

Debates teóricos para el estudio de la televisión pública estatal ante la convergencia digital en América Latina

*Estatuko telebista publikoa aztertzeke eztabaida teorikoak
Latinoamerikako konbergentzia digitalaren aurrean*

Theoretical debates for the study of public state television
in the face of digital convergence in Latin America

Ezequiel Alexander Rivero*

CONICET - Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

RESUMEN: El artículo presenta un recorrido por algunas discusiones teóricas vinculadas a la forma en que la televisión pública estatal enfrenta la convergencia digital. Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (EPC), el trabajo retoma algunos problemas clásicos y actuales de la agenda de la EPC, como la concentración comunicacional, la economía de las plataformas y la democratización de la comunicación. Con estas herramientas, busca realizar un análisis situado sobre las posibilidades de desarrollo de la televisión pública frente a la convergencia, en contextos periféricos.

PALABRAS CLAVE: televisión; Internet; convergencia; medios.

ABSTRACT: *The article presents an overview of some theoretical discussions related to the way in which public state television faces digital convergence. From the perspective of the Political Economy of Communication (PEC), the work takes up some classic and current problems of the PEC agenda, such as communicational concentration, the platform economy and the democratization of communication. With these tools, it seeks to carry out a situated analysis of the possibilities of development of public television in the face of convergence, in peripheral contexts.*

KEYWORDS: *television; Internet; convergence; media.*

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Ezequiel Alexander Rivero. Roque Sáenz Peña, 352 (B1872, Bernal, Buenos Aires, Argentina) – erivero@uvq.edu.ar – <https://orcid.org/0000-0002-8124-0975>

Cómo citar / How to cite: Rivero, Ezequiel Alexander (2022). «Debates teóricos para el estudio de la televisión pública estatal ante la convergencia digital en América Latina», *Zer*, 27(53), 81-99. (<https://doi.org/10.1387/zer.23816>).

Recibido: 20 julio, 2022; aceptado: 3 octubre, 2022.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © 2022 UPV/EHU



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

Introducción

Este trabajo pone en relación aportes de la Economía Política de la Comunicación (EPC) en entornos digitales, con foco en su mutación desde las promesas originarias de democratización de las comunicaciones al actual escenario de creciente privatización y consolidación de unos pocos agentes globales, con el objeto de identificar algunos principios generales sobre las condiciones en que se producen los procesos de convergencia digital primero, y plataformización más tarde, de la industria audiovisual, con particular interés en la televisión pública estatal¹ de los países periféricos.

La creciente plataformización de la industria audiovisual y las barreras de ingreso y permanencia para nuevos actores; el lugar periférico de América Latina a nivel global y su dependencia de los países capitalistas centrales productores de las tecnologías de la alta computación y la marginación de los medios públicos estatales en sus sistemas mediáticos nacionales altamente concentrados, son algunos de los elementos que condicionan la posibilidad de sobrevivir en internet de estos últimos.

La revisión teórica que aquí se presenta se sitúa en el itinerario desde la digitalización, convergencia tecnológica y posterior plataformización de los medios audiovisuales, procesos centrales para comprender las transformaciones en la producción, distribución, exhibición y consumo de bienes y servicios audiovisuales en los últimos quince años. En particular, nos detenemos a pensar las implicancias del cruce entre la actual forma de distribución de contenidos audiovisuales a escala global y los medios públicos estatales en contextos geográficos periféricos, tal el caso de América Latina.

La caracterización de las principales implicancias de la digitalización permitirá comprender su alta capacidad para alcanzar cada vez más actividades sociales, entre ellas las vinculadas a la industria audiovisual. También nos detendremos a describir el funcionamiento de las plataformas de internet, subproducto del estado actual del desarrollo del capitalismo, que modelan a nivel industrial la circulación de contenidos audiovisuales por su capacidad para expandirse y ganar posiciones de mercado difíciles de alcanzar por nuevos actores entrantes.

Los altos niveles de concentración de los distintos recursos esenciales en que se organiza la distribución de contenidos audiovisuales en internet crea una relación de

¹ En este trabajo utilizamos el término «medios públicos estatales», pero no así las nociones de «medios públicos» o de «servicio público». Esto, dado que coincidimos con Becerra (2013) quien analiza que América Latina es «una región en la que los medios de gestión estatal —salvo excepciones— no tuvieron ni misiones ni funciones de Servicio Público» (Becerra, 2013). De un modo más general, este autor señala que «la lógica comercial ha guiado casi en soledad el funcionamiento del sistema mediático» en esta parte del mundo, a lo que se suma la «ausencia de medios públicos no gubernamentales con audiencia real» (2013: 37).

dependencia entre actores situados en la periferia menos desarrollada y los agentes centrales de escala global. Esta dependencia alcanza incluso a los contenidos, en este caso públicos, que pasan a ser gestionados y distribuidos bajo control privado.

En el nivel de las discusiones sobre la incursión de los medios públicos en este entramado, veremos además que diversos principios orientadores de su funcionamiento y razón de ser, como el acceso universal, la inclusión, la gratuidad, la libertad de expresión y el ejercicio democrático de la comunicación, colisionan con las formas de funcionamiento mercantil de las plataformas y empresas globales proveedoras de contenidos y las tecnologías necesarias.

Aunque la digitalización y la plataformización de la industria audiovisual afecta tanto a medios público-estatales como privados, no todos se encuentran igualmente posicionados para desarrollarse en internet. Tendrán mayores posibilidades aquellos con capacidad de inversión de capital para alcanzar los pisos tecnológicos que permiten una (re)adaptación permanente al cambio y acceso al mercado global. Persiste una situación de desequilibrio de medios humanos, tecnológicos y económicos entre los países centrales productores de la tecnología y los periféricos, que puede leerse en clave de «interdependencia asimétrica».

El trabajo advierte además sobre los riesgos de la creciente plataformización en relación a la deforestación de las industrias audiovisuales locales y la homogeneización de las producciones locales crecientemente creadas con arreglo a las necesidades de distribución internacional de las plataformas globales, lo que licúa en parte los rasgos identitarios nacionales de los contenidos.

