

Reseña: Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Nuevos medios y tecnologías, menos actores. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes - Observacom

Bernadette Califano⁵²

En este libro, los investigadores Martín Becerra y Guillermo Mastrini analizan la concentración de medios de comunicación en América Latina, tomando como casos de estudio a los principales países de la región, en términos de su relevancia económica y demográfica: Argentina, Brasil, Colombia, Chile y México. La investigación, publicada por la Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes y el Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia, propone un análisis histórico y comparativo a lo largo de los últimos 15 años, y es la continuación de dos trabajos previos de los autores (Becerra & Mastrini, 2009; Mastrini & Becerra, 2006).

La concentración de la producción puede definirse como la incidencia que tienen las mayores empresas de una actividad económica en el valor de producción de la misma (Basualdo, 2000). Becerra y Mastrini insisten en las consecuencias que ello puede acarrear en materia de comunicación: “salvo excepciones, los procesos de concentración debilitan la circulación de ideas diversas en una sociedad y por ello protagonizan, desde hace décadas, la agenda de políticas públicas en el sector de la información y la comunicación” (p. 18).

Históricamente, los estudios en comunicación tendieron en general a focalizarse en el análisis de los mensajes y los productos culturales, desatendiendo la economía de los medios. Si bien desde hace varias décadas se estudian los procesos de concentración y la estructura de propiedad de los sistemas de medios, conviene recordar la importancia

⁵² Investigadora del CONICET. Doctora en Ciencias Sociales y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesora de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Investigadora del Programa ICEP de la Universidad Nacional de Quilmes y del equipo e-TCS del Centro CTS de la Universidad Maimónides. Contacto: bernacali@gmail.com

de analizar ambas dimensiones en conjunto dada la particularidad de los bienes culturales: se trata de productos que poseen, como otras mercancías, un valor de intercambio en el mercado, y que conllevan, además, un valor simbólico relevante para la constitución de identidades sociales.

Como explican Becerra y Mastrini en la introducción, el proceso de concentración de medios se inicia en el siglo XIX en el sector de la prensa y se profundiza a partir de la década de 1940, cuando la lógica de producción capitalista alcanza a las industrias culturales. Si bien los Estados comenzaron a implementar políticas culturales para promover el pluralismo informativo, se trató de esfuerzos aislados y débiles que no lograron impedir que la concentración se incrementara. Hacia finales de siglo y, particularmente en el siglo XXI, los procesos de convergencia entre las industrias del audiovisual y las telecomunicaciones profundizaron estas tendencias –ya de por sí inherentes a las industrias culturales debido a sus características específicas–, con la presencia de grandes actores que actúan a escala global. Omar Rincón lo explica de manera elocuente en el prólogo que abre el libro: ello “demuestra que más medios, pantallas y tecnologías no crean esa utopía de la diversidad porque lo que importa es quién es el propietario, cuáles son sus intereses y cómo se convierten en dominantes en la enunciación pública” (p. 12).

Desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCC), los autores examinan las características principales de la economía de las industrias culturales, las posiciones académicas respecto de los procesos de concentración y las diversas formas de medirla, en el primer capítulo del libro. Al igual que en trabajos previos, Becerra y Mastrini se inscriben dentro de las perspectivas pluralista y crítica de la EPCC, y optan por calcular los niveles de concentración en las industrias culturales a partir del indicador CR4 (*Four Concentration Ratio*), que toma como valor central de referencia el dominio de los cuatro primeros operadores en cada uno de los mercados infocomunicacionales.

En el capítulo 2, los investigadores describen los principales conglomerados de medios en América Latina, que en su mayoría son de origen latinoamericano con la excepción de Telefónica (de capitales españoles) y DirectTV (de capitales estadounidenses). Las empresas más relevantes en términos de su volumen anual de ingresos provienen del sector de las telecomunicaciones (Telefónica y Claro-América Móvil). Dentro de los grupos multimedios, los autores distinguen dos escalas: aquellos cuyos ingresos superan los 1.000 millones de dólares anuales, entre los que se encuentran Globo y Abril en Brasil, Televisa en México, Clarín en Argentina y Cisneros en Venezuela; y aquellos que están lejos de alcanzar dicho tamaño. Aquí brindan un panorama general de la evolución histórica de cada conglomerado, que

incluye las estrategias adoptadas para acomodarse al nuevo entorno convergente, la expansión hacia nuevas actividades y la diversificación de intereses más allá de las fronteras nacionales.

