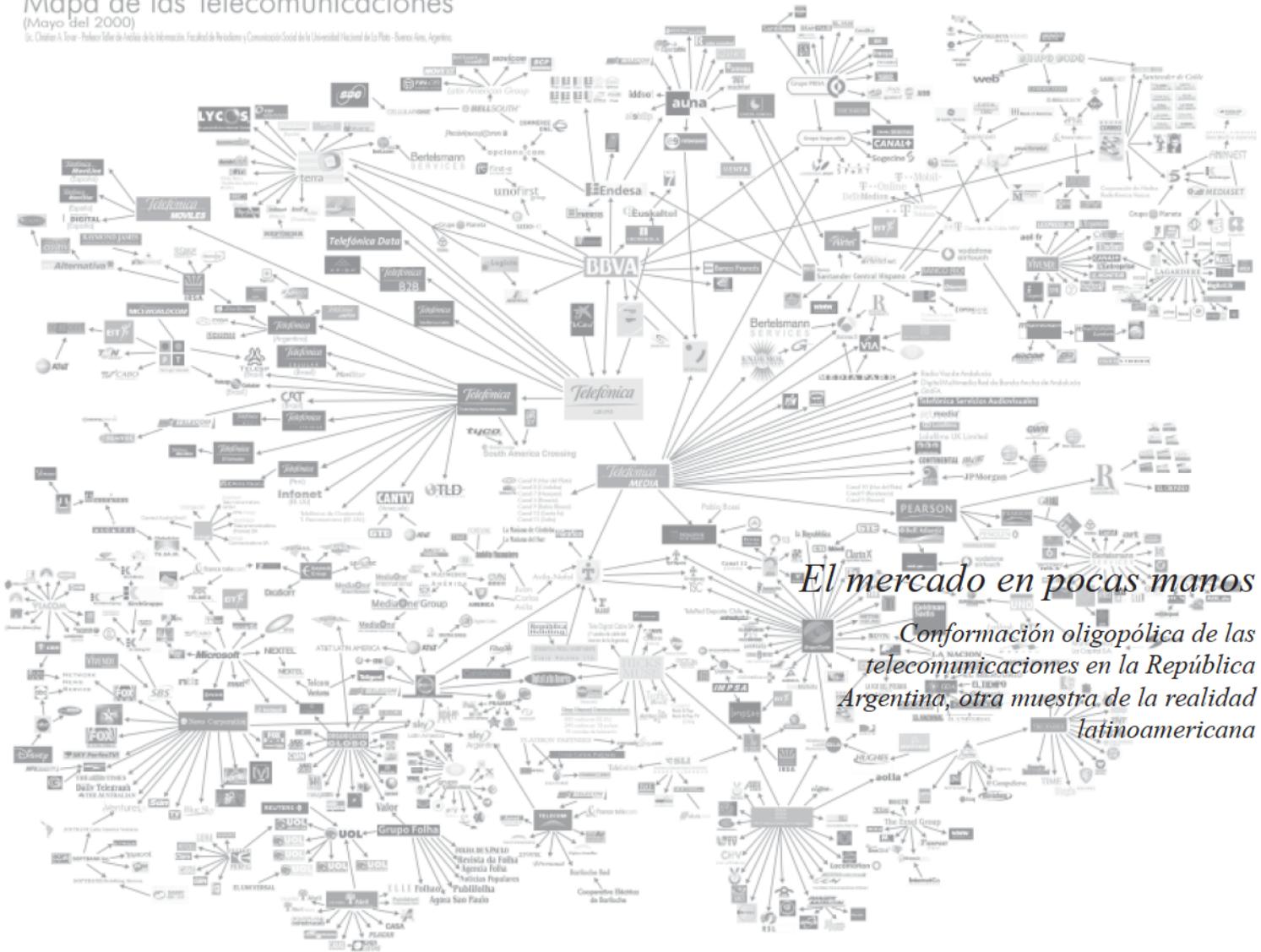


Mapa de las Telecomunicaciones (Mayo del 2000)

Dr. Cristian A. Lora - Polanco Salas de Análisis de la Información, Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata - Buenos Aires, Argentina.



*El mercado en pocas manos
Conformación oligopólica de las
telecomunicaciones en la República
Argentina, otra muestra de la realidad
latinoamericana*

Informe especial

El mercado en pocas manos

Conformación oligopólica de las telecomunicaciones en la República Argentina, otra muestra de la realidad latinoamericana

Jorge O. Castro, Ricardo N. Petraglia*

Introducción

La intención del presente trabajo es mostrar cómo la concentración de medios, perpetrada por los Holdings de las telecomunicaciones durante la presidencia del Dr. Carlos Saúl Menem (1989/1999) en la República Argentina y durante la década del '90 en toda América Latina, influye en la agenda mediática, al punto tal de contradecir la premisa con la que se puso en práctica la política privatista: "la privatización de los medios, garantiza la pluralidad informativa y la libertad de expresión".

Con el fin de delimitar los objetivos de esta investigación, se establecieron diferentes campos de estudios, en los cuales se pretende establecer la influencia de las distintas mutilaciones efectuadas durante el proceso mencionado.

La primera medida tomada por el gobierno de Menem con relación a los medios masivos de comunicación fue la de modificar, por medio de decretos presidenciales de necesidad y urgencia, la Ley de Radiodifusión N° 22.285 sancionada en 1980 (publicación. Boletín Oficial: 19/9/80) durante la última dictadura militar.

Para establecer las transformaciones que se desarrollaron en lo que era un espectro atomizado de propiedad de medios de comunicación a fines de los ochenta, tomamos dos casos testigos: la formación del Grupo Clarín entre 1989 y 1994 (como el ejemplo más claro de la política mediática practicada por los poderosos empresarios de toda Latinoamérica en estrecha relación con el poder político), y el CEI-Telefónica en el período 1995/1999. Sin dejar de lado el surgimiento y la posterior desaparición de otros grupos o empresas dedicadas a la comunicación, que gravitaron por su influencia en esta era.

Por supuesto que en éste como en muchos otros análisis de la realidad latinoamericana, no puede dejarse de lado el desarrollo de otros países y regiones que siempre, y actualmente en una medida sin precedente han influido y también decidido la política desarrollada en nuestro continente. Por esto vemos imprescindible incluir en nuestro análisis a países como EE.UU, España, Francia, Italia, etc., y regiones como Nafta, CEE, etc., para contextualizar el espectro multimediático argentino con el internacional.

El servicio que pueda brindar una investigación a través de sus resultados, es algo que debe ser planteado desde su misma formulación. En este caso, se tratará de demostrar cómo la concentración de medios y sus alianzas con empresas de telecomunicaciones, atentan contra la pluralidad informativa e incrementan su capacidad de instalar temas influyentes en la opinión pública.

