

BIENES PÚBLICOS GLOBALES Y MERCADOS NOCIVOS

Una hipótesis sobre su transacción en el ecosistema comunicacional convergente

Daniela Monje

Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba

danielamonje70@gmail.com/ danielamonje@unc.edu.ar

Recibido: 6 de agosto de 2018

Aceptado: 16 de noviembre de 2018

Resumen

Este trabajo propone construir una hipótesis acerca de cómo se articulan la noción de Mercados Nocivos (MN) y Bienes Públicos Globales (BPG) en relación con el mercado global de las comunicaciones convergentes. Los BPG podrían definirse como aquellos en los que se verifica que, una vez provistos, sus beneficios son no rivales y tampoco excluibles para un número importante de países, para una parte significativa y transversal en términos socio-económicos de la población mundial y para más generaciones que la actual. Son ejemplo de ellos entre otros: el medio ambiente, el patrimonio cultural, el espectro radioeléctrico, Internet, etc. Por su parte los MN pueden identificarse a partir de cuatro parámetros básicos: a) perjuicios extremos para las personas, b) perjuicios extremos para la sociedad, c) débil capacidad de acción y d) vulnerabilidad. Son ejemplos de ello: la venta de órganos, el trabajo sexual, el trabajo infantil o la experimentación con drogas. El ejercicio de reflexión propuesto propone, en términos conjeturales, extender la mirada acerca de los mercados nocivos hacia el mercado info-comunicacional y las transacciones que tienen lugar allí en torno a BPG. El supuesto de partida es, siguiendo la línea formulada por algunas teorías igualitaristas, que el funcionamiento de estos mercados puede, en ciertas circunstancias, socavar el marco social necesario para que las personas interactúen “como iguales” en el marco de una democracia. Esta mirada sobre un tipo de *Contested Commodity* habilitará la discusión de cuestiones vinculadas con los derechos, la ciudadanía y los procesos de acceso o exclusión.

Palabras clave: bienes publicos globales, mercado nocivo, comunicación, convergencia, ciudadanía

GLOBAL PUBLIC GOODS AND NOXIOUS MARKETS

A hypothesis on its transaction in the convergent communicational ecosystem

Abstract

This work proposes to construct a hypothesis about how the notion of Noxious Markets (NM) and Global Public Goods (GPG) are articulated in relation to the global market of convergent communications. Them GPG could be defined as those in which it is verified that, once provided, its benefits are not rival and not excludable for a significant number of countries, for a significant and transversal part in socio-economic terms of the world population and for more generations than the current one. They are examples of them, among others: the environment, cultural heritage, radio spectrum, internet, etc. Them NM can be identified based on four basic parameters: a) extreme damage to people, b) extreme damage to society, c) weak capacity for action and d) vulnerability. Examples are: the sale of organs, sex work, child labor or experimentation with drugs. The proposed reflection exercise seeks to extend the view on the noxious markets towards the info-communication market and the transactions that take place there in relation to they BPG. The initial assumption is, following the line formulated by some egalitarian theories, that sometimes, the functioning of these markets can undermine the necessary social framework for people to interact "as equals" within the framework of a democracy. This look at a type of Contested Commodity will enable the discussion of issues related to rights, citizenship and access or exclusion processes.

Keywords: global public goods, noxious market, communication, convergence, citizenship

Introducción¹

El inicio de esta reflexión se inscribe en la pregunta sobre los límites morales del mercado o, dicho de otro modo, en la interrogación acerca de por qué algunas cosas no deberían estar en venta (Sandel, 2013; Satz, 2015). Las discusiones relacionadas con el funcionamiento de los mercados y sus fallas varían sustancialmente entre las propuestas de la economía clásica y la economía contemporánea. En este trabajo, particularmente abordaré, desde la línea de las teorías igualitaristas específicas, las características, modos de intercambio y fallas de un tipo específico de mercado denominado Mercado Nocivo (MN).

En contextos de creciente mercantilización de la vida y las relaciones sociales, los MN alteran los umbrales del sistema, por cuanto despiertan reservas acerca de los límites morales de lo que puede ser parte de una transacción (son ejemplo de ello la venta de órganos, el trabajo infantil, los experimentos en humanos, el trabajo sexual, la venta de armas, los desechos tóxicos etc.). Referida a casos extremos, la pregunta respecto de los límites morales ofrece respuestas complejas en el caso de los MN que no necesariamente prescriben la extinción o prohibición de esos mercados.

Cuando esta cuestión se vincula con lo que llamamos Bienes Públicos se potencian núcleos de discusión asociados a lo común, lo accesible, lo visible (Rabotnikof, 2011). Los Bienes Públicos conforman el cuerpo doctrinal de la economía y existe coincidencia en indicar sobre ellos que se trata de bienes que exhiben simultáneamente las

¹ Una versión preliminar de este artículo fue presentada para su discusión en el marco del XIV Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) que tuvo lugar en la Universidad de Costa Rica, San José de Costa Rica, julio de 2018.

características de no rivalidad en el consumo e inaplicabilidad del principio de exclusión (García Arias, 2004).

Al incorporar la noción de Bienes Públicos Globales (BPG), la inscripción problemática rectifica su óptica específicamente hacia un territorio en el que no sólo quedan incluidas comunidades específicas o países sino la humanidad en su conjunto. Los BPG podrían definirse como aquellos en los que se verifica que, una vez provistos, sus beneficios son no rivales y tampoco excluibles para un número importante de países, para una parte significativa y transversal en términos socio-económicos de la población mundial y para más generaciones que la actual. Son ejemplo de ellos entre otros: el medio ambiente, el patrimonio cultural, el espectro radioeléctrico, Internet, etc.