El análisis de la evolución de la concentración en cada uno de los cinco países que abarca el estudio se realiza en los capítulos siguientes, tomando el año 2000 como punto de referencia. En cada caso analizan la evolución de la concentración en materia de prensa gráfica, radio, televisión abierta, televisión de pago, telefonía fija, telefonía móvil y acceso a internet de banda ancha fija. A ello añaden datos interesantes sobre la participación de cada sector en el mercado publicitario, el ranking de los sitios más visitados en internet y los sitios informativos que concentran mayor cantidad de tráfico en la red.

El capítulo 3 focaliza en el caso de la Argentina. Según el estudio, hacia 2014 la concentración infocomunicacional en este país se ha incrementado un 10% en promedio, si bien algunos sectores experimentaron una baja (tales como la prensa y televisión abierta) y otros manifestaron un incremento (como la TV de pago). Los conglomerados dominantes son el grupo Clarín y Telefónica: el primero está presente en todos los segmentos analizados, siendo líder en casi todos ellos, y el segundo tiene preeminencia en materia de telecomunicaciones. Si bien los autores miden la participación de los cuatro primeros operadores de cada segmento, señalan que, excepto en prensa gráfica y en radio, en el resto de los sectores los dos principales operadores superan el 60% del mercado.

El análisis de Brasil, en el capítulo 4, revela que la concentración de medios es muy alta y sostenida en el tiempo en este país. Hacia 2014 se había incrementado un 76,5% en promedio tomando en cuenta todos los sectores. No obstante, los autores aclaran que este aumento debe ser ponderado teniendo en cuenta dos aclaraciones respecto de las mediciones en prensa y televisión. Con relación a la prensa, a diferencia de las mediciones previas, en 2014 se tomaron los diarios agrupados por conglomerado. Así, los grupos como Globo o Folha, que editan varios periódicos a lo largo y ancho del país, aparecen dominando este segmento. Con relación a la televisión, en 2014 se trabajó con datos correspondientes al *market share* del conjunto de las plataformas audiovisuales, lo que incluye a los llamados *over the top* (OTT), a diferencia de años anteriores.

Ello revela una dificultad general de la investigación, que consiste en la obtención de datos referidos a la concentración en cada país: en general, se carece de estadísticas confiables por parte de los estados, y las empresas –salvo que coticen en la bolsa de valores– no suelen brindar información sobre el funcionamiento de los mercados. Ello

ha llevado a los investigadores a recurrir a diversas fuentes, que a su vez poseen distintos métodos para realizar los cálculos, por lo que ciertos indicadores pueden llegar a distorsionar levemente algunas comparaciones.

Becerra y Mastrini afirman que, en Brasil, solamente dos grupos, Telefónica y América Móvil, en manos de capitales extranjeros, controlan más del 50% del mercado de telefonía, internet y empaquetamiento/distribución de TV de pago. En el mercado audiovisual el principal grupo de medios es la Organización Globo, uno de los mayores conglomerados a nivel mundial en términos de su facturación. Con la excepción de las radios, todas las industrias infocomunicacionales exhiben niveles de concentración superiores al 50% si se tienen en cuenta sólo los dos primeros actores en cada una de ellas.

El caso de Colombia, desarrollado en el capítulo 5, exhibe ciertas particularidades puesto que la regulación de este país no contempla restricciones a la participación de capitales extranjeros ni límites a la concentración. Así, los principales grupos de telecomunicaciones (que aquí incluyen a la televisión por cable) pertenecen a conglomerados transnacionales, donde se destacan las empresas Claro, del mexicano Carlos Slim, y Telefónica de España. Dentro de los grupos multimédios (prensa, radio y televisión abierta) predominan las empresas familiares vinculadas a conglomerados industriales, con participación en diversas ramas económicas: la Organización Luis Sarmiento Angulo, el grupo Valorem y la Organización Ardilla Lulle. El análisis de los autores revela que el incremento en materia de concentración de medios ha sido de un 20% en promedio entre 2000 y 2014, con dos sectores que se muestran relativamente estables (prensa y telefonía móvil –que se mantiene en el nivel más alto posible desde el inicio de la serie de investigaciones–) y otros en los que la incidencia de los cuatro primeros operadores creció (principalmente en la TV de pago, seguida por la TV abierta y la telefonía fija). Si se toman en cuenta sólo los dos principales operadores de cada mercado, la televisión (abierta y de pago), la telefonía móvil y las conexiones a internet por banda ancha fija exhiben niveles de concentración iguales o superiores al 60%.