Con el objetivo de crear un consumidor crítico de los medios masivos de comunicación es que se implementó el desarrollo de esta investigación.

Esta conjunción de "autopistas" o "super-carriers" de las telecomunicaciones (telefóni-

cas) con los medios de comunicación social, es el resultado de las fusiones empresariales de las que día a día nos enteramos por medio de la prensa. Las mismas provocan, entre otras cosas, nuevas formas de consumo que afectan directamente los usos y costumbres radicados en una determinada región cultural. Es decir que, al comprar o vender, además de los fantásticos aparatos tecnológicos, se están comprando y vendiendo contenidos culturales e ideológicos.

Sin considerar de ninguna manera una posible influencia directa del mensaje sobre el receptor, el decrecimiento de la pluralidad informativa provoca desconocimiento, desinformación, con la consiguiente merma en la posibilidad de elección. Es en este punto donde creemos que radica lo más importante de nuestra investigación.

La titularidad en unas pocas manos de muchos medios masivos, como por ejemplo la empresa Cimeco (Clarín - La Nación) en cuanto a los periódicos, o de muchos canales de T.V. abierta en manos de Telefónica, o de cadenas de emisoras de radio como Energi o Master, no garantiza controlar la comunicación de una región, ya que prensa gráfica, televisiva o radial no son compartimentos estancos. Pero sí asegura tener una gran influencia. Además, a esta realidad hay que sumarle que las empresas mencionadas también manejan otros muchos medios masivos, estando en algunos casos asociadas entre sí, o lo que es peor aún, funcionando como testaferros de una misma empresa madre.

Tampoco debemos olvidar que hoy en día estos tres tipos de medios se confunden con el teléfono y la P.C., porque dichas empresas no lo han olvidado y resultan ser quienes manejan los principales servicios de proveedores de Internet.

Las compras o fusiones de medios son tanto verticales como horizontales; en pocas palabras podríamos ejemplificar esto cuando observamos la conformación de un medio y descubrimos que empieza a conquistar otros de su mismo marco de acción: diarios que adquieren otros diarios, semanarios o revistas (horizontalidad); también medios gráficos que incursionan en el mercado radiofónico, televisivo (TV cable o TV abierta), Internet, telefonía o autopistas informáticas (verticalidad).

Lo antes enunciado da lugar a entender el por qué de las fusiones entre las empresas periodísticas, las de informática y las de telecomunicaciones. Creando así una comunión entre la producción, el transporte y los decodificadores.

Este nuevo fenómeno dado en llamar convergencia en las telecomunicaciones, es digno de estudio y de abordaje a través de distintos canales, ya que muchas empresas tienen que afrontar grandes conversiones para incursionar en campos que hasta el momento le eran ajenos.

La rama de las tecnologías de la información está creciendo a pasos agigantados, y las grandes compañías, concientes de esto, optaron por la fusión aunando esfuerzos y tecnologías. La convergencia entre informática, telecomunicaciones y contenidos digitales, ha determinado un nuevo espacio dominado por la especialización y la búsqueda de mayor eficiencia, situación que ha provocado un sinnúmero de alianzas, compras o procesos de fusiones que hacen muy difícil su seguimiento para poder determinar los orígenes de las nuevas empresas.

A manera de justificación del trabajo, se deja establecido que sólo de parte de la investigación que efectúan la Universidad Pública o los investigadores independientes en este

campo, se puede llegar a un resultado transparente, ya que la vinculación de las casas de estudio privadas con las empresas de telecomunicaciones y sus directivos inhiben a las mismas de estas realizaciones; lo mismo ocurre con los trabajos que producen los medios. De igual modo, en momentos en que, por ejemplo, se descarta la figura de Defensor del Lector en los medios nacionales, es impensable que ellos se autoexaminen o autoinvestiguen: "La prensa no es todavía lo suficientemente transparente, tal como ella exige que sean las otras instituciones".

Marco legal y globalización

El final de la década del 80 coincide, en la Argentina, con el inicio de la era menemista, en la cual se manejaría el destino del país con políticas de corte neoliberal. También éstas fueron las políticas dominantes en el resto de América Latina (a excepción de Cuba) durante un lustro, provocando un gran número de cambios estructurales y culturales en el continente.

Pero estos cambios no estuvieron aislados del mundo: a la transformación sufrida en Latinoamérica hay que entenderla en relación con la sufrida por la Comunidad Económica Europea y, fundamentalmente, por los países del norte del continente americano.

Si enmarcáramos el comienzo de este período en el contexto internacional, tomaríamos como punto de partida la caída del muro de Berlín y la Unión de las dos alemanias en noviembre de 1989, con la consiguiente legitimación a escala global del sistema liberal - capitalista hoy imperante. En este período se produjo también la consolidación de la Comunidad Económica Europea como tal; entonces podríamos decir que

es el decenio en que la globalización muestra sus fuerzas al mundo.

En nuestro continente se podría definir el mismo período como la década de la consolidación de las democracias, con los primeros traspasos de mando de presidentes elegidos por el voto popular a otros que transitaron el mismo camino de la democracia. Además se produjeron las privatizaciones de las empresas que fueron estatizadas durante las dictaduras en los '60 y '70, o que desde sus orígenes permanecieron en propiedad del estado.

Entendemos a la globalización como la integración entre las naciones o regiones en sus estructuras, con los pro y las contras que ésta trae aparejada. Entendamos entonces la globalización como un proceso en marcha y consolidado que tiene injerencia en lo político, cultural, informativo y económico.

La economía está en un momento de cambios constantes, una verdadera revolución que se lleva adelante por medio de las autopistas informáticas, elemento indispensable para el uso de los servicios de fax, comunicación satelital, transmisión global de datos, voces e imagen, la W.W.W. (red mundial de comunicaciones) y bolsa de comercio electrónica mundial. Esto trajo aparejado una baja sensible en los costos del transporte de información y un mercado gigantesco que abarca todo el mundo con oferta de bienes y servicios.

Haciendo un análisis retrospectivo: ¿quién hubiera podido anticipar hace 10 años las transformaciones que la globalización determinaría en el campo de la política, de la economía o de las comunicaciones?

En lo que respecta al campo de las comunicaciones, el informe Mc Bride, publicado en castellano bajo el título de "Un solo mundo, voces múltiples" (París- México, UNESCO- Fondo de Cultura Económica, 1980) describe una

realidad que nos permite tomar conciencia del peligro que la "aldea global" puede significar para las culturas vernáculas.

En 1978, cuando poco se hablaba de globalización y en medio de una puja entre los Estados Unidos y la Unión Soviética, Angel Benito definía como uno de los dilemas centrales de la comunicación de masas el de "hallar una vía que haga posible el establecimiento de una estructura informativa auténticamente popular".

A fines de los noventa, países de Europa oriental, como por ejemplo Polonia, efectuaron transformaciones mucho más rápido de lo esperado. Otros, como los de la comunidad africana, se sumieron en el atraso.

¿Qué pequeño inversionista europeo o norteamericano, cuyo encuentro más cercano con Tailandia o Brasil había sido ver algún video de la Academia Nacional Geográfica, hubiese imaginado que podía encontrar su futuro ennegrecido por una relación, previamente desconocida, entre el estado financiero de su fondo de retiro y la incapacidad de los ministros de finanzas de estos países para vigilar los portafolios de inversión de sus bancos prestamistas?

A principios de la década del 90, las transacciones por medio de la red eran desestimadas por las grandes corporaciones. Hoy, un decenio después, todos tienen la vista puesta en este negocio: "el comercio a través de Internet". A modo de ejemplo de lo anterior podemos dar algunas cifras estadísticas: en EE.UU. las compras a través de Internet durante 1998 treparon a los U\$S 100.000 millones y alrededor de U\$S 70.000 millones en la CEE. En los países del Mercosur el comercio por Internet creció en un 120% en el mismo período, pero, pese a esto, las ventas sólo alcanzaron los U\$S 160 millones en América

Latina. De esa cifra le corresponde el 70% a Brasil, a México el 18%, a la Argentina el 9% y el resto se reparte entre Colombia, Chile, Perú y Venezuela.

"Los países del Mercosur y de toda América deben hacer todos los esfuerzos posibles para un rápido desarrollo de la red de redes (Internet)", fueron las declaraciones del presidente norteamericano Bill Clinton después de una teleconferencia brindada desde Buenos Aires durante su viaje a la Argentina en los últimos meses de 1998.

Cabe destacar que hasta este momento los norteamericanos son los dominadores absolutos del negocio y están extendiendo su dominio a Europa, Asia y América por medio de las fusiones de empresas de origen americano con las de origen local.

Es sin duda en el campo de la economía y la información donde más se consolida la globalización, y eso nos hace replantear la creación de un marco regulatorio internacional para su ordenamiento.

Asimismo la globalización económica genera ciencia e informaciones globales: actualmente intercambiar e incorporar ideas en todo el mundo resulta sencillo. Las nuevas posibilidades acrecientan las oportunidades de cooperación entre investigadores y científicos, además de promover los vínculos entre los pueblos.

Las modificaciones en materia económica que variaron el mapa mediático y de las telecomunicaciones en nuestro país, tienen una cierta vinculación con lo que sucedía en el resto del mundo con las llamadas "megafusiones" de compañías de comunicación (y con las modificaciones legales que permitían estas asociaciones).

En los EE.UU. el Comité Federal de Comunicaciones (FCC) aprobó nuevas normas de

propiedad de los medios, lo que permitió la fusión de Viacom y CBS en una operación que superó los 35.000 millones de dólares. La compañía resultante pasó a transformarse en un imperio de las telecomunicaciones.

Algo parecido ocurrió en Europa, donde los países miembros de la Comunidad Económica Europea (CEE), reformaron su legislación en materia de telecomunicaciones para conformar la misma. Esto dio pie a muchas fusiones de empresas de distintos países con el fin de crecer y poder competir en el ámbito local e internacional.

En Brasil, socio principal del Mercosur por cantidad de habitantes y extensión territorial, la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel), debió rever su legislación en materia de telecomunicaciones y medios de comunicación después de la incorporación de capitales de la estadounidense Microsoft y la española Telefónica Internacional al Grupo Globo (domina el 70% del mercado de T.V. por cable en el Brasil) y la Editorial Abril respectivamente.

Lo anteriormente descripto obliga a plantearse al menos dos interrogantes: ¿la convergencia de las tecnologías es un único producto "multimedia"? ¿Se torna inviable la continuidad de tratamientos legales diferentes según el tipo de producto o la forma en que se distribuye?

Argentina

La irrupción del sector privado en el campo de las prestaciones de servicios y, especialmente, en las telecomunicaciones (ámbito específico que nos compete), es un hecho que se produjo enmascarado detrás de la gran ola de privatizaciones y, que dio paso a la transformación de un oligopolio en manos del estado a un oligopolio privado.

Dicha transformación fue posible por las leyes de Reforma del Estado 23.696 y de Emergencia Económica 23.697 (Publicación: Boletín Oficial 23/8/89). Leyes éstas que abarcan numerosos aspectos técnicos y políticos que cambiarían la estructura económica de la Argentina. Ambas fueron consensuadas por los principales partidos políticos con representación parlamentaria: la Unión Cívica Radical y el Partido Justicialista.

Es necesario resaltar que estas dos leyes tuvieron mucho que ver con el arribo de Menem a la presidencia de la nación, ya que se tejieron pactos con poderosos empresarios de los medios quienes apoyaron, explícita o implícitamente, al candidato Justicialista.

Estas leyes también fueron conocidas con el nombre de "Dromi", primer ministro de Obras Públicas de la gestión Menem, abogado administrativista mendocino y pieza clave junto con sus coterráneos José Luis Manzano y Eduardo Bauzá de las primeras privatizaciones en la Argentina. Una revista de importante tirada en nuestro medio llamó a esta asociación "El Cartel de Mendoza".

No es para nada descartable la hipótesis que sugiere la misma, en la cual explica que de esta asociación también participaron Raúl Monetta y la familia Vila, ya que ambos fueron magnates de los medios masivos de comunicación durante la década que abarca nuestro estudio y tuvieron, en mayor o menor medida, una estrecha relación con operaciones políticas realizadas por el gobierno de Menem.

La modificación de la Ley de Radiodifusión por medio de la supresión de algunos incisos de los artículos 43, 45 y 46, mediando decretos de necesidad y urgencia, permitieron blanquear una situación que se daba desde mediados de los ochenta, cuando algunos medios gráficos controlaban medios electrónicos

a través de testaferros. Estos cambios permitieron, al mismo tiempo, que grupos económicos de gran cuantía accedieran al control de las señales de T.V. abierta.

Los primeros en licitarse -el 22 de diciembre de 1989- fueron los siguientes canales: LS 84 Canal 11 y LS 85 Canal 13, otorgados en concesión por 15 años a Televisión Federal (Telefé) y a Arte Radio Televisivo Argentino S.A. (Clarín) respectivamente, con una oferta de 3.500.000 dólares aproximadamente. Los ganadores de las licitaciones se hicieron responsables de las mismas el 11 de enero de 1990.

Luego le siguieron LR 3 Radio Belgrano y LR 5 Radio Excelsior, ambas radicadas en Capital Federal, las cuales pasaron a manos de Radio Libertad S.A. de Alejandro Romay y Red Celeste y Blanca S.A. Ambas operaciones se realizaron en febrero de 1991 y con concesiones de 15 años.

En este período también se licitaron frecuencias en el interior del país, las cuales, de igual manera que en la Capital, fueron adquiridas por titulares de medios gráficos de comunicación como LV3 Radio Córdoba o LU3 Emisora Pampeana.

Por su parte, la ley mencionada, que actualmente rige en materia de comunicación, tampoco contempla a la televisión por cable o la satelital, pese a que la primera funciona en nuestro país desde los años '60 y a que, en la actualidad, Argentina es el tercer país en cantidad de abonados al cable (5.500.000), detrás sólo de Estados Unidos y Canadá; y con una cantidad de 100.000 suscriptores a la televisión satelital. A estas cifras, deberán sumarse las que muestre la televisión digital, la cual ya está funcionando en la República Argentina, aunque sin una presencia importante por su reciente aparición.

En 1991 se sancionó la ley 24.124, que ratificó el Tratado de Promoción y Protección de Inversiones Recíprocas con los Estados Unidos. Por medio de ésta se permitieron las inversiones de capitales extranjeros en nuestro país en el campo de los medios de comunicación. De este modo Argentina salió del Acuerdo de Colonia firmado por sus socios del Mercosur (Brasil, Paraguay y Uruguay), que restringe las inversiones de capitales extranjeros en medios de comunicación. EE.UU. sí puso recaudos en los medios de comunicación, por el peligro que podría significar que desde la Argentina entrasen importantes cadenas mediáticas europeas.

En este marco y con condiciones muy favorables, se constituyen el C.E.I.-Citycorp Holdings y Cointel, de los cuales hablaremos más adelante.

Después de la reforma constitucional que permitió la reelección del presidente Carlos S. Menem, vinieron decretos de necesidad y urgencia que, a modo de pago por el apoyo brindado a su reelección, favorecieron a dichos empresarios.

A modo de ejemplo podemos mencionar el decreto presidencial que permitió la privatización de la frecuencia AM 710 que pertenecía a Radio Municipal de Buenos Aires y que se encontraba bajo la órbita del nuevo gobierno autónomo de la ciudad de Buenos Aires presidido por el radical Fernando De la Rúa. La misma queda en manos de un grupo de empresarios relacionados con el gobierno nacional.

Finalmente, se permite el blanqueo de la propiedad de las emisoras radiales, ya que se dicta un decreto a través del cual se permite que, una persona o empresa que hasta ese momento podía tener hasta 4 licencias en el país, pueda ampliar ese límite a 24.

Uno de los empresarios que conformaba el grupo que obtuvo Radio Municipal es Marcelo Tinelli, conductor del programa humorístico con mayor audiencia en la Argentina. Programa que eligió el entonces presidente y candidato a la reelección Carlos Menem para cerrar su campaña proselitista en 1994, desechando invitaciones de programas políticos para hacerlo. Otro de los integrantes y actual director del medio es Daniel Hadad, denunciado en su oportunidad por el entonces Ministro de Economía Dr. Cavallo por presionar a través del Ministro del Interior para no ser investigado impositivamente.

Los otros dos integrantes del grupo ofertor también están ligados a los medios argentinos: Gerardo Sofovich ex director de ATC (Argentina Televisora Color) al que se lo responsabiliza de gran parte de la deuda del canal estatal y el abogado Dr. Oscar Salvi, ex juez y defensor de la conocida actriz Susana Giménez en el caso del "Su Llamado".

A diez años de las privatizaciones de los medios de comunicación, nos encontramos en el punto de partida, pero con la historia no contada de la transformación de los medios de comunicación en empresas oligopólicas de telecomunicaciones.

Hace exactamente una década, el entonces presidente Carlos Menem y sus ministros expresaban que los medios de comunicación se privatizaban porque era inviable su financiamiento en manos del Estado y era éste un aporte al déficit fiscal. Hoy día, los propietarios de las licencias de televisión alegan que los canales de televisión abierta son deficitarios, pero no dicen que a partir de éstos se comenzaron a formar los actuales conglomerados de comunicación y que gran parte de la publicidad que desapareció de la televisión abierta fue a dar al sistema de

cable, del cual, muchos de ellos, también son dueños.

La conformación de la agenda mediática

No es para nada novedoso que los medios de comunicación instalan temas de debate en la opinión pública y buscan legitimar esa noticia con su estructura de multimedia.

Ejemplos son los que sobran.

Como nuestro espacio temporal abarcará desde los últimos meses de 1989 hasta nuestros días, podríamos comenzar con la injerencia que tuvo el tratamiento de los saqueos a los supermercados en plena etapa hiperinflacionaria y cómo los reflejaron los medios en manos privadas y los que aún permanecían bajo control del Estado.

Mientras los medios de comunicación privados hablaban de un país en llamas (frase que después adoptaría el presidente Menem para graficar cómo se encontraba el país cuando él asumió el gobierno) debido a las protestas, las emisoras en manos del Estado mostraban una realidad distinta, con desagrado y protestas pero sin una situación de caos y con agitadores que incitaban a sectores marginales de la población a los saqueos.

Los mismos medios privados que mostraban un país en llamas (Clarín, América, Atlántida, Canal 9, etc.) fueron los que luego de unos pocos meses de asumido el nuevo gobierno se vieron favorecidos con la privatización de los medios que quedaban en manos del Estado Nacional.

El noviazgo entre el gobierno y algunos de estos medios, en especial Clarín, dura hasta la apertura del mercado de los medios a capitales extranjeros, a mediados de la década del '90, por medio de convenios y decretos a los cuales haremos referencia oportunamente.

Este hecho, que volveremos a tratar más adelante, estuvo estrechamente relacionado con la reelección del presidente Carlos Menem.

A partir de ese momento, se terminaron de consolidar dos grandes polos a los cuales se los podría definir como pro y anti menemistas; con el inicio del armado de un grupo multimediático de gran envergadura dirigido por hombres allegados al gobierno como los anteriormente mencionados Raúl Monetta y Constanancio Vigil entre otros, asociados con capitales extranjeros y la consolidación del Grupo Clarín de capitales nacionales que ve peligrar su hegemonía en el campo de los medios de comunicación, comenzó una lucha sin cuarteles que, hoy en día aún perdura.

Es digno de análisis el comportamiento de estos dos grandes grupos, y de algunos más pequeños, frente a los mismos hechos o noticias.