La indagación parte de esta encrucijada ya que es justamente en relación con este tipo de bienes donde se han conformado algunos de los más extensos MN. Proponemos, por tanto, construir una hipótesis teórica acerca de cómo se articulan las nociones de Mercados Nocivos y Bienes Públicos Globales en relación con el mercado global de las comunicaciones convergentes considerado a partir de una dualidad controversial: en tanto MN y como BPG. Esta mirada sobre un tipo de *Contested Commodity* habilitará la discusión de cuestiones vinculadas con los derechos, la ciudadanía y los procesos de acceso o exclusión.

Acerca de los Mercados Nocivos

Con el objeto de abordar el concepto de Mercados Nocivos tomo como referencia el trabajo de la investigadora norteamericana Debra Satz (2015). Para avanzar en su caracterización y alcance resulta necesario explicitar algunas premisas generales respecto de los marcos teóricos clásicos y contemporáneos relativos al funcionamiento de los mercados.

Para la economía política clásica la naturaleza y los límites del mercado debían ser leídos desde la premisa de una relación entre sujetos heterogéneos pertenecientes a diferentes clases sociales (terrateniente, capitalista y obrera). El núcleo conceptual de la economía clásica se trama en torno a la distribución del producto social entre estas tres clases sociales. Se postula así una clara asimetría de los sujetos intervinientes en el proceso de intercambio, aun cuando se asume y se valora una cierta liberación del régimen feudal anterior a partir del desarrollo del mercado como forma de organización social.

En contraste con esta perspectiva, la economía contemporánea, se asienta en el supuesto de la homogeneidad entre los individuos y las cosas que estos desean. A partir de la revolución marginalista, las preferencias de los consumidores pasarán a ocupar el principal lugar de interés y la economía será considerada desde una esfera de autonomía independiente de la ley y el poder. De este modo cuestiones centrales planteadas por la economía clásica, referidas a la heterogeneidad de los actores, los modos de alcanzar la “buena sociedad”, así como los efectos sociales de los distintos mercados en las relaciones sociales y políticas, serán desestimados.

La perspectiva dominante en la economía contemporánea sostiene que “sólo es lícito intervenir en los mercados cuando hay fallas en su eficiencia”, en esta línea es posible distinguir entre quienes consideran que los mercados eficientes constituyen zonas exentas de moral y quienes sostienen que sencillamente a los mercados no les cabe

ninguna consideración moral en tanto no es una temática que la economía pueda evaluar (Satz, 2015, p. 125).

Existen por otra parte concepciones contemporáneas que, partiendo de los presupuestos de la teoría igualitarista, consideran que los mercados cumplen una función moral. La teoría igualitarista general propone trabajar sobre las fallas en los mercados a partir del diseño de una estrategia general de redistribución de los ingresos. Sin embargo, no avanza en una diferenciación por tipos de mercados, lo cual implica que las premisas para el tratamiento del mercado de la soja terminan siendo similares a las que se aplicarían en el mercado de la venta de órganos.

Los abordajes igualitaristas específicos, en cambio, sí distinguen entre tipos de mercados sobre la base de los bienes que negocian. Desde esta corriente se entiende que es necesario definir “el significado convencional, o el mejor significado que fuera posible establecer de los bienes que se procura distribuir” en tanto se asume que “los mercados corrompen la naturaleza de determinados bienes al negociar con cosas que el dinero no debería comprar” (Satz, 2015, p. 127). En general estas teorías proponen un abordaje de las fallas del mercado vinculadas con el análisis de las externalidades, la igualdad distributiva y la importancia del acceso a ciertos bienes. Satz, sin embargo se aparta de esta concepción y considera las fallas de mercado en otros términos, que incluyen las relaciones interpersonales que van más allá de una serie de costos económicos que el mercado no logra absorber. En efecto, afirma:

(...) un intercambio de mercado fundado en la desesperación, la humillación o la súplica o cuyos términos de redención involucran la servidumbre o la esclavitud, no constituye un intercambio entre iguales (...) lo que acecha detrás de muchos mercados nocivos (tal vez de todos ellos) son problemas vinculados con la *posición* de las partes antes, durante y luego del proceso de intercambio. (Satz, 2015, p. 128)

El trabajo de Satz se inscribe en la filosofía política de raíz igualitaria, desde donde se desarrollan desde hace más de 30 años estudios críticos frente al mercado. Desde allí se habla de los límites morales del mercado, de sus fallas, de aquello que no debería quedar librado al intercambio por dinero o lugares a los que el mercado no debería llegar (trabajo sexual, venta de órganos, trabajo infantil, experimentación con drogas). Resultan referencias en este sentido los trabajos de Michael Welzer con *Esferas de la injusticia* (1983), donde se propone que la distribución los bienes debería organizarse conforme a principios como el mérito, el honor o el coraje antes que el dinero. En su perspectiva el dinero tiende a corromper nuestras nociones de justicia. En esta línea, el trabajo de Margaret Rodin *Contested Commodities* (1996), avanza en la crítica sobre la posibilidad de comerciar con ciertos bienes como los órganos o el sexo. En 2013 se ubica el trabajo de Michael Sandel, *Lo que el dinero no puede comprar*, en el que se vincula la reflexión económica con la justicia contemporánea. Allí se formulan preguntas cruciales tales como: ¿resulta ético que algunos países vendan cartas de ciudadanía a inmigrantes con alta capacidad de pago? o ¿debemos aceptar que las empresas paguen por la polución que producen? A lo largo de su extensa obra, Sandel aporta dos argumentos que permiten reflexionar sobre los límites morales de los mercados: la coerción y la corrupción, y los límites que estas situaciones imponen a la libertad de los intercambios mercantiles.

Ante la pregunta acerca de si hay algo que el dinero no pueda comprar su respuesta es: tristemente cada vez menos y menos.² Pese a ello advierte que incluso en una sociedad sin diferencias injustas de poder y riqueza, todavía habría cosas que el dinero no debería comprar³ (Sandel, 1988, p. 95).