A diferencia de los casos anteriores, Chile presenta algunas singularidades. Los autores observan, en el capítulo 6, que si bien este país exhibe uno de los más altos niveles de concentración y de penetración de capitales extranjeros, se caracteriza por una “fase diferente de la conglomeración infocomunicacional” (p. 149). Con ello explican que, a diferencia de otros casos, no son tantos los cruces propietarios entre los tradicionales medios de comunicación y las infraestructuras de transporte y conectividad de las telecomunicaciones, aunque en ambos subconjuntos las empresas registran vínculos con otras áreas de la economía. Ello se debe, en parte, a que el

tradicional duopolio dominante en la prensa (El Mercurio y COPESA) no ha incursionado directamente, a lo largo de los últimos quince años, en el mercado televisivo (dominado en televisión abierta por los grupos Turner, Bethia y Luksic; y en televisión de pago por firmas extranjeras vinculadas al sector de las telecomunicaciones: VTR, del grupo estadounidense Liberty, Claro TV, Movistar y Direct TV). Pese a los cambios de titularidad de los últimos años, Becerra y Mastrini señalan que el promedio de concentración se ha mantenido relativamente estable durante los primeros 15 años del siglo XXI, registrando un crecimiento promedio del 8,3% entre todos los sectores analizados.

Por último, el capítulo 7 aborda el caso de México, que posee los índices de concentración más elevados de la región. Ello se ve agravado por el hecho de que ciertas empresas actúan en todos los mercados, como es el caso de Televisa, y por la dominancia de América Móvil en telecomunicaciones. En ambos casos, las condiciones de monopolio con las que contaron estas firmas durante muchos años les permitieron consolidar posiciones dominantes. Si bien se permite la participación de capitales extranjeros, el nivel de penetración es menor que en otros países ya que las dos compañías principales se encuentran en manos nacionales. La investigación de Becerra y Mastrini revela que, entre 2000 y 2014, la concentración aumentó un promedio de 39%, con mayores variaciones en TV de pago, radio, TV abierta y prensa. Si se toman sólo los dos primeros operadores en cada mercado, hay marcadas situaciones de duopolio (por ejemplo en TV abierta, donde Televisa y TV Azteca acaparan prácticamente todo el mercado, y en telefonía móvil, donde América Móvil y Telefónica superan en conjunto el 90%).

Uno de los aportes más interesantes del libro es la comparación final entre todos los casos de análisis, desarrollada en el capítulo de cierre, no sólo en términos de la evolución histórica de la concentración infocomunicacional en la región entre 2000 y 2014, sino también por sectores. Del mismo modo, el análisis de la participación de los cinco conglomerados más grandes (Telefónica, América Móvil, Globo, Televisa y Clarín) en cada una de las industrias de los países bajo estudio, permite dimensionar la talla económica de cada grupo en términos comparativos.

Los autores constatan que los procesos de concentración se han incrementado en América Latina y que revisten de un carácter conglomeral, el que se ha visto potenciado por los procesos de convergencia tecnológica. En general, la inserción de las empresas de telecomunicaciones –las principales en términos de su volumen de ingresos– en los mercados audiovisuales reforzó la tendencia a la configuración oligopólica de los mercados. En este sentido, Becerra y Mastrini subrayan la paradoja experimentada en varios países: si bien en el siglo XXI se promovieron nuevas

normativas para regular sobre las actividades convergentes y establecer límites a la concentración, en la mayoría de los casos las políticas públicas no han sido eficaces para lograr su cometido.

Uno de los desafíos que enfrenta este tipo de investigaciones es el trabajar sobre procesos en curso, cuya configuración, en función de los desarrollos tecnológicos y las dinámicas de los mercados, evoluciona constantemente. Si bien ello demandará que a futuro el trabajo deba ser nuevamente actualizado, el libro aporta sólida evidencia empírica sobre la evolución del sector infocomunicacional desde principios de siglo en América Latina, en un campo en el que los investigadores son referentes indiscutidos. Lejos del determinismo acrítico que sostendría que la concentración conlleva necesariamente una reducción del pluralismo en las sociedades, los autores remarcan que los efectos de la concentración deben ser estudiados en cada caso en particular, con metodologías complejas que profundicen sobre las consecuencias que ello acarrea sobre la diversidad de voces y el debate público. La investigación de Becerra y Mastrini contribuye a generar conciencia crítica acerca de cómo la concentración de medios se potencia con el desarrollo de las tecnologías digitales y constituye un insumo fundamental para pensar las políticas públicas de comunicación en la región.

Referencias

- Basualdo, E. (2000). *Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década del noventa*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- 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.
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2006). *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo.