

Del Neoliberalismo a la Desregulación

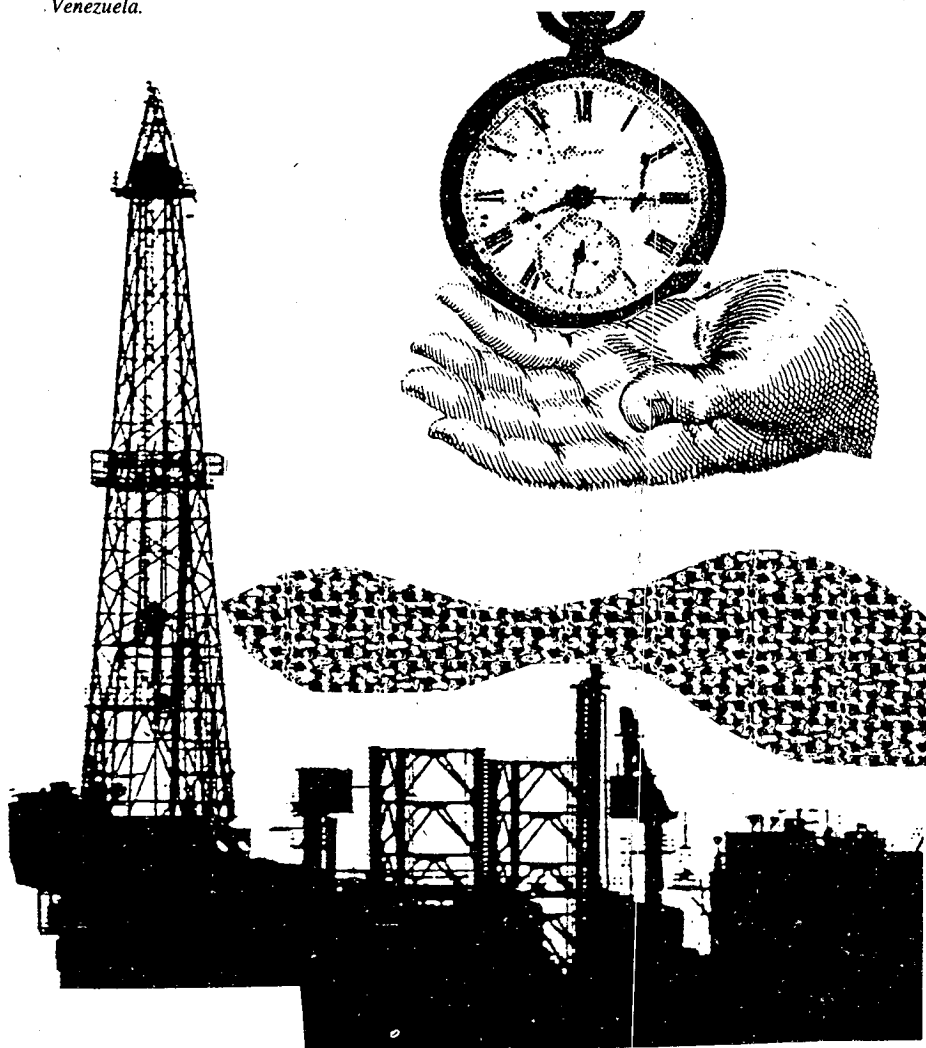
Francisco Tremonti

RESUMEN

La Globalización de las industrias de los medios nos lleva hacia un Nuevo Orden Internacional, organizado y dirigido por los intereses económicos. La ley del mercado es la que define la disolución de los monopolios estatales, obligando a los diferentes gobiernos a la desregulación de sus sectores de telecomunicaciones. Finalmente, el autor revisa el avance de la desregulación en la Comunidad Europea, la nueva Ley Norteamericana, Latinoamérica y Venezuela.

ABSTRACT

The Globalization of the Media Industries drive us toward a New International Order, organized and directed by economic interested. The dissolution of the states monopolies is defined by the market law, compelling the different governments to desregularize their telecommunications sector. Finally, the author offers us a fast review of the desregulation progress in the European Community, the new Northamerican Law, Latinoamerica and Venezuela.



Se ha pensado ampliamente en medios teóricos que las nuevas tecnologías y la globalización de la comunicación nos han conducido ya indefectiblemente hacia la “aldea global” de MacLuhan. Sin embargo, cabría precisar un poco más al encontrarnos con que la globalización del sector de las industrias de los medios nos lleva hacia un nuevo orden internacional, organizado y dirigido por los intereses económicos internacionales, que traspasan fronteras y no deben obediencia a nada ni a nadie. En otras palabras, las superautopistas de la información, los multimedia, el ciberespacio y demás tecnologías nos relacionan con las transformaciones de forma de pensar, de forma de ver la vida, a las que estamos abocados en un mundo todavía confuso, en medio de una “aldea corporativa”, donde la empresa privada tiende a ser el único motor de la sociedad de la información. En este sentido, la globalización de la comunicación puede ser tomada como el amplio y ambicioso crecimiento de unas pocas transnacionales de los media-información, que buscan incesantemente el alcanzar un mercado a nivel mundial. La enorme capacidad de los grandes conglomerados para proveer de dinero, divisas, producción y datos, constituye los nuevos niveles del poder contemporáneo. Estos últimos son los que presionan a nivel político y económico para que se efectúe una desregulación total en el sector, con la finalidad de conseguir mercados más extensos y globales.

CONTROVERSIA EN LA OMC

Substituta del Gatt (Rondas de Uruguay) desde hace dos años, la Organización Mundial de Comercio

se reunió oficialmente en Singapur el pasado diciembre para evaluar estos dos años de existencia y fijar nuevas metas para liberalizar el comercio a nivel mundial.

Aparte de los desacuerdos entre los países desarrollados y el resto de las naciones en referencia a la vinculación de la liberalización comercial y normas laborales, todavía no se ha alcanzado un acuerdo en relación al sector de Alta Tecnología y Tecnología de la Información, así como Telecomunicaciones. Estados Unidos y otros países europeos están presionando para alcanzar en Singapur algún tipo de acuerdo que permita la total desregulación de algunos de estos sectores para el año 2000. Se aduce que, a la hora de la mundialización, la supresión de las barreras comerciales entre las naciones es uno de los motores fundamentales del desarrollo y crecimiento económico. Las primeras negociaciones sobre el tema, comenzadas en 1995, fracasaron tras unos meses de discusión ya que Estados Unidos estimó insuficientes las ofertas de otros países.

Dejando al margen los problemas comerciales, unas 40 naciones se reunieron en la misma ciudad para echar un vistazo a la marcha de las difíciles negociaciones sobre telecomunicaciones. Según la representante comercial interina de EE.UU., Charlene Barshevsky,¹ "...fue una reunión muy buena, de tono muy positivo". La confianza de la representante norteamericana se cifraba en el hecho de que algunas naciones hayan comenzado ya a bajar la guardia y mejoraron notablemente sus ofertas sobre la liberalización de sus mercados de telecomunicaciones. Rumores de pasillo indicaron que podía tratarse de Singapur, Corea de Sur, Canadá y Australia. La presión para la liberalización de los mercados del sector se basa en que significaría un beneficio mercantil para todo el mundo, sobre todo las grandes empresas, los grandes conglomerados, y también el usuario, que vería caer drásticamente los precios de los servicios de comunicaciones. Por supuesto, no se habla del derecho del individuo a una información imparcial, la protección de la cultura nacional de los diversos países, etc. Estos temas no cabían en una situación en que se habla sólo de comercio, dinero

y política empresarial, y no entraron en la agenda de la reunión. Estamos siendo negociados y podemos hacer muy poco al respecto.

MUNDIALIZACIÓN... UNIVERSALIZACIÓN... GLOBALIZACIÓN...

El uso indiscriminado de ciertas palabras, la americana *Globalización*, la francesa *mundialización* y otras similares como *internacionalización*, *transnacionalización*, *universalización*, introducidas para dejarnos saber que la nación, como posesión de una sociedad y cultura determinadas, está tendiendo a desaparecer, que las fronteras se van haciendo cada vez más porosas, produciéndose un intercambio cultural más pronunciado, ha creado cierta confusión a la hora de referirnos a este fenómeno determinado.

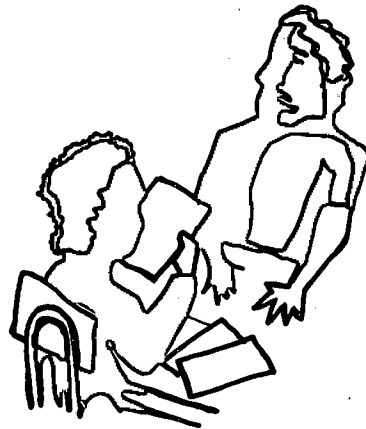
Según Bertrand Badie,² la *mundialización* describe la constitución de un sistema internacional que tiende hacia la unificación de sus reglas, valores y objetivos, pretendiendo, al mismo tiempo, integrar en su seno al conjunto de la humanidad. Su máxima expresión es la Organización de las Naciones Unidas, como la voluntad manifiesta de constituir un orden mundial, a partir de la unificación de las reglas y las prácticas, así como la regulación de la totalidad de los circuitos de intercambio. Este concepto está muy ligado al de *universalización* que, más teórica que prácticamente, describe la capacidad de ciertos principios y valores para trascender su origen nacional, para expandirse uniformemente en todos los contextos.

La *transnacionalización* encierra un concepto mucho más complejo. Describe todos los procesos que, por voluntad deliberada o no, se realizan en el seno del espacio mundial. Algunos de estos flujos transnacionales, migración, ideas, comercio, se han ido dando desde hace mucho tiempo, pero es lógico que el hecho de que hoy día nos desplazemos, nos comuniquemos, intercambiamos bienes económicos y servicios de toda índole con una gran eficacia y rapidez tenga que romper los viejos equilibrios. Este flujo sobrepasa en mucho la capacidad del Estado Nacional para manipularlo y regularlo, por lo que amenaza el mismo con-

cepto de nacionalidad. Esto hace, a su vez, que, gracias a la activación de los intercambios humanos y a la sofisticación de las técnicas, surjan grandes espacios regionales, como Europa, Estados Arabes y Asia Oriental. La crisis del Estado Nación hace que las fronteras se hagan mucho más frágiles, dividiendo, al mismo tiempo, las viejas comunidades nacionales.

En este contexto, a la hora de la *globalización*, unida a la *universalización*, nos encontramos con el fenómeno aparente de una "alisción" de culturas e identidades. Sin embargo, este mismo fenómeno ha dado lugar a múltiples fragmentaciones, que nos demuestran en la realidad que la *universalización* no se ha dado, ha fallado en su intento. El redescubrimiento de la indianidad en América Latina, los movimientos neonazis o xenófobos en Europa, el fundamentalismo musulmán, la reinención de la tribalidad en Africa, etc., así nos lo demuestran. En este sentido, la *Aldea Global* es en realidad una aldea rota en mil pedazos unidos.

En medio de esta turbulencia mundial se está abonando el terreno para que los grandes conglomerados transnacionales empleen una presión cada vez más fuerte para exigir de las naciones, sobre todo, las menos desarrolladas, una desregulación parcial o total en todo ámbito, especialmente el económico, con influencia directa en el comunicacional.



EL CASO DE LA COMUNIDAD EUROPEA

A principios de los años ochenta, con el auge de la tendencia neoliberal, representada por la mayor parte de los gobiernos conservadores liberales en Europa, junto a algunos socialistas (España, 1982 y Francia, 1984), se estableció la discusión sobre la necesidad de liberar el sector de comunicaciones, surgiendo también el problema de la gran concentración de medios de comunicación. Los grandes conglomerados multinacionales tuvieron su oportunidad con el desmoronamiento de los monopolios audiovisuales estatales y el nacimiento de nuevas tecnologías.

Los hechos políticos de estos años refuerzan, también, la teoría de la necesidad de un mundo abierto a la información, sin restricciones, siguiendo las mismas directrices del libre mercado. Tenemos aquí la influencia del *glasnost* en Rusia y el derrumbamiento de los regímenes comunistas de Europa oriental. Sin embargo, existe en Europa la preocupación de que el crecimiento del número y diversidad de los medios de comunicación y el incremento del flujo de información, debido a su concentración, no garantizan la pluralidad. Me gusta citar ahora en este lugar a Ben Bagdikian,³ quien nos dice que "un puñado de mastodónticas organizaciones privadas han

comenzado a dominar los medios de comunicación de masas del mundo. La mayoría anuncian con confianza que en la década de los noventa ellos, es decir, cinco o diez gigantes corporativos, controlarán la mayor parte de los diarios, libros, revistas, emisoras, películas, grabaciones musicales y cintas de video más importantes del mundo. Además, cada una de estas corporaciones planetarias tiene previsto reunir bajo su control todos los pasos del proceso de información, desde la creación del *producto* hasta los distintos medios por los que la tecnología moderna facilita los mensajes informativos al público".

Ante un panorama tan avasallante se han alzado voces, más bien un tanto tímidas, preocupadas por la concentración de los medios, como industria cultural, que merece una atención especial por parte de las autoridades públicas. Estas voces defienden más el dominio de los aspectos culturales sobre los meramente económicos y señalan la necesidad de poner ciertos límites a la concentración de medios. Todo el mundo está preocupado con el resurgimiento de nuevos monopolios aún peores que los desaparecidos estatales. Otra de las razones que se manejan en este aspecto es de tipo político, ya que los grandes grupos tienden a defender posturas conservadoras y los partidos de derecha, en consonancia, les conceden algunos privilegios. La respuesta a todas estas voces no se hizo esperar, esgrimiendo los principios liberales clásicos: el mercado asigna los recursos y regula la economía de una forma más eficaz que el Estado.

Al disminuir el control del Estado, se afirma, se acentúa la función regulatoria del mercado, es decir, los usuarios, sobre los medios de comunicación. Esto último se podría definir o confundir con el antiguo "rating", lo que no garantiza el interés del público o unos buenos medios de comunicación. Los intereses del partido en el gobierno, así como los sindicatos y otras instituciones del mismo tipo, pueden interferir de hecho con las exigencias del público, por lo que el gobierno es un mal regulador. Hablando de influencias, los intereses de los diversos grupos, estatales o económicos, interfieren de igual manera con las expectativas del pú-

blico, no dejándolo elegir cuando toda la oferta es uniforme y mediocre.

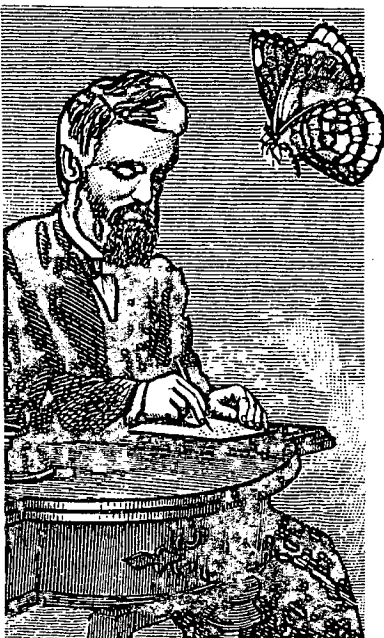
En lo que podríamos llamar una razón teórica, se afirma que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información permite a los usuarios disponer de diversas y variadas fuentes de información, pertenecientes a muchos propietarios. En este sentido se obvia el que los medios de comunicación puedan estar en pocas manos. En la práctica, son cada vez menos los conglomerados que ofrecen todo el proceso de producción y programación, siendo el resto de los supuestos propietarios de medios, simplemente, editores - distribuidores de material.

Se aduce, también, que algunas de las regulaciones de los medios de comunicación van en contra de la lógica económica de competencia, privando a los consumidores de una selección más amplia en lo que respecta a precio, cantidad y calidad de la información y servicios. Esta ha sido constantemente una punta de lanza en los ataques a la regulación estatal de los medios: la defensa del público consumidor. Nadie dice nada sobre la fijación unilateral de precios, los continuos aumentos, el hecho de que se exprima al público... ya que todo esto entraría en lo que llamamos "lógica del mercado".

Por último, algo que sí puede ser cierto: la competencia promueve la innovación. En un mercado libre, la competencia empresarial garantiza la búsqueda permanente de nuevas oportunidades para satisfacer las necesidades del consumidor.

A lo largo de los años de este siglo, junto a los distintos cambios en la industria de las comunicaciones, ha prevalecido en algunos períodos la problemática regulatoria y en otros prevaleció la liberal. Por supuesto, siempre ha habido posturas intermedias. Desde hace más de sesenta años han surgido voces en contra de la concentración de los medios, como por ejemplo, con la formación de las primeras cadenas periodísticas en los Estados Unidos. Por otro lado, se sostiene que las exigencias del progreso son insoslayables, por lo que no nos podemos, ni debemos, oponer. Cabría preguntar qué tipo de progreso y para quién.

La última Ley italiana de Comunicaciones, aprobada por el Senado Italiano el 22 de marzo de 1990,



participa de ambas tendencias. Por un lado, quiere tener cierto control sobre las grandes sociedades y fusiones en el campo de la comunicación, así como el contenido de la programación y la publicidad, con el fin de proteger los derechos sociales y culturales de la población. Por otro lado, las exigencias del libre mercado le obligan a realizar un gran esfuerzo de desregulación.

Establece los principios generales, entre los que destacan :

- El carácter de primordial interés general de los programas radiofónicos y televisivos, realizados a través de cualquier medio técnico.
- El pluralismo, objetividad, veracidad e imparcialidad de la información.

El plan de asignación de frecuencias subdivide el territorio nacional en *Áreas de Uso*, las cuales resultan de la agregación de una pluralidad de *Áreas de Servicio*, o locales, y vienen determinadas teniendo en cuenta la entidad numérica de la población servida, la distribución de la población residente y condiciones geográficas, urbanísticas, socioeconómicas y culturales de la zona. Las *Áreas de Uso* para la radiodifusión televisiva deben de consentir la coexistencia del mayor número posible de instalaciones y una adecuada pluralidad de emisoras y redes. Se considera Televisoras Nacionales a aquellas redes que cubren al menos 60 por ciento del territorio nacional. Las emisoras locales, en cambio, deben de cubrir, como mínimo, 70 por ciento de su *Área de Uso*.⁴

Se trata de evitar, en lo posible, que se puedan formar monopolios, promoviendo de esta manera la competitividad. Por esta razón, la Ley prohíbe que un mismo propietario tenga más de una planta televisiva en cada *área de uso* y limita a tres las estaciones de un mismo propietario en *áreas de uso* contiguas. Con la misma finalidad, establece el Registro Nacional de empresas de telecomunicaciones y la obligación de todas las concesionarias, públicas y privadas, empresas de producción, distribución y concesionarias de publicidad, de inscribirse en dicho registro.

De la misma forma, trata de regular la transferencia de propiedad de las empresas de telecomunica-

ciones, vigilando las asociaciones de capital, así como la petición de concesiones. Porejemplo, las empresas editoriales de diarios, cuyo tiraje anual sea superior a 16 por ciento de los diarios de circulación nacional, no pueden ser concesionarias de estaciones de televisión, así como tampoco las instituciones crediticias.

Una cosa singular es el hecho de que la Ley establezca la figura del *Garante*, es decir, una especie de supervisor general de las comunicaciones, cuyo nombramiento surge del acuerdo entre el Presidente del Senado y la Cámara de Diputados. El *Garante* supervisa la programación, el movimiento de las empresas del sector, y resuelve los problemas que se puedan presentar. Permanece en el cargo durante tres años y no puede ser confirmado más de una vez, siendo responsable de la observancia de las normas de esta Ley.