Satz, en esta línea, afirma que existen bienes que deben ser protegidos del mercado ya que cuando su intercambio se adopta como una práctica social extendida, refuerza desigualdades significativas. Afirma que los MN pueden resultar altamente perjudiciales para los individuos o para la sociedad, exacerbar la vulnerabilidad de una de las partes o ser altamente asimétricos. El funcionamiento de estos mercados puede socavar el marco social necesario para que las personas interactúen “como iguales” en el marco de una democracia. Asimismo mercados particulares como los medios de comunicación pueden ejercer fuertes influencias sobre las capacidades y preferencias de los agentes, dependen de derechos y normas preexistentes (de propiedad, información etc.) e interactúan con otros actores externos. Dadas sus características, los mercados tienen efectos no sólo económicos sino políticos y culturales.

La autora postula una tesis social democrática: es preciso distribuir algunos bienes por fuera del mercado para que los ciudadanos sean iguales. La igualdad de acceso a estos bienes es condición necesaria de la ciudadanía democrática. Aun cuando puede aceptarse que existen bienes necesarios para el ejercicio de la ciudadanía que tienen una distribución desigual por medio de los mercados, es preciso plantear provisiones ajenas a su funcionamiento. Asimismo la igualdad debe medirse con un criterio más amplio que ingresos y riqueza.

Un MN puede identificarse a partir de cuatro parámetros básicos: a) perjuicios extremos para las personas, b) perjuicios extremos para la sociedad, c) débil capacidad de acción y d) vulnerabilidad.

Los dos primeros parámetros se refieren a los resultados que produce un MN ya sea porque daña sus condiciones de bienestar o los intereses de agencia de una persona (a) o porque promueve la servidumbre y la dependencia y socava la democracia (b). Los dos últimos, en cambio, aluden a las fuentes, entendiéndose que pueden generar fallas en la provisión de información adecuada o alentar la formación de mercados de bienes de primera necesidad de los que existen pocos proveedores, mercados que tienen su origen en la pobreza y la indigencia, mercados cuyos participantes tienen necesidades muy desiguales, etc.

Los MN “plantean cuestiones no sólo económicas, sino también de filosofía política”, una de sus características sobresalientes es que la mayoría guarda relación con sus efectos sobre los vínculos entre las personas, en particular la relación horizontal o el estatus de iguales” (Satz, 2015, pp.136-7). Quizás ese sea una de los escollos centrales que se plantean a la hora de buscar limitarlos o erradicarlos. De modo que la regulación de los MN ha resultado ser una de las respuestas más satisfactorias a su carácter nocivo (Ídem: p. 143).

² En el original: “Are there some things that money can't buy? My answer: sadly, fewer and fewer. Today, markets and market-like practices are extending their reach in almost every sphere of life”. Traducción propia.

³ En el original: “Even in a society without unjust differences of power and wealth, there would still be things that money should not buy”. Traducción propia.

Acerca de los Bienes Públicos y los Bienes Públicos Globales

Al abordar el tratamiento de los MN en tanto mercados en los que se transan bienes o servicios controversiales desde el punto de vista moral, se observa que estos no se basan necesariamente en las preferencias de sujetos libres e iguales, sino que en cambio involucran niveles diferenciados de coerción o corrupción. En esta sección expondremos, en términos de hipótesis, que existen numerosos MN que se traman en torno a lo que definiremos como Bienes Públicos y como Bienes Públicos Globales.

En relación con los primeros podemos definirlos siguiendo a García-Arias (2004) como aquellos que exhiben simultáneamente las características de no rivalidad en el consumo e inaplicabilidad del principio de exclusión. Con respecto a la primera característica, implica que el coste marginal de incluir usuarios adicionales en el consumo de ciertos bienes es cero o, dicho de otro modo, que la participación de un agente adicional en el consumo de un bien no reduce los beneficios obtenidos por otros agentes. Y en relación con la segunda, se asume que una vez provisto el bien no hay ninguna posibilidad de excluir de su acceso a ningún agente. Son ejemplos de bienes públicos: la educación, la salud, el agua, el espectro radioeléctrico, la biodiversidad, la información, la cultura.

Es posible encontrar una primera referencia al común o a los bienes comunes que hacen parte de la conceptualización acerca de los bienes públicos, en la denominada *Charter of the Forests* (Carta del Bosque), firmada en 1217 durante el reinado de Henry III, y luego anexada como parte de la Carta Magna inglesa. Allí se definirá el derecho de acceso al uso del bosque real –un territorio vedado durante algunos períodos de las monarquías inglesas– por parte de los comunes, es decir de los hombres libres. Luego, en términos de conceptualizaciones y debates que forman parte del corpus doctrinal de la economía se identifican referencias desde finales del siglo XVIII en las obras de Hume (1981) [1739] y Smith (1970) [1776]. “No obstante, no será hasta mediados del siglo XX cuando se aborde el tratamiento más riguroso de la cuestión en los trabajos de Musgrave (1939) y Samuelson (1954, 1955, 1958)” (García-Arias, 2004, p. 188).

En relación con los Bienes Públicos Globales, forman parte de una conceptualización contemporánea que formula la discusión sobre bienes públicos internacionales en la década del 90, y luego incorpora el concepto de BPG a principios del 2000. Sobre ellos podemos decir que, en principio, toman las características de no rivalidad y no exclusión de los Bienes Públicos pero agregan una triple dimensión, en virtud de los procesos de transnacionalización sobre los cuales se enfocan afectando a: 1) un número suficientemente grande y heterogéneo de países, 2) distintos grupos socio-económicos y 3) diferentes generaciones. La emergencia de una nueva Teoría de los Bienes Públicos Globales se vincula, según García-Arias, con el proceso de globalización que, junto a otros factores, ha implicado una transformación en la capacidad de actuación del sector público en la economía de mercado. En efecto, desde la economía política se extraen algunas conclusiones “entre ellas la necesidad, para la mayoría de los BPG, de una intervención pública de naturaleza supranacional para garantizar un nivel de dotación eficiente de los mismos” (2004, p. 187).