En este punto se marca una encrucijada para los medios públicos estatales, porque en un contexto en que la generación de contenidos diferenciales «portadores de diversidad» es más necesaria, emergen argumentos que ponen en jaque la propia legitimidad de sus operaciones en línea. En un espacio caracterizado por la sobreabundancia de contenidos, la participación de los medios públicos es cuestionada en su razón de ser. Sin embargo, argumentamos que los actores privados reproducen en internet su tendencia tradicional a la homogeneización, mínima diferenciación y estandarización, por lo que los medios públicos estatales pueden funcionar como un contrapeso que aporte diversidad.

El objetivo de este artículo es plantear una agenda no exhaustiva de preocupaciones o posibles claves de lectura teórica para analizar el encuentro entre la televisión pública estatal tradicional e internet. Se trata de una revisión situada en lo que denominamos medios periféricos de regiones periféricas del mundo, tal el caso de América Latina. En términos metodológicos, el trabajo combina, por un lado, la revisión de literatura de distintos orígenes que abordan las transformaciones digitales de los medios públicos estatales en América Latina, y por otro, discusiones sobre la

disrupción que representa internet y las plataformas digitales para los sistemas mediáticos. A su vez, incorpora *ex profeso* numerosas referencias a investigaciones provenientes del contexto europeo, lo que permite incorporar discusiones de una región del mundo con extensa tradición en medios de servicio público robustos, al tiempo que conduce a pensar en las especificidades de este debate desde el contexto periférico que planteamos.

No se pretende responder aquí cabalmente, aunque sí dejar planteados, algunos interrogantes que se consideran centrales para abordar esta problemática: ¿cómo pensar la especificidad latinoamericana en este contexto? ¿Hay todavía margen para el diseño de respuestas a partir de intereses geopolíticos comunes? ¿Cuáles son las condiciones de producción sobre las cuales las televisoras públicas estatales despliegan sus servicios en línea? ¿Qué estrategias pueden y deberían implementar estos actores estatales para un desarrollo expansivo y prominente en el entorno digital? ¿Cuáles son, en definitiva, sus condiciones de posibilidad ante los desafíos que les plantea internet?

En un primer momento el trabajo problematiza la cuestión de la alta concentración que se verifica en cada una de las capas en que se organizan los recursos de la Red. Esto permite marcar la tensión entre el actual estado de alta consolidación de unos pocos actores globales, en relación a las promesas originarias de una internet abierta, horizontal y democrática. Además deja planteada la desigual distribución de esos recursos; el carácter político de dicha desigualdad y la creación de regiones y actores periféricos y subalternizados en relación al núcleo concentrado de internet.

El segundo apartado describe las características y principales formas de funcionamiento de las plataformas de internet. En este punto señalamos la colisión entre las formas de funcionamiento mercantil de las plataformas y algunos de los principios que hacen parte del horizonte normativo de los medios públicos, como el acceso universal, la inclusión, la libertad de expresión y el ejercicio democrático de la comunicación. En relación al carácter político de la concentración que señalábamos en el punto anterior, se introduce aquí la discusión sobre el rol del Estado como regulador de estos mercados, por un lado, y su función en el despliegue de infraestructura propia de conectividad y creación de plataformas audiovisuales para contenidos nacionales.

A continuación, se da cuenta de algunos desafíos de las televisoras públicas estatales ante los procesos de convergencia y plataformización en curso. Para esto se vuelve sobre su posición periférica tanto en términos geográficos, como hacia el interior de sus mercados mediáticos locales, y las limitaciones que esto representa para su desarrollo en uno de los entornos más privatizados y concentrados de la comunicación.

Las palabras finales recuperan las ideas centrales que orientan este artículo en relación a las tensiones que atraviesan los medios públicos estatales periféricos de

América Latina en un contexto de convergencia y plataformización. Se inquiriere en este punto sobre las posibilidades de desarrollo de este tipo de actores en el contexto actual de los ecosistemas digitales, los roles posibles de los estados nacionales y los medios a su cargo.

1. Consideraciones generales sobre internet: de la democratización a la concentración

Entendemos a internet como un espacio formado por una red compleja y asimétrica de actores, donde el poder económico, político y el conocimiento son los que determinan la capacidad de acceso (Bolaño, 2013: 297), situación que es discordante en relación a la caracterización extendida y parcial del funcionamiento de internet que focaliza en la «horizontalidad», «falta de control» y «multiplicidad de actores» (Zuckerfeld, 2010 y 2014). Por el contrario, al relato de internet como una «nube» o un «laberinto» exótico y mítico, se contraponen su materialidad, creciente mercantilización y altos niveles de concentración (Katz, 1998; Castells, 2009).

Diversos estudios (Zuckerfeld, 2010; Levy y Urquijo, 2016; Baladron, 2018; ISOC, 2019) desmitifican el imaginario en torno a internet y los ecosistemas digitales como espacios horizontales, sin control y con multiplicidad de actores, y destacan una situación de alta concentración en los distintos niveles o capas en los que se organizan los recursos tecnológicos, logísticos, comerciales y de infraestructura que dan forma a la Red.

El fenómeno de la concentración en este sector no puede explicarse exclusivamente a partir de lógicas puramente económicas y tecnológicas. Por el contrario, la caracterización de los recursos necesarios para la producción y distribución de la información como bienes comunes disponibles para todos, o como bienes enteramente privados disponibles para los actores que operan en la lógica del mercado, requiere definiciones políticas. Es decir que, «el carácter público o privado no se define en función de las características técnicas de los productos o los mercados, sino que es producto de decisiones intrínsecamente políticas» (Herscovici, Bolaño y Mastrini, 1999: 23).

La tensión entre el par democratización-concentración cuestiona el carácter potencialmente democratizador de internet. Como afirma Bolaño, «no nos debemos ilusionar respecto de ese potencial, pues las asimetrías son estructuralmente constitutivas de la Red, y garantizan la existencia de una jerarquía compleja en la que prevalecen aquellos (...) que detentan mayor capital económico, político o simbólico» (Bolaño, 2013: 290).

Así como muchos estados latinoamericanos han intervenido en la capa de la infraestructura física de internet mediante planes nacionales de banda ancha que, bajo

distintos modelos de gestión, implicaron inversiones para fomentar la adopción de internet entre la población (Galperin, Mariscal y Viicens, 2013), es posible pensar a la reconversión de los medios públicos estatales en servicios digitales, como una herramienta de política de medios (Moe, 2008) que le permitiría al Estado intervenir en la capa de servicios, contenidos y aplicaciones, aportando ofertas diferenciales en un entorno donde la producción y distribución de material audiovisual se encuentra concentrada en unas pocas empresas de tecnología que operan a escala global, con tendencia a la homogeneización y estandarización de la oferta.