En cuanto a la publicidad, la Ley define que "...no debe ofender la dignidad del hombre, no debe basarse sobre discriminaciones de raza, sexo y nacionalidad, no debe ofender sentimientos religiosos o ideales, como tampoco inducir a comportamientos dañinos para la salud, la seguridad y el ambiente, no debe acarrear perjuicio moral o físico a menores de edad". Además, la publicidad debe de ser reconocida como tal.⁵

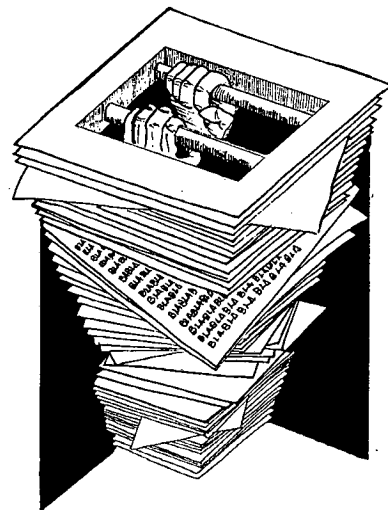
La inserción de mensajes publicitarios está permitida sólo en los intervalos determinados por los autores de las obras teatrales, líricas o musicales, y sólo en el intervalo entre la primera y la segunda parte para las obras cinematográficas. Se permite la inserción de 6 minutos de publicidad por hora de transmisión a las estaciones públicas y 9 minutos a las estaciones privadas. El *Garante* determina las obras de alto valor artístico, así como las transmisiones con carácter educativo o religioso, que no pueden sufrir interrupciones publicitarias.

La Ley sanciona con penas de prisión, multas, o ambas, según los casos, la transmisión de programas que contengan escenas de violencia gratuita o pornográficas, que induzcan a posturas de tolerancia basadas en diferencia de raza, sexo, religión o nacionalidad. También prohíbe la transmisión de películas y trabajos teatrales no aptos para menores de 18 años. Las películas prohibidas a

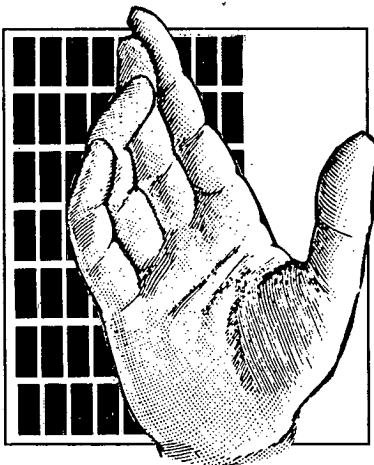
menores de 14 años no pueden ser transmitidas, ni integral, ni parcialmente, antes de las 22 :30 horas y después de las 7 :00 de la mañana.

Es posible que sea difícil el cumplimiento preciso de todas estas normas y regulaciones, así como un control absoluto de las asociaciones, ventas y propietarios de las industrias de los medios. Sin embargo, todos los concesionarios, públicos y privados, deben presentar al *Garante*, antes del 31 de julio de cada año, sus balances respectivos, en los que tienen que incluir información sobre los programas transmitidos, con la indicación de la empresa de producción o distribución de la cual fueron adquiridos, sumas destinadas a la producción de programas, publicidad transmitida, patrocinios y patrocinantes, así como los ingresos por publicidad.

Si fuésemos a dar una proyección política a la industria de los medios veríamos que ninguno de los partidos de izquierda, como tampoco los sindicatos, han sido capaces de frenar la liberalización y la erosión que produce el mercado en este sector. Se sostiene con frecuencia que la actividad privada está más de acuerdo y es más provechosa para los intereses políticos de la derecha, siendo en cambio la radiodifusión pública más beneficiosa para los intereses social demócratas.⁶ Esto sucedió, por lo menos, en Francia. España e Italia.



A pesar de tener una Ley de Comunicaciones que parece bastante regulada, Italia no ha podido eludir el fenómeno de la concentración de medios, fenómeno que comenzó tímidamente en los años setenta. Recordemos que la integración de grupos multimedios comenzó seriamente con la formación del consorcio de televisión de Berlusconi, en 1975. Posteriormente, años ochenta, se realizó la absorción de los grupos Rizzoli y Corriere della Sera por la compañía Gémina (1984), y más tarde, durante esa década, se abrió el camino para otras muchas adquisiciones y fusiones, lo que enfatizaba



el hecho de que gran cantidad de medios estaba en poder de muy pocas manos.

Citando de nuevo a Bagdikian, "...El siglo XX no es diferente, pero los sacerdotes que comunican dogmas míticos lo hacen ahora a través de grandes máquinas de comunicación centralizadas; cadenas de diarios, emisoras de radio y canales de televisión, grupos de revistas, editores de libros y estudios cinematográficos. Los operadores de estos sistemas diseminan su propia versión del mundo. Y de todas las leyendas que generan ninguna resulta tan heroica como los mitos que propagan sobre ellos mismos.⁷

A pesar de todo, la tendencia que se nota con más intensidad, sobre todo dentro de la Comunidad, a la hora de la concentración de medios,

es la de la creación de una infraestructura audiovisual paneuropea, como una defensa contra otros grandes bloques a nivel mundial. La Directiva sobre una "Televisión sin fronteras", aprobada por la comisión de la Comunidad Europea, se sigue discutiendo todavía, principalmente a nivel teórico e intelectual. Se quiere fomentar la libre competencia y, sin embargo, se puede caer en todo lo contrario. La liberalización del monopolio público para fomentar la competencia del mercado podría ser substituida por otro tipo de monopolios, o una abierta limitación real de la competencia. Paralelamente, dentro de los países europeos, se nota la tendencia a ir dejando los problemas de regulación cada vez más en manos de la Cámara Europea de Diputados, en Bruselas, lo que sería cónsono con el proceso de unificación europeo. Sin embargo, en toda esta discusión ni siquiera se mencionan los Derechos del Usuario y, mucho menos, una ética o una moral de los medios.

