían tendido en veinte años las telefónicas. El impacto es difícil de medir porque es un plan que se proponía impactar a nivel del mercado y al mismo tiempo ¿en cuánto tiempo uno puede medir esos cambios? Lo que sí podemos ver en este tiempo que pasó es que ya el simple anuncio de que iba a estar la red movilizó cuestiones dentro del mercado. La gestión de Macri lanzó en su momento un precio mayorista para todo el país, para el servicio que da ARSAT. Y a

algunos les parecía bien, a otros les pareció mal. Pero eso también produjo una baja en los precios del mercado. Si vos tenés un operador que te ofrece un servicio a 15 dólares, te va a costar cobrar 400. Ya generás un movimiento en el mercado, sin regular directamente, que es otra herramienta de la política pública. Otra cuestión es que las obras no se terminaron en el plazo previsto, si bien se avanzó muchísimo. De lo que se había pensado en un principio se bajó bastante, pero más o menos podemos hablar de 30 mil kilómetros. La gestión que terminó en 2015 dice que dejó iluminados [*dando el servicio*] 14000 kilómetros. La que asumió ese año dice que fueron 6800. El gobierno que acaba de irse había anunciado que iba a dar servicio en 1200 localidades en 2 años, no llegaron a eso. Pero bueno, también me imagino que con los números va a pasar lo mismo ahora cuando asuma la nueva gestión. En síntesis, en los últimos cuatro años no se extendió más la red, se siguió trabajando lo que se llama iluminación y lo que es puesta en servicio.

Iluminar es dejar en condiciones la red para poder dar el servicio...

MB: Claro, vos tenés lo que es la obra, el tendido. Pero después está toda la parte de la electrónica. Y después toda la parte comercial y de mantenimiento. Tenés que tener el permiso municipal, la capacidad de resolver si hay cortes, tiene que haber personal chequeando, es todo un proceso bastante complejo sobre todo para una red tan grande.

En uno de tus trabajos mencionás que se falló en la articulación con actores más pequeños, desde espacios de ciencia y técnica hasta las cooperativas ¿por qué pensás que pasó eso?

MB: En general en las políticas públicas los funcionarios que las tienen que llevar adelante piensan en el plazo del gobierno, porque también tienen que dar resultados en esos plazos. Se cruzan distintas temporalidades. Pero definitivamente podría haber habido mucha más vinculación de la que hubo. Con las cooperativas y pymes, según la zona estaba más avanzada la red, algunos ya podían tener servicios a través de ARSAT y otras tenían la expectativa de que iba a ser más rápido el proceso y eso también generaba frustración. Y hay otros actores como CABASE, la Cámara Argentina de Internet, que en un primer momento ve en ARSAT una competidora. Después intentaron hacer un convenio con ARSAT. Lo que pasa también es que se generó una red que es estatal, entonces, bueno, cada sector plantea “¿qué me va a dar a mí?”. Esa es un poco la perspectiva de cada uno de los actores. Y eso es realmente muy difícil, cómo satisfacer demandas que son contrapuestas. Hay debates abiertos. La red estatal ¿le vende servicio a Telecom o Telefónica? ¿Por qué y dónde? ¿Va a tener también tendido en los lugares donde están estas empresas? ¿Por qué?

¿Cómo caracterizás el papel de ARSAT en este marco?

MB: Es una empresa que empezó brindando servicios, fue creada como empresa satelital, con el mandato específico de construir y desarrollar satélites. Y a partir de la expansión de las políticas públicas en el sector de telecomunicaciones, fue asumiendo un montón de otras temáticas. Argentina Conectada, la Red Federal, la infraestructura del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre, quedaron a cargo de ARSAT. Después, se creó el Data Center, vinculado a la Red Federal de Fibra Óptica. Y la idea también era que esas

distintas tecnologías fueran complementarias entre sí. Donde no se pudiera dar fibra óptica por cuestiones geográficas o lo que fuere, la idea era llegar por ejemplo con tecnología satelital o combinar esos servicios.

¿Qué es un Data Center y por qué es importante que ARSAT tenga uno?