Siguiendo la caracterización propuesta por este autor, es posible clasificar los BPG según diferentes criterios: a) en función de su origen, b) en función de la naturaleza del beneficio generado, c) en función de la tecnología de provisión o agregación, d) en

función de la intensidad con la que exhiban las propiedades de no rivalidad y no exclusión, e) en función de los ámbitos en los que emergen.

Bienes Públicos Globales (BPG)

a) En función de su origen	a.1 Bienes Comunes Globales Naturales	Impuros, que no exhiben plenamente la característica de no rivalidad y que no han sido creados por la acción humana, sino que son preexistentes a la misma. Ej: protección de la capa de ozono, el espectro radioeléctrico.
	a.2 Bienes Comunes Globales Producidos	Con beneficios no rivales y parcialmente excluibles, constituidos por una variable stock y que han sido producidos o establecidos por el ser humano. Ej: derechos humanos, infraestructuras internacionales, Internet.
	a.3 Derivados de la Acción Política (Pública)	Los beneficios están constituidos por una variable flujo, por lo que se exige un esfuerzo constante para mantener un nivel de dotación dado. Ej: la paz, la salud, la justicia.
b) En función de la naturaleza del beneficio generado	b.1 Que proporcionan utilidad directa	Bienes cuya provisión incrementa la utilidad de agentes económicos o la productividad de factores. Ej: conservación de la biodiversidad, mantenimiento de la paz.
	b.2 Que reducen riesgos	Proporcionan beneficios en la forma de reducción o eliminación de elementos que generan desutilidad, esto es, reducen o eliminan la presencia o la intensidad de males públicos globales. Ej: la reducción de la degradación ambiental de un recurso de propiedad común, aire, océano.
	b.3 Que permiten incrementar capacidades	Mejoran o aumentan la capacidad para producir otros bienes, sean estos públicos o privados. Ej: la generación de conocimiento

		básico, la gobernanza.
c) En función de la tecnología de provisión o agregación	c.1 Con tecnología de producción aditiva	Ej: la reducción de la polución atmosférica, la disminución del efecto invernadero, la catalogación de nuevas especies.
	c. 2 Con tecnología de producción de eslabón débil absoluto	Ej: controlar la expansión de una enfermedad contagiosa, garantizar la seguridad de un sistema en red.
	c.3 Con tecnología de producción de mejor intento absoluto	Ej: el descubrimiento de una vacuna contra una enfermedad.
d) En función de la intensidad con que exhiban las propiedades de no rivalidad y no excluibilidad	d.1 Puros	Bienes cuyos beneficios son plenamente no rivales y no excluibles. Ej: la reducción del calentamiento global, la recuperación de la capa de ozono.
	d.2 Impuros	Que no presentarían plenamente ambas características y que podrían ser parcialmente rivales (ej: reducción del crimen organizado) o parcialmente excluibles (ej: difusión de la información).
	d.3 Bienes de Club Globales	En los que el coste neto de exclusión es lo suficientemente pequeño como para constituir un club en el que los usuarios son gravados con una cuota y disfrutan del bien, mientras que los no miembros son excluidos de los beneficios del bien provisto por los miembros. Ej: INTELSAT, los canales marítimos internacionales.
e) En función de los ámbitos en los que emergen	e.1 Sector medioambiental	Acuerdos de protección medioambiental
	e.2 Ámbito de la salud	Acciones conjuntas contra pandemias
	e.3 Campo del conocimiento	Descubrimientos/Investigaciones
	e.4 Ámbito de la paz y la seguridad	Acuerdos de paz/ Negociaciones
	e.5 Ámbito de la Gobernanza	Acuerdos financieros/económicos

Fuente: elaboración propia sobre la base del trabajo de García Arias (2004).

Como puede observarse, existe una gran diversidad de BPG y diferentes criterios para agruparlos. También es posible inferir que estos bienes involucran un amplio espectro

de problemas en torno a su efectiva provisión en términos de acceso y equidad. Por otra parte, no todos se encuentran regulados por el mismo estatus de legislaciones, algunos de ellos han sido más normativizados que otros, pero además –y esto resulta crucial para nuestra hipótesis– no todos los BPG pueden negociarse en ámbitos supranacionales de carácter estatal. Más aún, un número importante de decisiones vinculadas con su provisión no involucra de manera exclusiva a los Estados nacionales. Esto implica el desarrollo de espacios supranacionales no estatales de discusión y formas de gobernanza global que responden a intereses de mercado.

En el caso del mercado de las comunicaciones convergentes, por ejemplo, existe un número importante de BPG en torno a los cuales son los actores del mercado global y no los Estados nacionales quienes definen la administración y uso del bien. Internet es, en este sentido, un ejemplo cabal. Su gestión a nivel mundial se encuentra en manos de la Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números (en inglés International Corporation for Assigned Names and Numbers, ICANN), una organización sin fines de lucro creada en 1998, que paradójicamente sustituye a la IANA⁴ –una entidad estatal norteamericana– en sus funciones de asignación de direcciones de protocolo IP, identificadores de protocolo, gestión del sistema de dominio y administración del sistema de servidores raíz. Según lo define la propia ICANN, su función es preservar la estabilidad de Internet por medio de procesos basados en el consenso.