2. Sobre las plataformas de internet

Las últimas dos décadas fueron los años en que ganaron mayor preeminencia las plataformas que son hoy algunas de las compañías más valiosas del mundo. Empresas como Facebook, Amazon, Google² ganaron una gran relevancia en la economía, no solo digital. Son sistemas tecnológicos con reglas propias expresados habitualmente en sus términos de uso, políticas de privacidad; escritos generalmente con arreglo a las regulaciones vigentes en los lugares donde se encuentran sus casas matrices, y que son además inestables pudiendo cambiar incluso sin que los usuarios sean notificados (Belli, Schwartz y Louzada, 2017; Van Dijck, 2016). Además, desarrollan sistemas de recompensa a ciertos contenidos por lo que modelan las formas en que los usuarios se expresan y publican los mensajes. Cada vez de forma más activa y nítida asumen roles editoriales. Se convierten en los *gate-keepers* de los flujos de información, interacción y transacciones en las redes, controlan la puerta de entrada y direccionan el camino hacia la información y los consumos (Gillespie, 2018).

Las disputas entre los gigantes tecnológicos de Estados Unidos y las industrias culturales tradicionales de distintos lugares del mundo se observan en casos como el de Axel Springer³ en Alemania, y más recientemente el apagón informativo que realizó Facebook a medios australianos en febrero de 2021 cuando el gobierno de ese país se disponía a sancionar una normativa que obligaba a la plataforma a redirigir parte de los beneficios que obtenía por la exploración de contenidos informativos, hacia las empresas periodísticas que los generaban (Obser-

² El acrónimo GAFAM se utiliza habitualmente para referirse a las principales empresas globales de tecnología que son dominantes en infraestructura básica de red, provisión de hardware de distinta complejidad y para diferentes usos, y dispositivos o desarrollo de software. Entre ellas Google (Alphabet), Amazon, Facebook (Meta), Apple y Microsoft. En este trabajo, según resulte más conveniente a los fines de aportar claridad a la lectura, nos referimos a estas empresas de forma individual (Google, Facebook) o mencionando los conglomerados de los que son parte (Alphabet, Meta)

³ Ver Döpfner, M. (2014). Carta abierta a Eric Schmidt. Recuperado de <http://tallerdedatos.com.ar/wpcontent/uploads/2016/07/Dopfner-Google-Carta-abierta-a-eric-schmidt.pdf>

vacom, 2021 a y b). En julio de 2022 la Unión Europea aprobó dos normas en forma de reglamentos: la Ley de Servicios Digitales (Digital Services Act o DSA) y la Ley de Mercados Digitales (Digital Markets Act o DMA) que imponen a los llamados GAFAM una serie de obligaciones y prohibiciones para contener las prácticas anticompetencia⁴.

Los casos que reseñamos aquí del contexto europeo muestran el poder extorsivo de las plataformas y su capacidad de daño sobre los actores tradicionales de la industria de los medios, por un lado, y conduce a pensar sobre la situación tanto más frágil de los medios tradicionales de América Latina u otros mercados periféricos y sus capacidades limitadas para librar disputas hegemónicas y discutir condiciones de relacionamiento más equitativas con estas plataformas. A esto se suma que la regulación excede la sanción de leyes, y la falta de regulación legal es llenada con prácticas y un régimen de propiedad que es global, concentrado y que mercantiliza la lógica de funcionamiento de servicios y aplicaciones.

El extenso entramado de agentes e intermediarios digitales que conforman la cadena de empresas que permiten la distribución de televisión en internet, junto a todas sus funcionalidades visibles o no a los usuarios, son casi en su totalidad empresas privadas estadounidenses (Braun, 2014; Intricately, 2018). Gigantes digitales como Google, Amazon, Facebook, Apple y Netflix son la parte más reconocible para los usuarios finales en este entramado. Estas firmas a su vez participan de distintas instancias de la cadena de valor. Actividades frecuentes como alianzas, fusiones o adquisiciones les han permitido participar en distintos segmentos de la cadena de valor y por lo tanto obtener mayor poder de mercado, no solo en la producción de contenidos, sino también en infraestructura de distribución, desarrollo de software, sistemas operativos y dispositivos (Iosifidis, 2011: 174-80).

Califano y Zukerfeld muestran que la creación de redes privadas de internet favorece la circulación de contenidos de aquellos actores con mayores capacidades económicas para realizar inversiones intensivas de capital. Mientras los gigantes de internet como Netflix o YouTube pueden acudir al despliegue de sus propias redes de distribución de contenidos (CDN, content delivery networks) para acercar copias de sus contenidos a los usuarios finales, reducir la latencia y mejorar la experiencia de visionado, «hay otro tipo de paquetes que en la totalidad del proceso de transmisión resultan perjudicados: los que son inyectados en la red por productores de menor porte económico», entre los que se cuentan pequeñas empresas, usuarios e incluso los actores estatales (2019: 20).

⁴ Ver más sobre los Reglamentos europeos en https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2022-0269_ES.html#title2

La posesión de una infraestructura de distribución propia es clave desde un punto de vista de control del envío y consumo y especialmente la captura del subproducto esencial de todo el proceso, los datos.

Resulta claro que la responsabilidad de transmisión, intercambio y entrega del tráfico de contenido digital recae de forma creciente en una serie de jugadores privados comerciales, quienes crean las soluciones tecnológicas, dan forma a los mercados y a los modelos de negocio que favorecen prioridades comerciales (Srnicsek, 2018). En este punto existe una colisión entre las formas de funcionamiento mercantil de las plataformas y los valores que forman parte de la identidad de los medios públicos, entre ellos: el acceso universal, la inclusión, la libertad de expresión y el ejercicio democrático de la comunicación. Ante este panorama resulta relevante conocer las relaciones asimétricas aunque tal como está conformado el mercado actual, inevitables, por las necesidades de distribución de contenidos audiovisuales de los actores periféricos, y los agentes industriales locales y globales que dominan este mercado. Se plantea que este hecho introduce dilemas para el sector periférico de la comunicación y los medios públicos estatales en particular, ya que la distribución de contenidos «libres y gratuitos» a través de grandes plataformas, como de plataformas propias pero creadas en base a soluciones tecnológicas de grandes empresas privadas, imprime al proceso condicionamientos propios de la lógica mercantil (Castells, 2009), lo que frecuentemente entra en tensión con algunos de los valores originales del servicio público audiovisual.