MB: Los datos, los contenidos, lo que circula en las redes, se almacena en algún lado. Todo está en una computadora o servidor. Si no es la tuya, es la de una empresa. Y cada vez el volumen de lo que circula en las redes es mayor. Cada vez se necesita más espacio donde almacenar todo eso. Un Data Center cumple esa función. Esto se llama servicios de *hosting* y *pausing* y ARSAT se convirtió en una empresa que da ese servicio. La idea de eso es que satisfaga las necesidades del propio Estado. Si no el Estado está pagando a un tercero, muchas veces en el exterior. Se han hecho convenios con Amazon, durante el Gobierno de Macri, por ejemplo. En su momento, en el Data Center de ARSAT también se habían almacenado películas del INCAA, había convenios con la red de AFIP, de Nación, y todo el sistema de la SUBE pasaba por ahí. Así que hay en juego una cuestión de soberanía. Físicamente está en el predio de Benavídez que tiene ARSAT, cuando cambió la gestión lo tomó Modernización, y no sabemos bien qué hicieron.

A partir de toda esa infraestructura y con toda la inversión estatal que se hizo ¿sería un paso lógico contar con una empresa de telecomunicaciones que esté a la par de las telefónicas?

MB: Bueno, en su momento estuvo el proyecto de LibreAr, que era para dar telefonía móvil con la parte del espectro que había quedado libre después de la fusión de Telecom con Telefónica que creó Movistar. Se llegaron a analizar modelos de negocios y no terminó de desarrollarse. No quedaba claro si el servicio iba a ser sobre la infraestructura de ARSAT, o si se iba a montar sobre la estructura de otra empresa, como sucede con los operadores móviles virtuales. Hay que pensar que ARSAT en esa época tenía entre 400 y 500 empleados. Cualquiera de las telefónicas tiene alrededor de 10000. Desarrollar la estructura para llegar a ser operador final requiere de algo que ARSAT tenía que hacer crecer mucho. Tenés que desarrollar todo el soporte técnico, la parte administrativa, todo un desarrollo como empresa que lleva tiempo y que era una inversión de otro tipo, y también generaba mucho conflicto dentro del mercado. Está la pregunta de si ese tiene que ser o no el rol de una empresa pública, y también, en qué términos. En algunos momentos también hubo bastante revuelo porque ARSAT barajó la posibilidad de brindar internet a usuarios finales. No lo hizo, pero esa idea a las empresas ya no les gustó.

Hay experiencias muy interesantes que se fueron desarrollando desde otra lógica y que vos estudiás ¿qué son las redes comunitarias en internet?

MB: Las redes comunitarias son experiencias de comunidades que construyen su propia infraestructura. Generalmente es inalámbrica, pero hay casos que combinan inalámbrica y cableado también. Son localidades donde generalmente no hay servicios, o el servicio es muy caro o muy malo. Entonces ahí la propia comunidad compra su equipamiento, hace su propio tendido y los gestiona la propia comunidad. Esa es la lógica. Yo

trabajo con dos experiencias. Una en Villa 20 de Lugano, en la Caba, la red se llama “Atalaya Sur”. Y después otra en Córdoba, que la viene impulsando Altermundi, que es una organización de la sociedad civil. En este caso es un grupo que primero daba talleres de robótica y también tenían un servicio de microcréditos, un merendero y mucho trabajo territorial en el barrio. Los chicos que hacen los talleres de robótica y los más jóvenes pedían internet. Empezaron a buscar la forma para hacerlo y empezaron a construir la red ellos mismos. Primero era una red pública, que tenía puntos WiFi. Había que usar las calles del barrio, donde ponían las antenitas en las casas de vecinos. Llevan la señal de manera inalámbrica, desde un barrio que está cerca, y ahí la reparten desde el local con estos distintos puntos públicos. Hace dos años empezaron a hacer un sistema de cableado dentro de algunas manzanas. Y esos vecinos pagan una cuota solidaria, entre ellos, para pagar la interconexión a otro proveedor. Y esos vecinos tienen un servicio domiciliario. Son treinta familias, más o menos. En Córdoba, en el caso de Altermundi, además desarrollan hardware y software libre. Hace muy poco se hizo una Cumbre Argentina de Redes Comunitarias, donde participaron personas de Salta, de Jujuy, de distintos lugares.

¿Surgieron generalmente en zonas rurales o donde las empresas no entran?