Por su lado, el grupo denominado opositor por el gobierno: Clarín, (los demás medios se encontraban en manos de amigos del gobierno o en proceso de fusión con estos) no cesa en las investigaciones y denuncias que tenían como protagonistas a hombres del gobierno justicialista, provocando la renuncia de ministros y secretarios de la administración. Entre estos casos podemos destacar las siguientes investigaciones o denuncias: "venta de armas" donde se encontraron involucrados varios ministros de la gestión; el "Yomagate", donde participaron familiares directos del Presidente; el caso denominado "mala leche" del cual fue protagonista Vico, Secretario Privado de Menem; y el affaire "IBM - Banco Nación", que tuvo como protagonistas a hombres allegados al Secretario General de la Presidencia Alberto Kohan y al Ministro de Economía de aquel entonces Domingo Cavallo, entre otros muchos.

Del otro lado la llamada prensa "felpudo" (denominación que le dio la revista Noticias a la prensa re-reeleccionista que trataba de impulsar a Menem a un nuevo mandato) ligada al CEI, trataba de minimizar este tipo de información de diferentes formas, o prestaba mayor atención a temas tan poco relacionados con la situación social y política como el impacto que causó la presencia de la hija del presidente en Londres durante una visita oficial en 1998 (tapa de la revista Gente) o a las peleas entre "las chicas" del denominado caso Coppola (sobre todo en el programa de Mauro Viale en América 2, y en Memoria, conducido por Samuel Gelblung en canal Azul). A esto debe sumarse la proliferación de los Talk Shows y la desaparición de los programas políticos en los medios relacionados con el CEI.

La construcción y la legitimación de estas denuncias e investigaciones, fueron ayudadas muchas veces por la estructura de los multimedia funcionando en forma conjunta, es decir, se comienza publicando un artículo en el o los diarios, el cual, durante la mañana, es levantado y comentado por las radios y durante el mediodía y la noche difundido por los noticieros de la TV, todos estos pertenecientes al mismo grupo y en algunos casos, siendo incluso los mismos periodistas interactuando en todos los medios. Hay que tener en cuenta que, cuando decimos diarios, radios o canales de televisión, deben incluirse los del interior del país. A la estructura mencionada deben sumarse las agencias de noticias que también forman parte de las estructuras multimediáticas.

Un claro ejemplo de lo mencionado, es el del tratamiento acusatorio que el grupo Clarín le dio al escándalo conocido como el "Su llamado" o "0600", protagonizado por la estrella de Telefé Susana Giménez, a quien Ca-

nal 13 (Grupo Clarín) intentó contratar varias veces, sin lograrlo nunca.

Del mismo modo se puede observar como actúan estas estructuras en el recorte informativo, o la estricta selección y utilización de la información. Caso testigo de esto es el comportamiento que tuvieron radio Continental, Telefé y Azul TV (pertenecientes al CEI) el día que se ordenó el procesamiento y la prisión de Raúl Monetta, director de la empresa que controla estos medios. Una noticia que para cualquier medio era de trascendental importancia por tratarse de uno de los más importantes y renombrados empresarios de la década, no tuvo espacio en los noticieros de estos medios y en otros hasta fue desvirtuada la causal de la orden de arresto, leyéndose un comunicado de los abogados defensores del empresario que desvirtuaba las causales, en el noticiero del mediodía del canal con mayor encendido en los últimos 10 años y donde más apariciones hizo el presidente Menem.

El negocio de la década

Si hablamos de telecomunicaciones o de medios de comunicación durante la década del 90, estamos haciendo referencia al sector que, después del de hidrocarburos, más capital movilizó, dentro de los negocios legales claro, alcanzando una cifra aproximada a los 10.000 millones de dólares.

Sin duda alguna, las telecomunicaciones fueron uno de los sectores de mayor y más rápido desarrollo en nuestro país, lo que se reflejó además, en el rápido desarrollo tecnológico de los medios masivos de comunicación social, en un intenso proceso en el que cambiaron de manos muchas empresas.

El récord fue la venta de Cable Visión, en una operación que involucró más de 800 mi-

llones de dólares, pero también hay que incluir las ventas de otras empresas de TV abierta o por cable como Azul, Multicanal, Mandeville, Vídeo Cable Comunicación, etc. y al grupo Atlántida, que volvió a ser noticia a fines del mandato de Menem.

Las empresas telefónicas tuvieron un rol preponderante en los cambios que venimos enumerando, fueron quizás las empresas que hicieron los mejores negocios, esto debido a que la unificación de los diferentes medios masivos de comunicación en Internet, o las transmisiones satelitales y vía fibra óptica, pusieron a las empresas telefónicas en el mejor lugar del mercado a la hora de negociar.

La Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel) fue adquirida por Telefónica de Argentina S.A. (Telefónica de España) y Telecom S.A. (Stet-France Telecom) en la suma de 214 millones de dólares al contado y 5.000 millones de dólares en títulos a valor nominal, que cotizaban en los mercados internacionales al 30% de su valor.

El Estado obtuvo US\$ 983 millones por el 60% de la empresa, el 10% quedaba en manos de los trabajadores y el 30% restante en manos del estado. El estado vendió su participación accionaria en las empresas, en 1992, a un valor cercano a los 2.000 millones de dólares.

Concluidos los ocho primeros años de gestión privada, las empresas controlaban el paquete accionario de las mismas y, al día de hoy, algunos trabajadores de la vieja ENTel están esperando cobrar su parte de la venta de acciones, en algunos casos manejadas por el sindicalismo oficialista. En junio de 1999 se pagaron 900 millones de dólares en efectivo para brindar servicio de PCS (servicio de telefonía celular) sólo en el Amba (área metropolitana de Buenos Aires), es decir, nada más que un permiso para comenzar un negocio.

Es de destacar que cuando el ex presidente Raúl Alfonsín concluyó su mandato, había 3 millones de líneas de telefonía básica, esto gracias a un plan (Megatel) instaurado por el gobierno radical, que le brindó el primer empuje al servicio telefónico.

En estos diez años, se llegó a 8 millones de líneas en servicio y poco más de 7 millones instaladas, en esta etapa comenzaron a recibir telefonía unas 3.000 pequeñas localidades del interior y existen servicios de telefonía celular en todas las localidades que cuentan con más de 5.000 habitantes.

Para hablar del nacimiento de la telefonía celular básica nos tenemos que remitir a los fines de los ochenta, y hacer mención de Movicom, primera empresa prestadora de este servicio en el país, la cual, mantuvo el monopolio durante algo más de un quinquenio. Recién durante 1992, en plena gestión de Domingo F. Cavallo como Ministro de Economía, el gobierno licitó una segunda licencia para operar telefonía celular móvil en el Amba, la cual fue adjudicada a Miniphone, creada por Telefónica y Telecom, empresa que planeaba vender 10.000 líneas en un año y terminó vendiendo 50.000.