En efecto, en internet los medios de comunicación pierden el control de sus redes de transmisión a manos de estos gigantes digitales, un hecho disruptivo para empresas públicas, privadas o del «tercer sector». Sin embargo, para el sector periférico de la comunicación la dependencia de plataformas o servicios globales para satisfacer sus necesidades de distribución, entra en tensión con algunos de los valores y principios en torno a los cuales funcionan muchos de esos proyectos. Michalis señala para el caso de los medios públicos, que un número creciente de ellos «no poseen ni controlan todos o los aspectos clave de la infraestructura de distribución» (2018: 195), lo que implica no solo una mayor dependencia de jugadores privados corporativos, sino además el control privado sobre recursos y contenidos públicos.

El poder de estas plataformas puede encontrarse no solo en su cada vez más documentado poderío económico distorsivo (CMA, 2020; Becerra, 2020), sino que además genera interrogantes sobre el ejercicio pleno de la democracia. Este último punto es una preocupación central para Murdock (2017) quien, pensando en la posición subalterna de los medios públicos europeos frente a los gigantes globales de internet, aboga por la creación de motores de búsqueda de servicio público y algoritmos de servicio público, por fuera de la lógica bajo la que funcionan las prestaciones de las grandes plataformas. En un sentido similar, Van den Bulck y Moe afirman que es necesario desarrollar algoritmos de «servicio público» que compatibilicen la hiper-

personalización de los servicios con la posibilidad de que los usuarios se expongan a otros puntos de vista e intereses distintos de los propios (2017: 890). La creación de «filtros burbuja» (Pariser, 2017) una de las expresiones más acabadas del funcionamiento algorítmico de las plataformas, no solo permite experiencias personalizadas, sino que además consigue mantenernos parcialmente distanciados de los otros, de lo diverso, privándonos de un hecho clave en la vida democrática: el debate respetuoso e informado sobre las cuestiones de preocupación común. ¿Deberían los medios públicos en internet reproducir por *default* lógicas de funcionamiento como esta? ¿No se trata acaso de una forma de funcionamiento contraria a una comunicación del encuentro y el diálogo, más horizontal y democrática? ¿Es viable, realista, deseable la creación de plataformas y algoritmos alternativos, comunitarios, populares, cooperativos o públicos que respondan a otras lógicas, a otras formas de interactuar y distribuir contenidos?⁵

En los últimos años, distintos trabajos especialmente originados en el contexto europeo buscan dar respuesta a algunas de estas preguntas. D'Arma, Raats y Steemers (2021) analizan las estrategias de medios públicos de Bélgica, Italia y Reino Unido en tiempos de servicios de video a demanda. Los autores encuentran en su estudio comparado que ciertos factores contextuales como el *status* de estos medios en cada país, el grado de apoyo gubernamental, factores culturales y el tamaño del mercado, explicaban los matices en las estrategias adoptadas por cada televisora pública en un contexto de plataformas, que en todos los casos incluían en simultáneo una búsqueda por la adaptación y la diferenciación. Martin (2021) indaga en las respuestas de los servicios públicos de radiodifusión tradicionales de Reino Unido y Estados Unidos ante el poder creciente de las plataformas, que introducen desafíos y tensiones. El autor destaca la creación de plataformas propias de las televisoras públicas y más ampliamente el emplazamiento de infraestructuras de red enraizadas en valores tradicionales del servicio público. Schawrz (2015) se pregunta sobre formas realistas de sostener los valores públicos en un contexto en línea configurado comercialmente y fuertemente marcados por el uso de algoritmos como forma de creación de perfiles individuales y en la mejora de las experiencias de usuario. Stollfuß (2021) realiza un estudio de caso de la televisión pública alemana donde destaca las transformaciones en las prácticas de producción y distribución de contenidos públicos destinados a ser consumidos en redes sociales digitales. Sørensen (2019) y Hildén (2021) advierten la creciente adopción de algoritmos y sistemas de recomendación personalizados en las plataformas de televisoras públicas en distintos países de Europa. Los autores advierten que la lógica de servicio público de distribuir contenido diverso entra en tensión y puede ser incompatible con la lógica comercial algorítmica que

⁵ En esta línea puede mencionarse el ejemplo de la radio pública sueca (SR) que experimenta desde mediados de 2020 con un sistema de clasificación automática de contenidos que considera criterios vinculados a su misión de servicio público (Beckett, 2020).

busca maximizar el consumo de medios. Ante esto, reconocen casos en que la diversidad ha sido incorporada a nivel operativo como criterio en la oferta automática de contenido, en una forma virtuosa de adaptación de los sistemas de recomendación a criterios no comerciales.

El ingreso de las fuerzas públicas a un entorno ampliamente dominado por fuerzas concentradas del mercado global, requiere al menos, como proponen Cammaerts y Mansell «desmontar el sentido común prevalente según el cual el dominio de estas plataformas y los daños a ellas vinculados son resultados inevitables de los efectos de red asociados a la dinámica del mercado digital» (2020: 142). Para los autores desafiando el sentido común reinante sobre las plataformas digitales, es probable que puedan generarse visiones alternativas para el diseño y uso de las tecnologías digitales que trabajen para y en acuerdo a los valores públicos democráticos. Se trata, dirá Evgeny Morozov (2016), de poner en crisis nuestras creencias sobre internet, devolverle su componente social, pensar que las plataformas dadas no son las definitivas ni marcan el fin de la historia, que pueden y deben ser perturbadas.

No obstante, la capacidad de alterar lo dado, tal como muestran algunas de las experiencias europeas reseñadas más arriba, está sujeta a la posición relativa de los actores que dan esas disputas. La posición periférica de los actores que se encuentran en el Sur Global, condiciona los términos del intercambio entre plataformas y productoras locales, pero incluso entre estados nacionales y plataformas globales que, so pretexto de realizar alguna inversión en producción audiovisual junto a productoras locales, reclaman una amplia gama de beneficios impositivos, reducción de tasas de exportación y flexibilización de los contratos de trabajo (INCAA, 2019). Estas empresas ostentan un poder disruptivo que pone en crisis las capacidades de los estados⁶ nacionales para diseñar, imponer y controlar las condiciones de su funcionamiento en cada territorio (Owen, 2015).