MB: Sí. por ejemplo, en Córdoba hay en el Valle de Paravachasca y en Traslasierra hay algunas también. Ahí son inalámbricas más que nada. La red de Quintana Libre [*en la localidad cordobesa de José de la Quintana*], que es la primera montada, conectó más o menos 70 familias. En Córdoba, se interconectan con la Universidad de Córdoba, que les da la conectividad. De hecho, ellos le dan interconexión a una escolita donde nadie llega. Entonces, cumplen funciones que debería cumplir el Estado en algún punto. Lo vienen haciendo porque se organizan y lo resuelven. En el caso de Villa 20, si bien está en el lugar que estadísticamente tiene la mejor conectividad del país, si tenés casas construidas arriba, no te llega. Aunque lo pagues. Y los prestadores que dan servicio dentro de la villa son bastante caros. Son todos pirata, además.

¿Los prestadores de internet más conocidos y grandes como Fibertel, Arnet o Speedy no entran ahí?

MB: No. No prestan servicios de internet fijo. Solamente hay prestadores PYMES ahí. No va Telecentro ni Telefónica... Servicios móviles sí hay, porque cada uno tiene su cuenta.

¿Qué obstáculos encuentran estas experiencias para desplegar sus redes?

MB: Uno de los desafíos que tienen estas redes es la interconexión. Al igual que las PYMES, que las cooperativas. Están en el mismo barco en ese sentido. Ahí es un problema si la visión del Estado es: vengo acá y te piso. Debería buscar la forma de colaborar con esas redes y seguir dando servicio donde no lo hay, que todavía hay un montón de lugares. El prerequisite es que la propia comunidad esté organizada, que tenga ganas de construir su red. Porque es un montón de esfuerzo mantenerla y capacitarse técnicamente para poder mantenerla. O saber cómo pedir ayuda. La lógica de estas redes no es llevarla donde no se pidió, sino dar a conocer la experiencia y colaborar donde haya algún pedido de colaboración.

¿Cómo es el funcionamiento concreto de estas redes?

MB: La comunidad toma en sus manos el desarrollo y el mantenimiento. Por ejemplo, en Atalaya Sur se hacen reuniones mensuales de la red y ahí se van discutiendo los problemas y los pasos a seguir. Ellos saben del funcionamiento de internet más que la mayoría de nosotros que contratamos el servicio. En el caso de Córdoba también pagan una cuota solidaria que es más que nada para extender la propia red y el mantenimiento de los equipos. Como la conectividad se las da la universidad, hay un gasto que ellos no tienen. La idea también es que las redes sean descentralizadas en un sentido político, que no haya uno que decide cuestiones sobre la red, al nivel de gestionarla, de inversiones, sino que es toda la comunidad. No siempre toda la comunidad va a tener los mismos conocimientos técnicos, pero todos pueden participar de las decisiones, y desde otros lugares también. Porque la idea es que la red ayude a resolver los problemas de esa comunidad. También ahí se abre toda otra puerta para pensar: “tenemos esta red, ¿para qué la tenemos?” Y pensar aplicaciones y soluciones que sean propias de esa red.

Se plantea una relación completamente distinta con la tecnología...

MB: Claro. Por ejemplo, en Villa 20, una de las salidas de la villa es el Premetro. Hay una idea que es poner un sensor para saber dentro de la villa si está viniendo. Para no perder media hora esperando o para saber si vas a laburar de otra manera. Después está la cuestión de la trama social que se genera en las redes. No es solamente “no tengo internet y quiero pagar un servicio más barato”. Si es sólo eso, lo más probable es que no funcione una red comunitaria. Porque si no hay involucramiento es difícil que se sostenga. En Córdoba habían querido poner una cantera de una minera. Se enteraron por la red que había una audiencia pública, y cayó todo el pueblo a la audiencia pública, y se frenó.

¿Qué puede hacer el Estado para promover las redes comunitarias?

MB: Se viene peleando para que puedan recibir fondos del servicio universal^[1], como reciben otras redes, porque hay veces que la inversión inicial en equipamiento es muy costosa. Después el sostenimiento, la gestión, aunque siga creciendo, no es tan compleja. Y que no tengan barreras regulatorias. Ahora hay una licencia para redes comunitarias, pero sólo si están en localidades de menos de 5 mil habitantes y la Villa 20 queda afuera de eso. Esta licencia salió en 2018, pero con un tope de habitantes. Atalaya Sur también propone que en el marco del relevamiento nacional de barrios populares pueda pensarse este tipo de proyectos. Si esto se convirtiera en política pública, no va a ser la solución en todos los lugares, pero sí habría posibilidad de que las redes comunitarias den respuesta en donde hay una comunidad organizada,

En términos generales, para regular al conjunto de las infraestructuras y servicios de internet ¿dónde ves que habría que poner más el acento?