Luego vendría la licitación de licencias para la explotación del servicio en el interior del país, Norte y Sur, ambas adjudicadas a la americana GTE por intermedio del consorcio CTI (compañía telefónica del interior), en el cual tiene participación el Grupo Clarín. Dos años más tarde comienzan a operar en el interior Personal (Telecom) y Unifón (Telefónica) en el norte y en el sur respectivamente, nuevas empresas que competían con ellas mismas, ya que Miniphone seguía estando en manos de ambas, lo que les permitía entrar en el terreno prohibido.

Estas mismas empresas también compartieron la propiedad de Telintar S.A., empresa

que monopoliza la prestación del servicio de telefonía internacional (modalidad que se inició en nuestro medio en 1995). Esto provocó que se encareciera la prestación del servicio de Internet en casi un 100% con respecto a EE.UU. o Europa, abuso que, en reiteradas ocasiones, fue motivo de quejas por parte de los diplomáticos estadounidenses que visitaban nuestro país.

En lo que respecta a la tecnología satelital, principal herramienta para la transferencia de datos e información a distancia, y de la cual se valen necesariamente los medios de comunicación para cumplir con sus fines, el mercado argentino cuenta con tres proveedores de servicios satelitales: Intelsat, PanAmSat y Nahuelsat y tres empresas licenciatarias que trabajan como estaciones receptoras: Comsat, Impsat y Tiba.

Intelsat fue la primera organización en proveer cobertura satelital global, está conformada por 143 países y funciona como proveedora mayoritaria de señales de audio, video y datos con una flota de 19 satélites y 300 operadores en el mundo autorizados a brindar el servicio.

En 1988 se lanzó el satélite PAS 1 y PanAmSat se convirtió en el primer proveedor privado de este servicio. Durante 1997 se fusionó con la división Galaxy Servicios Satelitales de la compañía Hughes Electronics. Cuenta con una flota de 19 satélites y entre sus clientes se encuentran: la BBC, NHK, Disney y las agencias Associated Press, Reuters y Bloomberg. En nuestro medio es conocida por su relación con el grupo venezolano Cisneros y la distribución del servicio de televisión satelital DIRECTV.

Por último, en lo que respecta al sistema satelital, desde 1993 funciona en la posición geoestacionaria correspondiente a la Argenti-

na el satélite Nahuel Sat, fundado por las empresas Daimler Chrysler Aerospace (Alemania), Aerospatiale (Francia), Alenia Spazio (Italia). A las que hoy se suman la Compañía Financiera Internacional del Banco Mundial, GE Capital Global Inc, y los socios regionales Publicom (Telecom Argentina), el grupo Banco Provincia, BISA (grupo Bemberg) y Antel (Uruguay). Transmite imagen, voz y datos de TV por cable, TV satelital, telefonía y seguimiento vehicular, su cobertura es desde Tierra del Fuego hasta el sur de EE.UU.

Con respecto a las estaciones receptoras del servicio satelital, Comsat lo es del servicio Intelsat, algunos de sus clientes son AMFIN (editora del diario *Ámbito Financiero* que se imprime *Vía Satélite* en distintos puntos del país), la señal *Cable Salud* y la emisora *Líder Music*.

Impsat es la primera red latinoamericana de telecomunicaciones y está integrada por Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Estados Unidos, México y Venezuela. La controla el grupo empresarial argentino *Pescarmona* y posee 9 satélites, 19 telepuertos y tiene más de 1.200 clientes. La estación *Telepuerto Internacional Buenos Aires*, que forma parte del grupo *Keytech* y la cadena *Globes Cast*; posee 30 telepuertos en todo el mundo que proveen servicios de difusión directa y distribución de programación y videoconferencia, entre sus clientes en nuestro país cuenta con: *América TV*, *Azul TV*, *Artear*, *Telefé*, *ATC*, *Canal 26*, *Imagen Satelital* y la agencia *EFE*.

Cambios e Interrogantes

Al planteo que formulan los encuestadores, al menos en la Argentina, en el cual se destaca la credibilidad que las personas tienen en el periodismo, cabe contraponerle la pregun-

ta: ¿el pueblo distingue al periodista de la empresa periodística o cae en el error de depositar su voto de confianza, por admiración personal, en el C.E.I. o en el grupo *Clarín*?

Es muy importante revelar a la opinión pública a través de los especialistas en la comunicación, quien está detrás de la información.

¿Afecta a la pluralidad informativa que tres de los cuatro canales de aire más vistos pertenezcan en parte o en su totalidad a la misma empresa? Este es el caso de *Telefé* (100%), *Azul* (50%) y *América 2* (7%) con el CEI; ¿o que los dos diarios de tirada nacional con más influencia en la formación de opinión, como son *Clarín* y *La Nación*, conformen la empresa *CIMECO*, que está adquiriendo, desde hace un tiempo, los periódicos regionales de mayor circulación en el interior del país? *CIMECO* ya posee: *La Voz del Interior* (Córdoba), *Los Andes* (Mendoza) y se encuentra en negociaciones con los titulares de *La Gaceta de Tucumán*, entre otros. Además, desde hace un tiempo comparten la propiedad de *Papel Prensa*, principal productora de papel para diarios en la Argentina, y la agencia *DyN*, una de las más reconocidas del mercado periodístico.

No está de más destacar que en lo que se refiere a la televisión por cable, estas mismas empresas (el C.E.I. y el Grupo *Clarín*), por intermedio de *Cablevisión* y *Multicanal*, empresas que pertenecen a cada uno de los grupos respectivamente, junto a *Supercanal* y *Telecentro*, se reparten el gran negocio del cable en el país, que según proyecciones estimativas, en el año 1999 facturó más de 4.000 millones de dólares.

Un párrafo aparte merece la radiodifusión en la Argentina, ya que construir un panorama del mapa de la propiedad radial sería mucho más difícil que el armado de un rompecabezas de 10.000 piezas, tal es la cantidad de

emisoras de FM que diariamente salen al aire en el país.

Sin embargo, cuando revisamos el espectro radiofónico, nos encontramos que tanto en el mercado de las AM como en el de las FM, los holdings antes mencionados también son líderes con sus frecuencias, manejando las radios AM más importantes, que llegan vía satélite a todo el país, y las más extensas e importantes cadenas de radio FM.

El concepto de globalización, resulta más entendible cuando confrontamos nuestra realidad mediática con la del resto del mundo. Entonces descubrimos que el proceso de concentración mediática es muy similar y que, en muchos casos, las razones sociales de las empresas también son las mismas. Pero como en muchas otras cosas, en este rubro también se pueden encontrar, desgraciadamente, numerosas desprolijidades que nos distinguen.