Por otra parte, pero vinculado con los servicios que requieren de Internet para su funcionamiento, encontramos el caso de corporaciones transnacionales que definen sus áreas de incumbencia en relación con actividades tan diversas como desarrollo de software, provisión de infraestructura de redes, generación de contenidos, administración de redes, manejo de *big data*, *e-commerce*, etc. y que, en general, desarrollan sus actividades sin ser alcanzadas por normativas nacionales específicas, constituyéndose en función de ello en actores *Over The Top*. Son ejemplo de ello: Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft, Netflix o YouTube. Trataremos estos casos en la siguiente sección.

Articulación de las nociones de MN y BPG con el campo de la comunicación

La mercantilización de la comunicación ha tenido un crecimiento exponencial durante las últimas décadas. Esto puede constatarse en el incremento de la participación de las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en el PBI tanto de países desarrollados como en economías emergentes. Ramón Zallo (2016) aporta estas cifras que resultan elocuentes:

Las industrias culturales y creativas contribuyen un 7% al PIB mundial, y entre el 2% y 6% al PIB de las economías nacionales. Así pues en la economía global se genera un PIB de 2.706 billones de dólares y las exportaciones de productos y servicios creativos culturales alcanzan los 424 billones de dólares, de los cuales el 82% pertenece a países desarrollados, lo que refleja un dominio en el comercio de estas industrias. En Europa, el “European Competitiveness Report 2010” señala que las ICC suponen el 6,5% del PIB de la Unión Europea. El informe también destaca que el empleo en las ICC creció una media del 3,5% por año, en

⁴ Internet Assigned Numbers Authority.

comparación con el 1% en la economía global de la Europa de los 27. (INSIC, 2014)

Según el informe de UNESCO presentado en diciembre de 2015,⁵ las Industrias Culturales y Creativas (ICC) ya empleaban a 29,5 millones de personas, esto es el 1% de la población activa. El crecimiento exponencial de las redes también muestra datos significativos: Facebook pasó de tener 640 millones de usuarios en 2010 a 2.000 millones en 2017; y Twitter, de 170 millones en 2010 a 328 millones en 2017.

Hasta el primer semestre de 2017 se registraba la existencia de más de 3.500 millones de direcciones IP distribuidas en 246 países, mostrando un incremento respecto de años anteriores (Califano y Baladrón, 2012). De ese total Estados Unidos ocupa el primer lugar en tanto posee poco más de 1.600 millones.⁶

En el caso argentino el impacto mercantil del sector info-comunicacional se ubica en la media regional del 2,2%. Esto representa un incremento respecto de mediciones realizadas hasta 2004, donde la proporción era inferior al 1% (UNESCO, 2015; SINCA, 2013; Becerra y Mastrini, 2009).

¿En qué clave de lectura abordar estos datos, a fin de permitir una articulación con los conceptos de BPG y MN?

Consideramos que resulta posible articular la reflexión procedente de la filosofía política que desarrollan las teorías igualitaristas, en torno a los límites morales del mercado, a los análisis económicos aportados desde la teoría de los BPG; para luego ponerlos en relación con la propuesta analítica que formula, en el campo de la comunicación, la escuela de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura. En efecto, sus trabajos parten de la necesidad de estudiar de un modo integrado las relaciones de poder expresadas en el sistema de producción económico y en el nivel cultural, y analizan el modo en que la comunicación y la cultura participan del proceso de acumulación del capital.

Esto abarca diversos problemas que se vinculan, por ejemplo, con el rol de los medios en el proceso de acumulación, las relaciones de poder que se expresan en el sistema cultural en el marco de una creciente integración de los medios de comunicación en la estructura económica, la estratificación y las desigualdades de clases, las relaciones entre los centros de poder político y los centros de poder económico y las relaciones entre producción material, producción intelectual y las políticas de comunicación (Herscovici, *et al.*, 1999; Albornoz 2011; Mastrini, Bizberge y De Charras 2012; Becerra, 2015).

Sobre esta plataforma se asienta la discusión acerca de las controversias que suscita la transformación de la cultura en una mercancía en relación con el proceso mediante el cual la superestructura se industrializa (Garnham, 1979 y 1983; Zallo, 1988 y 2016).

⁵ Las ICC analizadas incluyen 11 sectores: publicidad, arquitectura, libros, videojuegos, música, películas, diarios/revistas, artes escénicas, radio, TV y artes visuales. http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf (recuperado el 9 de septiembre de 2017).

⁶ <http://research.domaintools.com/statistics/ip-addresses/> (recuperado el 9 de septiembre de 2017).

Numerosos bienes y servicios que integran las industrias culturales y creativas podrían caracterizarse como bienes públicos.⁷ Tomemos como ejemplo aquellos que utilizan espectro radioeléctrico (radio y TV) o los que se montan sobre la estructura de Internet. En ambos casos identificamos las características de no rivalidad y no exclusión. Siguiendo la caracterización propuesta por García Arias, podemos señalar que el espectro radioeléctrico integra en grupo de BPG a.1,⁸ mientras que Internet pertenece al a.2.

Con respecto al primer grupo, podemos señalar que los medios audiovisuales que utilizan espectro radioeléctrico emergen como una zona de controversia puesto que, por una parte y tal como ocurre con otras industrias culturales, poseen alto valor inicial del prototipo, costos de reproducción decrecientes tendientes a cero y una particular forma de valorización vinculada con los circuitos de distribución. Pero, por otra y en tanto bien cultural, se reclama su inclusión en zonas de resguardo y excepción cultural, lo cual se vincula con la transmisión de valores, la construcción de identidades nacionales o la preservación de un patrimonio histórico, político y cultural que estos medios pueden realizar.

Uno de los argumentos para exceptuar al audiovisual continuo de un tratamiento exclusivamente mercantil y, en cambio, vincularlo con el ejercicio del derecho a la información, se aloja en su originaria difusión por sistemas analógicos a través del espacio radioeléctrico, un espacio finito definido como patrimonio común de la humanidad, no enajenable y cuya administración se encomienda a los Estados. Cabe recordar aquí que, aun en contextos de convergencia y desarrollo de nuevos medios y plataformas interactivas, la penetración de los medios pertenecientes al sector del audiovisual continuo (radio y TV) sigue siendo prevalente con porcentajes que alcanzan al 98% de la población (SINCA, 2013).