En su libro *Capitalismo de Plataformas*, Nick Srnicek discute que la alternativa a esta nueva etapa del Capitalismo sea el cooperativismo y, por el contrario, entiende que «el Estado tiene el poder para combatir plataformas. Demandas antimonopolio pueden quebrar a los monopolios, regulaciones locales pueden impedir o incluso prohibir las plataformas austeras⁷ explotadoras, agencias gubernamentales pueden imponer nuevos controles de privacidad, y acciones coordinadas sobre la evasión fiscal pueden traer capital de vuelta a manos públicas» (Srnicek, 2018: 115-116). A

⁶ Desde luego, esta «crisis de los estados» se verifica de formas y con intensidades muy distintas entre los países centrales, bloques regionales como la Unión Europea, o los países periféricos del Sur global.

⁷ El autor identifica cinco tipos de plataformas, una de ellas las «austeras»: se trata de aquellas que, como Uber o Airbnb «intentan reducir a un mínimo los activos de los que son propietarias y obtener ganancias mediante la mayor reducción de costos posible (2018: 50).

su vez, agrega que junto a la tarea regulatoria los estados deberían realizar esfuerzos para crear plataformas públicas, lo que implicaría «invertir los enormes recursos del Estado en la tecnología necesaria para apoyar estas plataformas y ofrecerlas como servicios públicos» (Ibídem).

Aun cuando el autor piense en estados con mayores capacidades regulatorias frente a las plataformas como Estados Unidos o algunos países capitalistas centrales de Europa, la propuesta no es del todo disonante en, por ejemplo, el contexto argentino donde, al menos desde 2009, el Estado ha asumido un rol protagónico en materia de emplazamiento de infraestructura de conectividad (Baladron, 2018), generación de capacidades satelitales nacionales, impulso a la industria del software y del conocimiento, e incluso desarrollo de plataformas de video a demanda propias. La existencia de plataformas de video a demanda estatales, por su parte, se verifica también dentro de la región en los casos de Argentina (Cinear Play, Cont.ar), Uruguay (Vera TV), Chile (Onda Media, CNTV Play, Cineteca Nacional y TVN Play) o México (plataformacine). Cabe en este punto preguntarse qué rol están en condiciones de asumir en esta trama las televisoras públicas como agentes proveedores de contenidos, servicios y aplicaciones para internet, y qué condiciones de producción debieran darse para que ese rol pueda ser cumplido de modo satisfactorio, competitivo y con arreglo a sus funciones de servicio público.

3. La plataformización de la televisión pública estatal

Como señala Campos (2016), quien analiza los medios públicos europeos, la radiodifusión tal como la conocíamos, está hoy inmersa «en un convergente ecosistema global cambiante de medios, tecnologías, sistemas de distribución y nuevas formas de acceso y consumo de contenidos audiovisuales» (Campos, 2016 en Rodríguez-Fernández, *et al.*, 2018: 915).

Empresas como Facebook y Google han arrebatado no solo una parte creciente de la atención de las audiencias, sino también del mercado publicitario, desbaratando el armado que alguna vez hizo de la producción y distribución de contenidos e información en soportes tradicionales, un negocio consolidado, aunque próspero para unos pocos jugadores. Becerra (2020) señala que la crisis en el modelo de negocio de los medios tradicionales a partir de la digitalización, no conoce fronteras pero es «más aciago para las empresas periodísticas de países de la periferia que no cuentan con el capital ni con las audiencias globales» (2020: 27), porque, advierte el autor, el ecosistema digital, incubó una cultura en la que solo los actores con mejores capacidades de adaptación al cambio permanente podrán sostenerse.

Como hemos dicho antes, en términos de provisión de contenidos y diversidad, se ha argumentado que la digitalización modela un escenario donde existe «un

número ilimitado de suministros» diversos. Además, contrariamente a la radiodifusión tradicional que se gestó (al menos en el contexto europeo y latinoamericano) como monopolio estatal, los nuevos servicios digitales suponen el ingreso del Estado a un juego creado y liderado por unas pocas empresas privadas que operan a escala global, presentando duras condiciones de competencia (Miguel de Bustos *et al.*, 2011; Miguel de Bustos e Izquierdo, 2019).

Emili Prado señala que «cada nueva oleada de innovación en las tecnologías de la comunicación aplicables al sector audiovisual ha estimulado relatos eufóricos sobre el advenimiento de la diversidad de contenidos al que tendrían acceso los ciudadanos, siguiendo el hilo de una ecuación que se enunciaba en los siguientes términos: multiplicidad (de canales) = diversidad (de contenidos)» (Prado, 2016: 365). No obstante, la existencia de un gran número de contenidos circulando por las redes no es garantía de diversidad en sí mismo, dada la alta concentración en la propiedad de las infraestructuras básicas que hemos reseñado antes.

Las plataformas tienen un rol decisivo para otorgar o no visibilidad a los *contenidos portadores de diversidad*⁸, y las oportunidades de ser hallados por las audiencias depende de políticas editoriales en ocasiones mediadas por algoritmos que «en su intento de personalizar los resultados tienden a dejar invisibles productos que potencialmente podrían interesar al usuario pero que difícilmente llegará a conocer si se le recomiendan los productos que concuerdan con sus gustos ya conocidos» (Prado, 2016: 329). Como advierte este autor, salvo aquellas minorías que cuentan con habilidades de búsqueda diferenciales, muchos contenidos de interés cultural, educativo y social quedarán sepultados en la Red, imponiéndose, de no mediar políticas públicas que promuevan la diversidad, las fuerzas estandarizadoras y homogeneizantes del mercado. En suma, ni las llamadas «plataformas» de internet ni los algoritmos sobre los que funcionan son mecanismos objetivos o neutrales, por el contrario, son producto de la creación humana, expresan decisiones políticas y editoriales, y actúan creando «regímenes de visibilidad» (Morozov, 2016: 176).