EL CASO NORTEAMERICANO

La aprobación de la Telecommunications Act representa la primera reforma de la Ley de Comunicaciones en EE.UU. desde 1934, cuando todavía estaba vivo Guillermo Marconi, inventor de la radio. Durante este tiempo, las barreras políticas habían difuminado cualquier esfuerzo por reformar dicha ley. Fue aprobada en ambas cámaras (414-16, Diputados, y 91-5 en el Senado) y significa la más grande revisión de la industria de las telecomunicaciones, una industria que mueve más de 700.000 millones de dólares al año. Esta reforma está diseñada para mover a todas las industrias del sector de comunicaciones e información a una mayor competencia. Además de romper los monopolios en el área de las telecomunicaciones, el Acta redujo la burocracia de la FCC por lo menos en un 15 por ciento, eliminando cientos de páginas de reglas, regulaciones y normas administrativas, ya superadas.

Bajo esta reforma, las compañías locales de teléfonos (Bell y otras compañías independientes) tienen que demostrar ante los reguladores estatales y la FCC que han abierto

sus redes locales de intercambio a una posible real competencia de otras compañías del sector, sirviendo tanto a negocios y comercio, como a consumidores residenciales, de tal manera que pueda haber una mayor elección entre proveedores de servicios telefónicos. Una vez que esto suceda y que demuestren que tienen real interés en hacerlo, les será permitido a las operadoras de servicios Bell el entrar en el mercado de larga distancia y la fabricación de sus productos.

Una cosa importante en la economía política de los años ochenta y noventa fue la petición de permiso de las compañías telefónicas para transmitir servicios de datos y televisión. Esto último suscitó una de las polémicas más grandes e inquisitivas de la historia moderna de las telecomunicaciones, no sólo en los Estados Unidos, sino también en Europa. La legislación norteamericana actual trata de bajar las mensualidades que se cobran a los usuarios y de mejorar el servicio a través de la competencia. Los consumidores podrán elegir entre los operadores actuales de cable y otros competidores, como, por ejemplo, las compañías telefónicas, a las que se permite incursionar desde ahora, con algunas condiciones, en el mercado de la televisión.

Se supone que la aprobación de esta Ley tendrá como una de sus consecuencias inmediatas la creación de nuevos empleos, unos 3,4 millones adicionales en los 10 primeros años, primariamente en la industria manufacturera, construcción y venta al mayor y detal. Se estima que el Producto Doméstico Bruto se incrementará en aproximadamente 289.000 millones de dólares para el año 2005, producto de los ahorros que los consumidores podrán realizar en el futuro. Al mismo tiempo, se calcula que el aumento de las exportaciones mejorará la balanza de pagos del país en alrededor de US\$ 414.000 millones para el mismo año.

Sin embargo, a pesar de ser ésta una de las Leyes más desreguladoras de la industria audiovisual en la historia del país, quedan algunas áreas reguladas por razones obvias, como son la *concentración de mercado*, la *participación extranjera* y la *propiedad intelectual*. Ningún extranjero puede poseer más del 20

por ciento de las acciones de una industria de comunicación, así como se intenta erradicar los monopolios, prohibiendo que ninguna empresa de cable o transmisión vía satélite posea otra estación de televisión en su área de cobertura.

También prohíbe que la misma compañía posea un diario y una estación de TV, o un diario y una red de cable en la misma área, pero sí admite la posesión de una televisora y una red de cable. La medida permite ampliar la propiedad, pero respetando ciertos límites. Una misma compañía puede adquirir diversas estaciones de televisión hasta alcanzar una cobertura no mayor al 35 por ciento de la audiencia nacional. Lo mismo sucede con las estaciones de radio, aunque éstas se regulan conforme a la densidad del mercado.

En estos días se está entablado una batalla entre News Corp., del magnate australiano R. Murdoch, y las empresas de transmisión por cable. El problema se llama "Sky", valorado en US\$ 1.000 millones, un proyecto de la News Corp, en asociación con EchoStar, una transmisora vía satélite, que pretende entrar al mercado estadounidense con la oferta de 500 canales de televisión, datos, etc. En este abanico de canales se incluyen también canales locales de las grandes cadenas, para lo cual Murdoch está tratando de que se flexibilicen más las leyes de Propiedad Intelectual.

Para muchos, "Sky" podría ser una alternativa de competencia con los distribuidores de cable, quienes, a pesar de todas las leyes, siguen constituidos como monopolios en los mercados locales. Es cierto que Murdoch y Charlie Regen, fundador de EchoStar, en sus visitas a legisladores y reguladores en Washington, han enfatizado las ventajas de competencia que puede traer "Sky", incluyendo precios más baratos para los consumidores, junto a unas opciones más amplias que las que ofrece la televisión actual.⁸ Los observadores de la industria, sin embargo, opinan que Murdoch quiere crear su propio monopolio y no descansará hasta conseguirlo.