Por otra parte, tenemos el caso de la infraestructura global de Internet, un desarrollo tecnológico originalmente vinculado con protocolos de seguridad, que muy pronto se extiende a la sociedad y el mercado, y se consolida partir de un movimiento ambivalente en el que se conjugan y gestan dos modelos contrapuestos: el comercial, vinculado con formas cada vez más restrictivas de acceso (*pay per view*, derechos de autor, regulaciones sobre piratería, etc.) y el solidario, asociado con el intercambio colaborativo, la libre circulación y la gratuidad (Mattelart, 2007; Becerra, 2003; Califano y Baladrón, 2012). En efecto, el modo de gestión global de Internet se asienta en una estructura de organizaciones internacionales no gubernamentales, que trabajan bajo un modelo privado y descentralizado de gestión, y sin dificultad podría vincularse con el modelo tradicional de telecomunicaciones donde los usuarios comprendían al servicio de redes como un bien privado (Califano y Baladrón, 2013, p. 211). Sin embargo, llegados al estadio actual de desarrollo de las comunicaciones convergentes y aun frente a las fuertes asimetrías de acceso que persisten a nivel global, resulta sin dudas controversial continuar asumiendo que se trata de un bien privado, ya que el

⁷ Siguiendo las definiciones que UNESCO formula en 2005, a partir de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales, asumimos que todas las manifestaciones de la cultura constituyen un bien de la humanidad que debe ser resguardado. Este documento reconoce la naturaleza distinta de los bienes y servicios culturales como vehículos de valores, identidad y significado. Disponible en :<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919e.pdf> (recuperado el 9 de septiembre de 2017).

⁸ El espectro radioeléctrico es definido como bien público en la legislación argentina (Art. 7. Ley 26.522).

acceso a las tecnologías de info-comunicación se ha convertido en un factor crucial de desarrollo individual y colectivo en el contexto de la llamada Sociedad de la Información.

Esta transformación puede leerse a partir del concepto de ecosistemas de medios formulado tempranamente por Innis (1950) y que permite una actualización productiva a la luz del presente, aplicable a la comprensión de un sistema en el que las tecnologías de la comunicación no se sustituyen sino que, en cambio, generan modos de convivencia y adecuación entre medios tradicionales e innovadores. Además abarca las transformaciones culturales en los usos y apropiaciones que la sociedad desarrolla en relación con ellos.

Esta coexistencia genera controversias diversas entre actores, mercados y regulaciones. Pero además se desarrolla sobre una base de profundas inequidades de acceso ciudadano.

En efecto, el ecosistema de medios en América Latina se caracteriza por la presencia mayoritaria del sector privado lucrativo, la concentración de la propiedad y la centralización de la producción en grandes centros urbanos. (Becerra y Mastrini, 2009; Arroyo *et. al.*, 2012; Monje, 2013). Al mismo tiempo, como señala Albornoz

(...) el desarrollo de distintas redes digitales con Internet a la cabeza se presenta como un nuevo campo de batalla donde se reeditan algunas de las controversias propias de las industrias culturales en su andadura analógica: servicio público versus interés comercial, control político versus libertad de información, regulación normativa versus *laissez-faire*, estandarización y homogeneidad versus diversidad cultural, control mercantil versus privacidad. (Albornoz, 2011, p. 223)

Sobre este escenario se traman además dos modificaciones sustantivas que se consolidan en las dos últimas décadas: por una parte, los procesos de convergencia tecnológica que en términos mercantiles producen una crisis y reconfiguración en la cadena de valor de las industrias culturales; y, por otra, la renovada discusión y transformación –tanto en Argentina como en otros países de América Latina– de los plexos normativos referidos al audiovisual que lo colocaron como parte de los derechos a la comunicación.

Me interesa reflexionar en este escenario por las formas de acceso ciudadano y exclusión al espacio público mediatizado que se producen en el marco de sistemas normativos que, pese a su virtuosismo en relación con el estatuto de derechos a la comunicación que reconocen formalmente, presentan contradicciones y zonas de conflicto como sistema.

Siguiendo en la línea de argumentación iniciada, quisiera reflexionar entonces acerca del mercado de las comunicaciones y su capacidad de habilitar o excluir la participación ciudadana a partir de la proposición conjetural de considerarlo en términos de un mercado nocivo particular. Recupero en este ejercicio las categorías propuestas por Satz (2015).

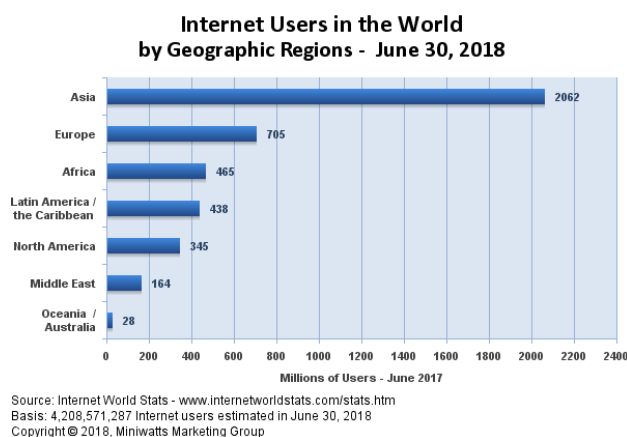
Discusión e hipótesis

La desigualdad e inequidad en el acceso a la información y a los bienes culturales a nivel global resulta significativa en la actualidad, aun cuando se registran incrementos

en los niveles de penetración de Internet y el consumo de medios de comunicación en general.