La recolección, tratamiento y explotación de los datos por parte de estas plataformas digitales les permite incursionar con altos niveles de efectividad en el terreno de la distribución de contenidos audiovisuales artísticos e informativos. Sin embargo, en términos de diversidad, Murdock (2017) advierte que las grandes empresas de internet están «expresamente diseñadas para promover géneros que ya son populares entre los espectadores» (2017: 46), evitando cualquier tipo de disonancia con sus preferencias preexistentes. Al respecto, el autor sostiene que «esta personalización intensificada es contraria al principio democrático fundamental de deliberación abierta y respetuosa sobre los temas y preocupaciones comunes» (2017: 47).

⁸ Énfasis agregado por el autor.

El carácter periférico que atribuimos a los medios públicos estatales de Latinoamérica se explica, entre otros factores antes referidos en este capítulo, a la estructura de los sistemas mediáticos que integran, más allá de las particularidades de cada país de la región, y su relación de alta dependencia del poder político de turno. En cuanto al primer aspecto se destaca como común denominador, la fuerte impronta comercial del sector, la alta concentración de la propiedad y la centralización geográfica de la producción de contenidos. En relación al segundo elemento, estos medios han encontrado dificultades para desarrollar su función de servicio público (Pasquali, 1991). En efecto, «los medios estatales como dispositivos de propaganda que cambian de registro, de contenidos y de protagonistas según se suceden los gobiernos quedan relegados a un rol secundario en el sistema mediático» (Arroyo *et al.*, 2012: 42).

Aunque habitualmente tiende a recortarse a los actores periféricos del sistema mediático entorno a aquellos que integran la Economía Social y Solidaria, en particular los del llamado sector sin fines de lucro o del tercer sector, ya de por sí heterogéneo, como hemos dicho, cada sistema mediático produce sus propios actores periféricos. En este sentido, si lo periférico es aquello que no está en el centro, los medios públicos lo son en la mayoría de los países de América Latina, independientemente de sus modelos de financiamiento, propuestas artísticas o formas de relación con la ciudadanía. Los medios gestionados por el estado engrosan el variopinto paisaje mediático que habita los márgenes y mantiene tanto con el mercado y el propio Estado relaciones particulares y distintivas.

Según un estudio de Orozco Gómez y Franco Míguas (2019) realizado en 23 países de Iberoamérica, existen 103 canales de televisión abierta privados frente a 49 estatales (administrados por los estados nacionales), la mayor parte de los cuales se concentran en Cuba (5), México (4), Panamá (6) y Venezuela (8). Además de la supremacía numérica que repercute en el tipo de oferta disponible en cada mercado, las televisoras estatales no representan ningún tipo de presión competitiva al sector privado. Datos de Kantar Ibope, procesados por Obitel (2022) muestran que en países como Argentina, Brasil, Colombia, México, Venezuela y Perú, las televisoras estatales obtienen cifras marginales de audiencia, ubicándose siempre en las últimas posiciones. Un caso distintivo es Televisión Nacional de Chile que en 2021 había obtenido una cuota del 19% del share televisivo de aire, pero, paradójicamente «es un canal público escasamente diferenciado de los principales canales privados» (Julio Pohlhammer y Rivero, 2022: 23).

Aunque la digitalización y posterior plataformización de la industria audiovisual afecta tanto a medios estatales como privados, no todos se encuentran igualmente posicionados para realizar un ingreso más o menos competitivo en internet. En este punto es necesario remarcar el carácter periférico, subalterno y los procesos de marginalización de los medios del Estado, no solamente para observarlos y describir-

los, sino fundamentalmente para ponerlo en crisis y hacer evidente los riesgos de esa desigualdad para la diversidad del sistema mediático. Esa desigualdad tiene que ver con la existencia de condiciones de producción distinta, asimétrica y subalterna en relación a los demás actores del sistema mediático, lo que condiciona en forma negativa las posibilidades de desplegar estrategias expansivas en internet.

Un elemento que suma dificultad a estos procesos, se vincula con la transformación de estructuras productivas y formas de organización empresarial, que favorece a las organizaciones más jóvenes y ágiles, nacidas en un contexto digital, en contraste con los movimientos más lentos de los tradicionales «canales fábrica» con culturas corporativas y tradiciones más arraigadas, altamente burocratizados y rutinizados.

Ubicados en una posición subalterna, en relación asimétrica con el resto de los actores del sector privado y desatendidos por las políticas públicas, los medios públicos enfrentan con mayor dificultad los procesos de digitalización, convergencia y creciente plataformización en curso, que apenas permiten la supervivencia de algunos agentes económicos en un mercado que naturalmente tiende a la concentración y la exclusión (Monje *et al.*, 2017).

Peter Goodwin señala que la producción local y distribución global que se habilita con las redes, deja escaso margen a instituciones como los medios públicos ubicados territorialmente en naciones específicas y con políticas de contenidos más enfocadas hacia la producción nacional (2017: 32-33). Goodwin, quien piensa los medios públicos europeos en los años recientes, sitúa su análisis en el trasfondo político neoliberal que tiene lugar en muchos países de la eurozona. Para el autor, las políticas neoliberales son un escollo para las organizaciones públicas, que son frecuentemente ahogadas financieramente, y sobreviven en contextos políticos y económicos adversos, lo que dificulta su desarrollo expansivo hacia nuevas plataformas (2017: 33).

A esto se suma el riesgo de perder el reconocimiento de marca —uno de los activos diferenciales que los medios tradicionales transfieren hacia sus versiones en línea—, entre las nuevas generaciones, que ya no acceden a las versiones lineales de las emisoras. Esta situación interpela por igual a medios públicos y privados consolidados: en el caso particular de los públicos, según un informe del regulador británico OFCOM de 2018, el reconocimiento de marca de la histórica BBC entre el público entre 12 y 15 años era más bajo que el de plataformas como Netflix y YouTube (OFCOM, 2018: 9).

Los cambios en el ecosistema mediático y la fragmentación en el consumo audiovisual de las audiencias llevó a Graham Murdock en 2004 a acuñar el concepto de *digital commons*. Según esta idea, los medios públicos debían ganar protagonismo

en internet para contrarrestar la fragmentación que supone el consumo individualizado de contenidos, proponiendo actividades que mantuvieran, al menos, una mínima base de experiencia compartida (Murdock, 2004). Años más tarde, el autor se muestra aún más convencido de la necesidad de colocar a los medios estatales como actores centrales en el entorno en línea, en parte, afirma, porque «estamos asistiendo a una clausura acelerada del espacio digital, siendo que los usos cotidianos de internet se encuentran cada vez más comandados por unas pocas corporaciones que ejercen un control monopólico sobre sus principales áreas de operación» (Murdock, 2017: 45).