Con todo, el proyecto tiene también sus zonas débiles desde el punto de vista legal, cosa que sin duda aprovechará la oposición. El primero de ellos es el control indirecto de

"Sky" en manos de extranjeros, ya que News Corp tiene su casa central en Australia y MCI Communications, socio minoritario de "Sky", mantiene un acuerdo para pasar a manos de la británica BT PLC.⁹ Además, *Direct TV* ha entrado también a discutir el permiso que se solicita para el proyecto "Sky", alegando ante la FCC que juntos News Corp y EchoStar controlarían la mayoría de las posiciones orbitales que cubren todo EE.UU. Lo consideran como una violación a su derecho a competir en igualdad de condiciones.

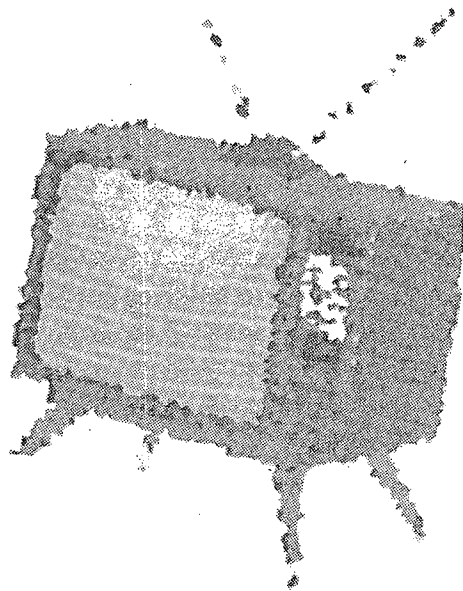
Pero la interpretación de la última ley sobre las comunicaciones no será nada fácil, con múltiples intentos de pasarla por arriba, con daño al espíritu de la propia ley. La concentración de la Industria Audiovisual en grandes conglomerados fundamentan los monopolios. La construcción de una *Infraestructura Nacional de Información*, término acuñado por el vicepresidente norteamericano Al Gore, concentrado solamente en unas cuantas manos, tiene y tendrá consecuencias para la economía, la política y las propias relaciones sociales de todos aquellos países en donde se instale. Y la defensa en contra de ello es difícil, si no imposible en la actualidad.

EL CASO LATINOAMERICANO

El caso de nuestros países es típico del subdesarrollo. Dentro del área geopolítica de influencia del Norte, nos movemos al son que nos tocan. Se está desarrollando en Sudamérica una ola continua de privatizaciones de las industrias del sector, deshaciendo los monopolios estatales, para dar paso a la inversión extranjera y, en la mayoría de los casos, a la creación de nuevos monopolios privados de distinto tipo. Por esta puerta abierta de par en par se están colando los grandes tiburones de la comunicación, por medio de inversión directa o fusiones, quienes traen nuevas tecnologías y servicios audiovisuales, centrando sus negocios en cable, televisión aérea, telefonía regular y celular, comunicación satelital, video y radiodifusión. Todos estos movimientos obligan a los diferentes gobiernos a desregular, como condición *sine qua non*, su sector de telecomunicaciones,

sin tener todavía claro cómo preservar su identidad o su futuro socio cultural y político.

Es curioso observar cómo la economía, el mercado, asume aún las relaciones interpersonales y la política, conformándolas según sus intereses. Tenemos el caso de Argentina, uno de los mercados sudamericanos más importantes dentro de esta área. En julio del año pasado se presentó en la Cámara de Diputados un anteproyecto de ley sobre telecomunicaciones, con la firma de Juan M. Vancarcel¹⁰ (una sección del partido Justicialista, actualmente en el poder). Este anteproyecto fue



conocido también como el "proyecto Clarín", un grupo financiero argentino. La oposición puso de relieve los puntos álgidos del anteproyecto, como el permitir la concentración oligopólica de los medios, la concesión de licencias a muy largo plazo, la prohibición a las telefónicas de entrar en la radiodifusión y la excesiva protección a la industria nacional. El proyecto fue devuelto para su estudio y reformulación.

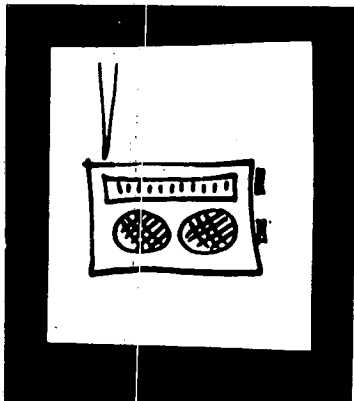
Meses más tarde, se presentaron dos proyectos ante la Cámara Alta, patrocinados por el Justicialismo y el Radicalismo, respectivamente. El primero de ellos propone la conformación de un ente autárquico ejecutivo, algo así como la FCC de EE.UU., y prevee la desregulación del mercado, tomando ciertas medidas para evitar los monopolios. Así, por ejemplo, no permite más del

25 por ciento de las ondas de una región, o un 35 por ciento en todo el país, a un mismo concesionario. Tampoco permite a las compañías telefónicas participar en la Radiodifusión hasta que no terminen su período de exclusividad.