MB: Es bien difícil. Si antes teníamos concentración en Argentina, ahora estamos en niveles inéditos, sobre todo después de la fusión de Telecom con Cablevisión (Grupo Clarín), que también a nivel de redes de

internet impactó un montón. Al mismo tiempo está la herramienta de tener una red estatal, que no existe en otros países. Lo que uno podría pensar a priori es la regulación de la prestación mayorista, para que no existan disparidades y que las empresas no puedan cobrar lo que quieran a otras. Y también pensar cómo promover que haya más empresas pymes y cooperativas, porque donde están las grandes, van a seguir estando. Ahí hay un margen para brindar herramientas para que sigan creciendo las que existen o surjan otras nuevas pymes y cooperativas para el sector. Me parece que es algo que, sin que sea una transformación de fondo, es algo que el Estado podría hacer. Que no queden acotados, sino que se les permita crecer y tener, dentro del mercado concentrado, algún tipo de medidas asimétricas para poder desarrollarse. La cuestión es cómo se va a seguir organizando el sector y qué mirada va a tener el Estado hacia eso. Y hay que ver si va a haber o no un cuarto operador móvil. Hay mucha discusión sobre si hay espacio en un mercado como el argentino para un cuarto operador nacional. Se supone que debería haber, pero hubo muchos intentos fallidos a nivel de política pública en eso. Y por ahora se vienen consolidando los tres que están [*Claro, Movistar y Personal*]. No se han visto muchos avances por ese lado. Otros actores más chicos apuestan a la figura del operador móvil virtual, o también que el espectro sea gestionado regionalmente, y no necesariamente a nivel nacional. Porque la visión de gestionar el espectro a nivel nacional es de las empresas más grandes. Entonces tener políticas más regionales, más locales, para las telecomunicaciones quizás sí atendería a necesidades más específicas y propias de cada región. Eso también es otro reclamo que existe.

Otro escenario que estuviste trabajando es el de las plataformas de Video On Demand ¿Cómo ves el ecosistema de Video On Demand en Argentina?

MB: En Argentina hay una plataforma estatal, cosa que no hay en muchos países y es bien interesante. En principio era ODEON, después fue Cine.ar Play. Así que hay mucha oferta y cierta dispersión, pero hay mucha concentración a nivel de los usuarios. En Argentina, como en el resto de los países de la región y del mundo, el que tiene más usuarios es Netflix. Por la gran penetración que tiene el cable y la gran penetración que tiene Cablevisión, Flow también viene creciendo. Y ahora hicieron un convenio con Netflix. Hay que ver qué pasa con eso. También acá es difícil encontrar datos. No está muy claro cuántos usuarios tienen, y de todos esos cuántos comparten la contraseña. En otro sentido, hay que ver cuál será la política pública hacia este tipo de prestadores, que por ahora es casi nula. Por otro lado, está el consumo que no es pago al estilo más de YouTube. Otra cuestión importante, es que al principio veíamos que había una pelea entre los medios tradicionales productores de contenido y estas plataformas emergentes. Y en los últimos años lo que hay es cada vez más convenios. Antes se veía más un tono de enfrentamiento, y con el correr del tiempo lo que termina pasando es que, al menos, los más grandes hacen acuerdos. Buscan algún tipo de lógica para que los contenidos que ya tienen circulen en otras vidrieras. Y también convenios de coproducción, cuando en principio era todo producción propia de Netflix, por ejemplo. Cada vez se empieza a coproducir con actores más locales. Y claro también está el interés de algunos de poder tener su contenido en Netflix por la llegada que tiene.

A todos los productores les interesa hacer circular sus contenidos...

MB: Hay cada vez más películas argentinas que se suman a Netflix. Como es tan difícil tener lugares de exhibición en Argentina. Si no llenás una cuota de espectadores podés estar una semana sola en cartelera.