Según señala Alborno (2011), hasta el año 2010 sólo el 18% de la población mundial era usuaria de Internet. Para junio de 2017 este porcentaje se incrementó hasta llegar al 51,7%, según estimación del portal Internet World Stats, hasta alcanzar un número de 3.885.567.619 usuarios. La distribución por regiones presenta asimetrías significativas como puede observarse en el siguiente gráfico.

Usuarios de Internet en el mundo
Por regiones geográficas (30 de junio de 2018)



Fuente: Internet World Stats

Las cifras de la desigualdad en el acceso a Internet guardan correspondencia con brechas sociales preexistentes: desde la década del 70 la desigualdad creció significativamente en los países ricos. El 0,1% de los más ricos del planeta tiene una participación total en la riqueza del 20%. Pero además 1 de cada 100 habitantes del mundo posee lo mismo que el 99% restante.⁹

Tal como lo explica Piketty “la principal fuerza desestabilizadora se vincula con el hecho de que la tasa de rendimiento privado del capital r puede ser significativa y duraderamente más alta que la tasa de crecimiento del ingreso y la producción g ” ($r > g$). Por tanto el empresario tiende a transformarse en rentista y una vez constituido, el capital se reproduce solo. “El pasado devora al porvenir” (Piketty, 2015, p. 643).

El análisis de las relaciones de poder y de sus implicancias en la generación de desigualdades sociales vinculadas con el acceso a los medios de comunicación, requieren una interpretación que proceda de la filosofía política de la libertad de expresión (Loreti y Lozano, 2014; Fiss, 2009). Comprender el derecho a la información –en tanto derecho individual y colectivo– y más ampliamente los derechos a la

⁹ Sobre este punto vale recordar que el movimiento *Ocuppy* tuvo como slogan “somos el 99%” lo cual, en la perspectiva de Iñigo Errejón, no tiene un valor estadístico sino performativo ya que interpela a una mayoría muy heterogénea para unificarla por oposición al 1% de super ricos (Errejón y Moufee, 2015).

comunicación en clave de derechos humanos, implica por ejemplo entender que, como ha señalado la CIDH (2008), “el libre acceso a la información es un medio para que en un sistema democrático, representativo y participativo, la ciudadanía ejerza sus derechos políticos”.

En ese cruce encontramos los fundamentos que, procedentes del derecho, permiten leer desde una perspectiva crítica la mercantilización de la cultura y la justificación de la desigualdad, no sólo comprendida como un efecto de relaciones económicas asimétricas, sino además como una condición persistente que las sociedades capitalistas construyen y refuerzan aun contra un discurso que formalmente abjura de la desigualdad. “Vivimos en sociedades que eligen no reducir su desigualdad”, afirma Dubet y agrega que “esto ocurre aun a pesar de que la globalización económica no produce de un modo mecánico una profundización de las desigualdades sociales (...) lo que ahonda la grieta son las relaciones de fuerza ideológicas y políticas dentro de cada sociedad” (Dubet, 2015, p. 45).

Entendemos que este es el punto crítico en el que un mercado donde se transan bienes públicos se vuelve nocivo. Hemos señalado anteriormente, siguiendo a Satz, cuatro valores que pueden servir como parámetros para la evaluación de un Mercado Nocivo esto es: a) perjuicios extremos para las personas, b) perjuicios extremos para la sociedad, c) débil capacidad de acción y d) vulnerabilidad. En los mercados comunicacionales que utilizan espectro radioeléctrico o en los que se montan sobre la infraestructura de Internet, las implicancias de la falta de acceso a la información constituyen una severa restricción al desarrollo integral de los individuos y un límite al ejercicio de una ciudadanía plena (Santos, 1987). Estas restricciones deben asimismo evaluarse en relación con los procesos de concentración de la propiedad en los medios y la convergencia de medios y actores¹⁰ que caracterizan a los mercados globales contemporáneos. Todo esto impacta en la sociedad en su conjunto pero en particular en los sectores más vulnerables de la población, toda vez que por una parte estos movimientos generan restricciones al pluralismo y la diversidad –y consecuentemente esmerilan el sistema democrático–, pero además porque su apuesta está orientada a la creciente comercialización y el pago por el acceso a bienes que, cada vez con mayor fuerza y argumentos, se definen como públicos tanto desde la filosofía política como desde la economía.

En efecto, Satz avanza en el diseño de una tesis social democrática al sostener que:

es preciso distribuir algunos bienes por fuera del mercado para que los ciudadanos sean iguales. La igualdad de acceso a estos bienes es condición necesaria de la ciudadanía democrática. En el caso de otros bienes necesarios para la ciudadanía, es posible aceptar, en parte, su distribución (desigual) por parte de los mercados, pero será necesario complementarla con provisiones ajenas al funcionamiento del mercado. (Satz, 2015, p. 281) .

La autora reconoce la necesidad de abordar estos mercados evitando perjuicios extremos y protegiendo a los individuos más vulnerables; asimismo, se define como renuente a imponer prohibiciones generales sobre los mercados que presentan

¹⁰ Según sostiene Prado, la convergencia –sea esta de tecnología, actores o regulaciones– es un proceso que debe evaluarse fundamentalmente a partir de la apropiación que las personas hacen de las tecnologías (Prado, 2009).

características problemáticas, en tanto el hecho de identificar un mercado como nocivo no implica que deba prohibirse o intentar regularse.

Los MN traen a la luz una cuestión fundamental: el modo en que determinados mercados inciden en las capacidades y la imagen que los individuos tienen de sí mismos, incluso en sus capacidades de autonomía y de relacionarse como iguales. En este punto identifica otros mercados en los que potencialmente pueden surgir estas cuestiones controversiales: la influencia política, la educación, la salud y los medios de comunicación (Satz, 2015, p. 283).

Llegados a este punto que es posible afirmar, al menos en términos conjeturales, que los mercados comunicacionales convergentes en los que se transan bienes públicos globales operan por su propia lógica de lucro e imponen límites al acceso a estos bienes que conllevan riesgos explícitos respecto del ejercicio de derechos humanos básicos. Este movimiento de carácter global no admite la resolución excluyente por parte de los Estados nacionales. En muchos casos los Estados deben sentarse a la mesa de negociaciones con entidades supranacionales no estatales y grupos transnacionales a definir la administración de algunos de estos bienes. Aun así, el funcionamiento de actores info-comunicacionales transnacionales sorteas sin demasiadas dificultades intentos regulatorios y políticas proteccionistas. Este escenario constituye al mercado en una zona de restricción e inaccesibilidad creciente para individuos y grupos vulnerables y por lo tanto permite definirlo, al menos conjeturalmente, como un mercado nocivo.

La paradoja contemporánea respecto del mercado de comunicaciones convergente se expresa como una disputa desigual entre Estados –que no logran administrar de un modo eficiente y equitativo el acceso de la ciudadanía a ciertos BPG tales como Internet, espectro radioeléctrico o patrimonio cultural– y un mercado transnacional que ha convertido a esos mismos BPG en su mercancía más preciada, y gestiona mediante mecanismos de creciente exclusión su acceso e intercambio en el marco de transacciones propias de un mercado nocivo.

Bibliografía

- Albornoz, L. (2011) (Comp). *Poder, medios y Cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Arroyo, L; Becerra, M. Garcia Castillejo, A. y Santamaría, O. (2012). *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Tecnos.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- Becerra, M. (2003). *Sociedad de la Información. Proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Norma.
- _____ (2015) *De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Califano, B. y Baladrón, M. (2012). La regulación de Internet: formas emergentes de gobierno privado. En Mastrini, G., Bizberge, A. y De Charras, D. (Eds) *Las*

- políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos.* Buenos Aires: La Crujía.
- CIDH (2008). Informe Anual de la Relatoría para la libertad de expresión. *Informe Anual 2008 vol III.* Marco Jurídico Interamericano del derecho a la libertad de expresión.
- Dubet, F. (2015). *¿Por qué preferimos la desigualdad? (Aunque digamos lo contrario).* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Errejon, I. y Mouffe, Ch. (2015). *Construir pueblo. Hegemonía y radicalización de la democracia.* Madrid: Icaria.
- Fiss, O. (2009). Las dos caras del Estado. *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad de Palermo.* Año 10, Nº1. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- García-Arias, J. (2004). Un nuevo marco de análisis para los bienes públicos: la Teoría de los Bienes Públicos Globales. *Revista Estudios de Economía Aplicada* Vol. 22-2, disponible en: <http://www.revista-eea.net/documentos/22203.pdf>
- Garnham, N. (1979). Contribution to a political economy of mass-communication, en *Media, Culture & Society.* Nº 1. pp. 123-146. Londres: Sage.
- _____ ([1979] 1983) La cultura como mercancía, en RICHERI, G. *La televisión: entre servicio público y negocio.* Barcelona: Gustavo Gili.
- Herscovici, A., et. al. (1999). Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación, en MASTRINI, G. y BOLAÑO, C. (eds.) (1999) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación.* Buenos Aires: Biblios.
- Innis, H. (1950). *Empire and communications.* Disponible en: <http://www.gutenberg.ca/ebooks/innis-empire/innis-empire-00-h.html>
- Internet World Stats. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Loreti, D. y Lozano, L. (2014) *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas.* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Mastrini, G., Bizberge, A. y De Charras, D. (Eds) (2012). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos.* Buenos Aires: La Crujía.
- Mattelart, A. (2007). *Historia de la Sociedad de la información.* Buenos Aires: Paidós.
- Musgrave, R.A. (1939). The voluntary exchange theory of public economy. *Quarterly Journal of Economics*, 53, pp. 213-37.
- Monje, D. (2013). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007.* Tesis Doctoral. Depósito realizado en el Servicio de Difusión de la Creación Intelectual (SeDiCI) Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de la Plata. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10915/26307>.
- Prado, E. (2009). Retos de la convergencia digital para la televisión. *Quaderns del CAC* Nº 31-32, Barcelona. Disponible en http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_Prado_ES.pdf

- _____ (2011) *Televisión e Internet*, en Bustamante, E. (ed) *Las Industrias Culturales e Internet*. Tenerife: Cabildo de Tenerife.
- Piketty, T. (2015). *El Capital en el Siglo XXI*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Rabotnikof, N. (2005). *En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea*. Méico: Instituto de Investigaciones Filosóficas, UNAM.
- Sandel, M. (1988). *What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. The Tanner Lectures on Human Values*. Oxford: Delivered at Brasenose College.
- _____ (2013). *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*. Barcelona: Debate.
- Santos, M. (1987). *El espacio del ciudadano*. San Pablo: Editora da Universidade de Sao Paulo.
- Satz, D. (2015). *Por qué algunas cosas no deberían estar en venta. Los límites morales del mercado*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- SINCA (2013). Encuesta Nacional de Consumos Culturales, Dirección Nacional de Industrias Culturales-Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación, Buenos Aires.
- Samuelson, P.A. (1954). The pure theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 36, 4, pp. 387-89.
- _____ (1955). A diagrammatic exposition of a theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 37, 4, pp. 350-56.
- _____ (1958). Aspects of public expenditure theories. *Review of Economics and Statistics*, 40, 4, pp. 332-38.
- UNESCO (2015). *Cultural times The first global map of cultural and creative industries*
Disponible en:
http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/ERI/pdf/EY-Cultural-Times2015_Low-res.pdf
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.
- _____ (2016). *Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder*. Anexo I. "Las industrias creativas a discusión". Barcelona: Gedisa.