4. A modo de cierre

Este artículo propuso una aproximación a distintos debates teóricos clave para analizar el encuentro entre las industrias culturales tradicionales, en particular la televisión, con internet. El aporte distintivo es su mirada situada desde la televisión pública estatal en contextos geográficos y mediáticos periféricos, tal el caso de América Latina. Desde esta ubicación se realizó un recorrido por algunos de los temas centrales de la agenda tradicional y actual de la EPC como la concentración, la economía de las plataformas y la democratización de la comunicación, para señalar aspectos distintivos en términos de desafíos y limitaciones de la televisión pública estatal del Sur Global en su búsqueda de desarrollo en entornos digitales. La revisión de literatura proveniente de Latinoamérica y Europa permite reconocer aspectos comunes y también distintivos de los actores subalternizados que libran disputas de poder en situaciones de profunda asimetría. Aunque en el texto se subrayan las particularidades, aparece como hecho común que la dependencia de los medios públicos hacia grandes agentes globales del mundo de la tecnología para distribuir contenidos gestados con fines de servicio público, imprime al proceso lógicas mercantiles que colisionan con los valores y principios que hacen parte del horizonte normativo de los medios públicos, como la gratuidad, el acceso universal, el diálogo y la participación ciudadana.

El rol de la televisión pública estatal en la construcción y circulación de imaginarios sociales y culturales está siendo redefinido y puesto en cuestión por los procesos de digitalización, convergencia y plataformización de las comunicaciones cuyo alcance es global y cuyos actores protagónicos son especialmente disruptivos ante las capacidades individuales de los estados nacionales de Latinoamérica, en sus funciones de regulación, control y construcción de infraestructuras propias. La fragilidad preexistente de la televisión pública estatal del Sur Global limita las posibilidades de su desarrollo en un entorno altamente privatizado y concentrado como internet, introduciendo incertidumbre sobre la función que pueden cumplir en entornos digitales. Una mirada a los casos europeos, algunos de ellos con extensa tradición en televisoras de servicio público de relevancia social, inquiere sobre la necesidad y condicio-

nes de posibilidad para gestar respuestas regulatorias y de gestión pública, a partir de intereses geopolíticos comunes a nivel regional en Latinoamérica.

Referencias bibliográficas

- Arroyo, L., Becerra, M., García Castillejo, Á., y Santamaría, Ó. (2012). *Cajas Mágicas: El nacimiento de la televisión pública de América Latina*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Baladron, M. (2018). «Infraestructura y plataformas de internet: concentración en el ecosistema digital». *Revcom*, 3(6), 32-44.
- Becerra, M. (2000). «De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso social inconcluso». *Zer*, 8, 93-112.
- Becerra, M. (2013). «La televisión pública en América Latina: condicionantes y desafíos». En Instituto de Estudios sobre Comunicación (ed.), *Pensar la Televisión Pública ¿Qué modelos para América Latina?* Buenos Aires: La Crujía.
- Becerra, M. (2020). «Medios en quiebra». En L. Africano (ed.), *La vida digital de los medios y la comunicación. Ensayos sobre audiencias, el contenido y los negocios en internet* (pp. 15-33). Buenos Aires: Granica.
- Beckett, C. (2020). «An algorithm for empowering public service news». Blog LSE 28/09/2020. Disponible en <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2020/09/28/this-swedish-radio-algorithm-gets-reporters-out-in-society/>
- Belli, L., Schwartz, M., y Louzada, L. (2017). «Selling your soul while negotiating the conditions: from notice and consent to data control by design». *Health and Technology Journal*, 7(4), 453-467.
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo* (1.ª ed.). Barcelona: Gedisa.
- Braun, J. (2014). «Transparent intermediaries: Building the infrastructures of connected viewing». En J. Holt y K. Sanson (Eds.), *Connected viewing. Selling, streaming, and sharing media in the digital era* (pp. 124-143). New York: Routledge.
- Cammaerts, B., y Mansell, R. (2020). «Digital platform policy and regulation: toward a radical democratic turn». *International Journal of Communication*, 14, 135-154.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Competition & Markets Authority (CMA). (2020). *CMA Annual Report and Accounts 2019 to 2020. The Competition and Markets Authority's (CMA) sixth annual report covers the financial year 2019 to 2020*. Recuperado de <https://www.gov.uk/government/publications/cma-annual-report-and-accounts-2019-to-2020>
- D'Arma, A., Raats, T., y Steemers, J. (2021). «Public service media in the age of SVoDs: A comparative study of PSM strategic responses in Flanders», Italy and the UK. *Media, Culture & Society*, 43(4), 682-700.
- Galperin, H., Mariscal, J., y Viicens, M. F. (2013). «Los planes nacionales de universalización». En V. Jordán, H. Galperin, & W. Peres (Eds.), *Banda ancha en América Latina: más allá de la conectividad*. Santiago de Chile: CEPAL.

- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet. Platforms, content moderation and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Goodwin, P. (2017). «An impossible challenge for public service media? The intellectual context of the networked society». En K. Lowe, G., Van den Bulck, H. y Donders (Eds.), *Public Service Media in the Networked Society*. Gotemburgo: Nordicom.
- Herscovici, A., Bolaño, C., y Mastrini, G. (1999). «Economía política de la comunicación y la cultura: una presentación». En C. Bolaño y G. Mastrini (Eds.), *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina: hacia una Economía Política de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Hildén, J. (2021). «The Public Service Approach to Recommender Systems: Filtering to Cultivate». *Television & New Media*, May
- Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) (2019). *2019 Original Series Production Incentive Program*. Manuscrito no publicado, INCAA.
- Internet Society (ISOC). (2019). *Consolidación en la economía de internet. Informe Global de Internet de Internet Society*. Recuperado de <http://future.internetsociety.org>
- Intricately. (2018). *Latino America cloud market report (H1 2018)*. Recuperado de <https://blog.intricately.com/latin-america-cloud-market-report-h1-2018>
- Iosifidis, P. (2011). *Global Media and Communication Policy*. London: Palgrave Macmillan.
- Julio Pohlhammer, P. y Rivero, E. (2022). «El lento regreso de la ficción seriada y el fortalecimiento de las plataformas en la postpandemia». En *Anuario Obitel 2022. Transformaciones en la serialidad de la televisión y su impacto en los formatos de la ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.
- Katz, C. (1998). «El enredo de las redes». *Voces y Culturas*, 14, 123-140.
- Levy, G., y Urquijo Morales, S. (2016). *Concentración en internet: un asunto de capas*. Recuperado de <http://www.observacom.org/concentracion-en-internet-un-asunto-de-capas>
- Martin, E. N. (2021). Can public service broadcasting survive Silicon Valley? Synthesizing leadership perspectives at the BBC, PBS, NPR, CPB and local U.S. stations. *Technology in Society*, 64, 101451.
- Michalis, M. (2018). «Distribution Dilemmas for Public Service Media Evidence from the BBC». *Public Service Media in the Networked Society, 2018*, 195-210.
- Miguel de Bustos, J. C., Galindo Arranz, F., y Casado del Río, M. Á. (2011). «De la radiotelevisión pública a Internet, la adaptación de las autonómicas y sus contenidos al entorno digital». En X Congreso AECPA «La política en la red», Área IV. GT 4.7: Televisión pública e internet. Redefinición política y servicio público. 7-9 de septiembre, Universidad de Murcia, Murcia.
- Miguel de Bustos, J.C. e Izquierdo, J. (2019). «¿Quién controlará la Comunicación? El impacto de los GAFAM sobre las industrias mediáticas en el entorno de la economía digital». *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 803-821. DOI: 10.4185/RLCS-2019-1358
- Moe, H. (2008). «Dissemination and dialogue in the public sphere: A case for public service media online». *Media, Culture and Society*, 30(3), 319-336.

- Monje, D., Rivero, E., Guzman, F., Zanotti, J. M., Gerbaldo, J., Giménez, M. E., Soler, S., Venturini, T., y Villalba, V. (2017). «Otro territorio. Impactos de la convergencia periférica en el sector audiovisual de la Economía Social y Solidaria en Argentina». En A. Cabral, C. Bolaño, D. Araujo, F. Andacht, y F. Paulino (eds.), *Nuevos conceptos y territorios en América Latina* (pp. 198-232). Recuperado de: http://www.pagina42.com.br/pdfs/New_concepts_and_territories_in_Latin_America.pdf.
- Morozov, E. (2016). *La locura del solucionismo tecnológico*. Katz Editores.
- Murdock, G. (2004). «Building the digital commons: Public broadcasting in the age of the Internet». En *The 2004 Spry Memorial Lecture*. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.627.2917&rep=rep1&type=pdf>
- Murdock, G. (2017). «Reclaiming Digital Space. From Commercial Enclosure to the Broadcast Commons». En Lowe, G., Van den Bulck, H. y Donders, K. (eds.) *Public Service Media in the Networked Society*. Gothenburg: Nordicom/University of Gothenburg.
- Observacom (2021). Ley en Australia: obligados, pero Google y Facebook pagarán a los medios en sus propios términos. 04/03/2021
- Observacom (2021b) «Apagón informativo» de Facebook en Australia en reacción a propuesta regulatoria bloquea a medios, periodistas y organizaciones de sociedad civil, entre otros. 22/02/2021
- OFCOM (2018). *Public service broadcasting in the digital age: Supporting PSB for the next decade and beyond*. Recuperado de: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0026/111896/Public-service-broadcasting-in-the-digital-age.pdf
- Orozco Gómez, G., y Franco Miguez, D. (2019). «Reconocimiento del campo iberoamericano de la Televisión Pública». En G. Orozco Gómez y G. Torres Espinosa (eds.), *Agenda digital para la TV pública en Iberoamérica* (1.ª ed., pp. 25-46). Barcelona: Gedisa.
- Owen, T. (2015). *Disruptive power. The crisis of the State in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Taurus.
- Pasquali, A. (1991). «¿Qué es una radiodifusión de servicio público?» En *El orden reina: escritos sobre comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Piñón, J. y Reynoso, R. (2022). «EE.UU. Hispano: Univision retoma su liderazgo y se convierte en Televisa-Univision». En *Anuario Obitel 2022. Transformaciones en la serialidad de la televisión y su impacto en los formatos de la ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*, Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile
- Prado, E. (2016). «Desafíos para la diversidad audiovisual en internet». En L. Albornoz, y M.T. García Leiva (eds.), *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra.
- Rodríguez-Fernández, M. M., Sánchez-Amboage, E., y Toural-Bran, C. (2018). «Las radiotelevisiónes públicas europeas en el entorno web». *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 911-926. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1288>

- Sørensen, J. K. (2019). «Public service media, diversity and algorithmic recommendation tensions between editorial principles and algorithms in European PSM organizations». *CEUR Workshop Proceedings*, 2554, 6-11.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas* (1.ª ed.). Buenos Aires: Caja Negra.
- Stollfuß, S. (2021). «The platformisation of public service broadcasting in Germany: The network “funk” and the case of Druck/Skam Germany». *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(2), 126-144.
- Schwarz, J.A. (2015). «Public Service Broadcasting and Data-Driven Personalization: A View from Sweden». *Television & New Media*, 17(2), 124-141.
- Van Dijck, J. (2016). *Cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales* (1.ª ed.). Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Van den Bulck, H., y Moe, H. (2017). «Public service media, universality and personalisation through algorithms: mapping strategies and exploring dilemmas». *Media, Culture & Society*, 40(6), 875-892.
- Zukerfeld, M. (2010). «De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: una introducción a la arquitectura política de Internet». *VIRTUalis*, 1, 5-21. Recuperado de: <http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/article/view/18>
- Zukerfeld, M. (2014). «Todo lo que usted quiso saber sobre Internet pero nunca se atrevió a googlear». *Hipertextos: Capitalismo, Técnica y Sociedad en Debate*, 1(2), 64-103.
- Zukerfeld, M., y Califano, B. (2019). «Discutiendo la neutralidad de la red: de los discursos dominantes a las prácticas en contextos periféricos». *Commons*, 8(1), 5-43. <https://doi.org/10.25267/common.2019.v8.i1.01>