Un caso muy particular es el del Grupo *Cisneros*, quien junto al *HTM&F*, es uno de los socios mayoritarios de las empresas *Atco* y *TyC*. Estos tienen participación directa o indirecta en el 60% de la televisión abierta en el territorio nacional, y más del 50% de la televisión abierta regional por intermedio de las empresas *Canales Regionales ABC* y *Canales del Interior S.A.*

Este grupo de capitales venezolanos (*Cisneros Group*), es socio del grupo *Clarín* (propietario del otro canal de televisión abierta de alcance nacional no gubernamental) en *DIRECTV*, principal actualmente, y única durante más de un año, operadora de televisión satelital, que contaba con 60.000 abonados a poco más de un año de su lanzamiento.

Cisneros también tiene una fuerte presencia en el negocio de la TV por cable a partir de la adquisición de *Imagen Satelital*, una de las mayores distribuidoras de señales de cable en América del Sur.

Conformación de los grupos

En la actualidad, los principales grupos de telecomunicaciones en la Argentina están compuestos de la siguiente forma:

Grupo Clarín

Considerado como el grupo de comunicaciones más importante del Cono Sur de América Latina hasta la formación del CEI, el grupo cuenta con un valor estimativo en el mercado de U\$S 3.200 millones, una facturación estimada en el año 1999 de U\$S 2.000 millones, y una deuda que ronda los U\$S 1.700 millones, en su mayoría de largo plazo, la cual está escalonada y con sus pagos al día.

En noviembre del 99, el grupo anuncia una venta del 18% del paquete accionario del mismo a Goldman Sachs, uno de los mayores bancos de inversión del mundo, en U\$S 500 millones, la idea del grupo de origen estadounidense sería la de colocar la inversión en el mercado de capitales internacional, especialmente en Wall Street.

Actualmente el grupo está conformado por las siguientes empresas:

- 100% Agea:
 - diarios Clarín y Olé
- 49% Revista Elle
- 33% CIMECO:
 - La Voz del Interior
 - Los Andes
 - La Gaceta
- 36.9% Papel Prensa
- Diario Página/12
- 23% Agencia Diarios y Noticias
- 96.8% Artear Argentina:
 - Canal 13
 - Todo Noticias (TN)
 - Volver
- 100% Buenos Aires Televisión

- 100% Radio Mitre S.A.:
 - Mitre AM 80
 - FM100
 - FM Top 40
- 100% Multicanal
- 33% Supercanal
- 51% Galaxy Argentina:
 - DIRECTV
- 24.5% Compañía de Teléfonos del Interior:
 - CTI
- 50% Audiotel S.A.: 0600
- 100% Prima:
 - Ciudad Internet
 - Datamarkets
- 60% Tele Red Imagen:
 - TyC Sports
 - Supreme Ticket
 - Admite TyC Uruguay
 - Tele Red Deportes Chile.

En alguna de estas empresas el grupo se encuentra asociado con empresas del rubro de capitales nacionales e internacionales como: La Nación S.A., Editorial Abril, Grupo Correos, Aguilar, Cisneros Group, Reuter, entre las más importantes.

CEI

Desde hace un año, en los medios dedicados a la información económica y de negocios, comenzó a resonar de forma insistente el nombre del fondo de inversiones de origen norteamericano Hicks, Muse, Tate & Furst (H, M, T & F o Hicks), que comenzó con una participación del 25% en el CEI entre fines del 98 y principios del 99.

En agosto de este año nace el consorcio Hicks Muse Argentine Media Investments (A M I), luego de que Hicks le comprara al Banco República (Monetta) su parte accionaria en una operación que rondó en los U\$S 200 millones y así acceder al control de casi el 72% del CEI.

Después de esta operación financiera, el Hicks se posicionó en las siguientes empresas vinculadas al CEI donde posee el 72%:

- Cointel: participa en partes iguales con Telefónica Internacional (TISA) con la tenencia del 51% de Telefónica de Argentina, la cual posee: 50% de Miniphone, 50% de Startel, 100% de Páginas Amarillas y el 51 % de Radiollamada. El 49% restante está dividido en un 10% para el Programa de Participación del Personal y un 39% en acciones que se comercializan a través de las Bolsas de Valores de Buenos Aires y Nueva York.
- 35,9% de Cablevisión. TISA posee un 35,9 % y TCI el restante 28,2%.
- 26,8% de Atco (Atlántida Comunicaciones) con participación en las siguientes empresas: Editorial Atlántida 95%, Telefé 100%, Radio Continental 100%, y canales del interior 100%. TISA controla el 26,8%, la familia Vigil el 35,8% y el 10,6% restante está en manos de TyC.
- 26,8% de AC Inversora, Canal Azul, en co-participación con TyC 10,6%, Constancio Vigil 35,8% y TISA 26,8%.
- 20% de Torneos y Competencia, con participación en las siguientes empresas: Pramer, Telered Imagen y Televisión Satelital Codificada.
- 50% de Advance, con participación en: Compuserve, Satlink y Aki.

El grupo participa fuera del CEI de estas empresas:

- BGS Group.
- Teledigital Cable S.A., sistema operador de televisión por cable.
- Fondo Venture-Capital, contenidos para Internet.
- 35% del portal argentino El Sitio que adquirió en 44 millones.
- Heres Uruguay, publicidad.

- Publibus Uruguay, publicidad.
- Heres Chile, publicidad.
- The Meca Media Group, Argentina, publicidad, formado por las siguientes empresas: Meca, Julius y Giganto Urbana.
- Compañía Chilena de Telecomunicaciones, vinculadas a las radioemisoras: Rock & Pop y Corazón y el canal 2 de televisión y Rock & Pop Televisión.
- Traffic, Brasil, poseedora de los derechos de fútbol para su transmisión por televisión para América Latina.
- Grupo TV Cidade, con licencia en 10 ciudades de Brasil para brindar televisión por cable.
- Compañía de cable Intercable, Venezuela, con 180.000 abonados.
- Grupo MVS, México, en telecomunicaciones.
- Productos del Monte, México.
- Vidrio Formas, México.

En diciembre de 1999 comenzó un proceso de separación de activos que dejó en manos de Telefónica Internacional las siguientes empresas:

Telefé, Editorial Atlántida, Radio Continental, La Red, FM Hits, Canales del Interior y Canales Regionales, TyC y Azul TV. Todavía se encuentra en discusión si la empresa española se quedará con el control de Cointel, compañía operadora de Telefónica S.A. y Advance, división Internet de la empresa.

El poderío de telefónica no se extingue en la Argentina, sino que la empresa tiene una fuerte presencia en América Latina, ya que opera una de cada tres líneas telefónicas existentes, un verdadero imperio que va desde México hasta la Argentina operando compañías de telecomunicaciones en: México, Puerto Rico, El Salvador, Venezuela, Perú, Brasil, Chile y Argentina.