Incluso el INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales) tiene ese problema con producciones que financia. En ese sentido se había creado el BACUA, un banco de contenidos audiovisuales de libre circulación, y Contenidos Digitales Abiertos [*plataforma estatal de Video On Demand dada de baja en 2017*] donde había bastante contenido que estaba libre y abierto. Queda bastante por ver qué puede pasar y cómo se siguen promoviendo las producciones locales y nacionales. Y ver si estas plataformas van a seguir reproduciendo a los grandes productores que ya están y si se van a poder sostener con este tipo de acuerdos. Ver también si van a tributar, para que no solamente se lleven divisas. En materia de regulación hay un montón para hacer, se viene pensando mucho. En Europa hay distintas propuestas, de cuota de pantalla y de lugar de exhibición, para que cuando uno entra a la plataforma pueda ver las producciones locales y regionales, y que no te cueste encontrarlas.

En la política de gravámenes, ¿cuál te parece que puede ser la más productiva?

MB: Tendría que haber algún registro, por un lado, para saber qué plataformas operan, cuántos usuarios tienen, el tamaño de estas plataformas. Porque también si son chiquitas no siempre tiene sentido que tributen. Generalmente se piensa en las que más recursos tienen. Que, más allá de si pagan IVA o los gravámenes de cualquier otro sector empresario que opera en otro país, paguen algún tipo de impuesto específico, que esté direccionado a algún tipo de política nacional de producción de contenidos. Y también ver la posibilidad de exigirle una cantidad de producción mínima del país donde operan. Esas son algunas de las cuestiones que se vienen discutiendo por lo menos en Brasil y en la Unión Europea.

En ese ámbito también está YouTube. Parece un caso más complejo para pensar cualquier política de regulación...

MB: La penetración de YouTube y WhatsApp, al menos en los lugares donde yo estoy haciendo relevamientos, es impresionante. Ahí el contenido es generado por usuarios, y también existe toda esta otra industria cultural en el desarrollo de “youtubers”, que se hace con una lógica profesional, pero sigue estando en una plataforma que es abierta y que no es de pago. Y eso realmente complejiza todo. Hasta los medios públicos han recurrido a alojar contenido ahí por la llegada que tiene. Ahí aparece un dilema: si no tengo los recursos o el tiempo, ¿vale la pena generar una plataforma propia si hay una que llega todos? Pero le estoy dando mis contenidos y ¿dónde están? Es otro nivel de la concentración. Qué pasa con la concentración de las plataformas. No sé cuántas personas conocen ustedes que usen otro sistema que no sean WhatsApp o Telegram. Es algo que pasó en las redes comunitarias: que desarrollaron otro sistema aparte, y no lo usaba la gente. Y dijeron, “si algo funciona y lo tienen todos, hagamos lo que no existe, o vayamos por otro lado”. Ellos tienen un sistema autónomo igual, para cuando no hay conexión con internet y se conectan dentro de la red con otra aplicación con la que sí podés conectarte entre usuarios dentro de tu red. Pero es toda una discusión que me parece interesantísima que es urgente pensar a nivel de política pública. Si nos vamos a dar por satisfechos porque existe YouTube y llega todos lados. O si vamos a pensar qué problemas trae eso.

Es posible pensar una política de gravámenes también para YouTube...

MB: Claro, pero hay que ver con qué lógica. También se lleva un montón de publicidad y un montón de publicidad oficial en los últimos cuatro años. Es súper interesante pensar también la cantidad de divisas que se van al exterior por esa vía y cómo esas otras lógicas de rentabilidad no dejan nada en nuestros países. Y después está todo el “know how” y el desarrollo de interfaz. ¿qué vamos a hacer con la industria cultural propia, con la creatividad propia, con los contenidos propios? ¿Los vamos a subir acríticamente a estas plataformas, o qué otras posibilidades hay? Me parece que es uno de los temas urgentes y que nadie sabe bien qué hacer. El problema lo tenemos divisado, bien identificado, pero hay que ver qué hacemos con eso.

Referencias

^[1] *El Fondo Fiduciario de Servicio Universal se integra con los aportes de los prestadores de servicios TIC, quienes deben ceder el 1% de los ingresos, netos de los impuestos y tasas. La autoridad de aplicación, actualmente el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), administra el fondo y crea programas para su ejecución.*