Telefónica invirtió, en la década del 90, una cifra que ronda los U\$S 10.000 millones sola-

mente en América Latina, y controla unos 19.000 millones de líneas. En el resto del continente americano tiene presencia a través de Terra Networks S.A., subsidiaria de Internet de Telefónica Internacional Sociedad Anónima (T.I.S.A.).

De esta manera T.I.S.A. logra consolidar su presencia en el mercado latinoamericano por medio de la prestación de servicios de: telefonía básica domiciliaria, telefonía celular u otros tipos de telefonía móvil, televisión abierta y distribución por cable, radios de AM y FM, sitios en Internet, distribución de programación y revistas.

Conclusiones

A modo de cierre, queremos dejar en claro el por qué de la afirmación que titula nuestro artículo, "La comunicación en pocas manos" y nada mejor, para esto, que ver la concentración en distintos niveles: regional, nacional, o en el ámbito continental.

Caso testigo de la regionalización nacional en la concentración de medios, es el del denominado Multimedios La Capital S.A., empresa que pertenece al Grupo Uno de Mendoza, Argentina, cuyo responsable es la familia Vila. Este grupo controla la empresa Supercanal Holding, tercera empresa operadora de cable en la Argentina con más de 425.000 abonados, y además posee inversiones en Europa y Centroamérica en compañías operadoras de cable.

En la región conformada por las provincias de Santa Fe y Entre Ríos, el nuevo multimedios controla:

Diarios: La Capital (Rosario), El Ciudadano (Rosario) y Nueva Hora (Paraná).

Radios AM: LT-8 (Rosario), LT-3 (Rosario), LT-39 (Victoria), LT-15 (Concordia) y LT-41 (Gualeguaychú).

Radios FM: Estación del Siglo (Rosario), Cadena 100 (Rosario), Montecristo (Rosario) y Meridiano (Rosario).

El grupo está valuado en el mercado en U\$S 160 millones y tiene una facturación anual de U\$S 45 millones; también están evaluando la posibilidad de incursionar en la TV abierta ya que la presencia en el cable está asegurada.

En lo que respecta a la concentración en el ámbito nacional, en el mercado de los diarios en la Argentina el grupo Clarín, por medio del diario que lleva el mismo nombre y a través de participaciones accionarias en otros, controla 948.200 ejemplares de los 1.070.200 que distribuyen los 10 diarios más vendidos del país.

Además, el grupo controla la fabricación de papel para diario y una de las principales agencias noticiosas de la cual se abastecen los diarios como mencionamos oportunamente.

Algo similar sucede en Brasil, donde los dos diarios de mayor tirada "Folha de Sao Paulo" con una tirada nacional de 450.000 ejemplares y "O Globo" con 200.000, anunciaron que se asociarán para lanzar un diario económico en el mes de abril.

En el ámbito continental, ya mencionamos el caso testigo de T.I.S.A. y sus operaciones en Latinoamérica, pero es interesante ver lo que sucede en los Estados Unidos en materia de concentración con la fusión de Viacom- CBS.

Se trata de la megafusión más grande en la industria de las comunicaciones conocida hasta hoy, Viacom acordó comprar la CBS (cadena de televisión estadounidense de mayor rating) en la cifra de U\$S 35.000 millones, creando un grupo multimedios valuado en U\$S 80.000 millones.

Estas son algunas de las empresas que pasó a controlar Viacom:

-La cadena de televisión CBS y sus 15 estaciones de TV.

- Los canales de cable musicales MTV.
- Los canales infantiles de cable Nickelodeon (con una recepción estimada en 90 millones de hogares en todo el mundo).
- Señales líderes de cable en el mercado norteamericano como: VH1, TNN, CMT, MTV2, TV Land, Home Team Sport, Midwest Sport Chanel.
- Las señales de TV paga: Showtime, The Movie Channel y FLIX.
- Participación en las señales: Comedy Central, Noggin y Sundance Channel.
- Participación mayoritaria en Infinity, principal cadena de radio y productora de avisos en la vía pública.
- Los estudios cinematográficos Paramount.
- La cadena de alquiler de videos Blockbuster.
- La editorial de libros Simon & Schuster.
- Cinco parques temáticos.
- Varios sitios en Internet.

Además, de este análisis se deben desprender, las influencias colaterales que dicha transformación produjo en América Latina.

La penetración cultural, tan estudiada en los '70, '80 y '90, hoy está llegando a su máxima expresión. La globalización se produce de manera verticalista y centralizada, las culturas regionales, ya sean nacionales o internacionales, sufren la penetración de los poderosos centros de producción simbólica, como Hollywood y la CNN en una mirada internacional, o los mencionados grupos que analizamos en este trabajo si observamos nuestro país.

Hay lugares que se mantienen al margen de esta realidad, pero son en general los que no han encontrado la manera de adaptarse al nuevo sistema mundial, no han logrado pertenecer y, como hemos escuchado tantas ve-

ces, «pertenecer tiene sus privilegios», como son las pobres naciones africanas, los países más pobres de Latinoamérica o regiones dentro de los mismos como podemos observar en provincias del norte argentino.

Finalmente, vemos que el problema en nuestro país acentúa el predominio de la región central (fundamentalmente de la Capital Federal) por sobre el resto del territorio nacional, lo que produce una gran pérdida de producciones comunicacionales regionales, afectando la identidad de muchos lugares y reafirmando una centralización de país en la Capital Federal comparable al trazado de las líneas ferroviarias de principios de siglo.

**Docentes e investigadores de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP.*

Bibliografía

- Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín, *Decíamos ayer, la prensa argentina bajo el Proceso*. Colihue, Bs. As., 1998.
- Loreti Damián, *El derecho a la información*. Piadós, Bs. As., 1995.
- Miceli, Walter y otros, *¿Qué es noticia en los diarios nacionales?* GITEPP, La Plata, 1999.
- Orozco Gómez, Guillermo, *La investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 1997.
- Pikielny, Astrid, *Periodismo, asedio al oficio*. El Ateneo, Bs. As., 1998.
- Thesing, Josef y Priess, Frank, *Globalización, Democracia y Medios de Comunicación*. CIEDLA, Bs. As., 1999.
- Ramón Julio, *Los cerrojos de la prensa*, Bs. As., 1995.
- Ulanovsky, Carlos y otros, *Días de radio*. Espasa Calpe, Bs. As., 1995.

Revistas

Oficios Terrestres
La Marea
Noticias
Tres Puntos
Veintidós

Diarios

Clarín
La Nación
Ámbito Financiero
El Cronista
Página/12
El País (España)
El Mercurio (Chile)
Agencia de Noticias UTBA

Mapa de las Telecomunicaciones (Europa, Asia y Norte América, Mayo de 2000)

Lic. Christian A. Tovar
 Prof. Taller de Análisis de la Información,
 Facultad de Periodismo y Comunicación Social
 Universidad Nacional de La Plata.