El partido radical apoya una Ley de Telecomunicaciones que impulsa "la libre competencia en los servicios finales,"¹¹ y por lo tanto, "los servicios de Televisión por Cable pueden prestar servicios de telefonía y viceversa". Como es usual en estos casos, se trata de evitar la formación de monopolios, tomando medidas para que ningún concesionario pueda operar más del 5 por ciento de las frecuencias disponibles en cada área, junto a la reserva para el Estado del 30 por ciento de las frecuencias, no pudiendo tener ningún concesionario un número de subscriptores mayor al 30 por ciento del mercado potencial de su distrito o área de cobertura. Por supuesto, ambos proyectos fueron rechazados en su primera redacción, juntándose los dos partidos políticos para elaborar un proyecto de consenso. Todo esto hace que las solicitudes de concesiones se hayan disparado hasta el cielo.

En México, la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones permite a los operadores de cable funcionar como una red pública, lo que hace que puedan ofrecer servicios de audio, video y telefonía. En cambio, no permite, por el momento, que las compañías telefónicas ofrezcan servicios de televisión, aunque es probable que esto último se desregule en un futuro a corto plazo. Siendo México el segundo mercado de televisión por cable en importancia en Latinoamérica, el desarrollo de los acontecimientos ha provocado una creciente actividad en el campo de las alianzas y fusiones, siendo las telefónicas y los operadores de cable los primeros protagonistas.

Desde que en Chile se desreguló el sector de las Telecomunicaciones hace unos años diversas transnacionales de productos audiovisuales han entrado al país para negociar en una competencia libre y abierta. Supuestamente se acabó el mito de los monopolios naturales y la monopolización por razones técnicas.¹² A comienzos de 1995 se privatizó Entel, Empresa Nacional de Telecomunicaciones, que monopolizaba la



telefonía de larga distancia internacional, siendo comprada en su mayor parte por la empresa italiana SFTA (Società Finanziaria Telefónica per azioni), en sociedad, a su vez, con la surcoreana Samsung. Un poco más tarde se privatizó el monopolio nacional de la Compañía Telefónica de Chile (CTC), siendo uno de sus propietarios la Telefónica de España, a través de su filial asociada a CTC.

Las fusiones y adquisiciones están a la orden del día en Chile, con la finalidad de poder competir mejor y preservar su cuota en un mercado no muy grande para todos. Las compañías de servicios audiovisuales tienen que poder ofrecer calidad, tecnología y bajos precios, con lo que sale ganando el consumidor. El costo de las llamadas internacionales de larga distancia, por ejemplo, bajó un 55 por ciento promedio después de la desregulación. Con la llegada de nuevas tecnologías, la telefonía asociada al computador, un nuevo tipo de red para un teléfono digital autónomo, etc, los operadores de cable pueden ofrecer ahora diversos paquetes de telecomunicaciones junto a los canales disponibles de televisión. Así mismo, las telefónicas pueden también ofrecer diversos paquetes de telecomunicaciones, en los que está incluida la televisión. Desde luego, las economías de escala que se produzcan a raíz de tanto movimiento pueden beneficiar, de momento, al consumidor, mientras los distintos protagonistas se reagrupan de nuevo.

La televisión colombiana sigue

fundamentalmente monopolizada por el Estado. En la Ley de Telecomunicaciones que se aprobó en mayo del 96, pone la autoridad para su aplicación en el Consejo Nacional de Televisión, del cual depende Inravisión. Este organismo estatal controla la Radio Nacional, Cadena A, Cadena 1 y Cadena Cultural, dedicada solamente a programas culturales. La Ley prevee un Fondo Nacional de Televisión, en apoyo de los canales regionales y locales, el cual se forma con el 10 por ciento de lo recaudado por la TV cable. Inravisión fija los lineamientos generales de las tres grandes cadenas, regulando diversos tipos de programas según los horarios y situaciones. Por ejemplo, los noticiarios sólo se pueden pasar a la misma hora en todos los canales. Existen en Colombia tres grandes regiones, coincidentes en la práctica con las de la telefonía celular. A pesar de los obstáculos, se prevee que los grandes grupos económicos participarán cada vez más en el sector de las telecomunicaciones, telefonía móvil, industrias culturales y diversos medios de comunicación.

La legislación boliviana sobre televisión se mantiene entre dos aguas. Todavía está vigente en el país la Ley de Telecomunicaciones de 1970, donde se favorece sin reparos la fuerte presencia estatal de la televisión pública en el sector. Sin embargo, según la ex-Dirección General de Telecomunicaciones, de los 127 canales de televisión conocidos, 13 funcionan sin licencia, 27 tienen algún trámite pendiente y 51 son clandestinos.¹³ Como tantos países en vías de desarrollo, se necesita dinero fresco, inversión extranjera, lo que obliga a abrir las puertas de los mercados internos, dando facilidades de inversión. Con la intención de atraer a las empresas transnacionales del sector, en 1995 se aprobaron varias enmiendas a la Ley de Telecomunicaciones, criticadas por no proteger la privacidad de las comunicaciones y fomentar al mismo tiempo el crecimiento de monopolios. Con estas enmiendas, la duración de una licencia de televisión pasa a ser de 40 años. En un mercado tan pequeño, con un porcentaje de población indígena muy alto que no usa mayoritariamente estos servicios, no se habla todavía de grandes redes de telecomunicaciones en esta área. El caso

toma importancia porque es un ejemplo más de la invasión de nuestros países, que todavía continúa.

EL CASO DE VENEZUELA

El último proyecto de Ley que se presentó ante el Congreso, sujeto a doble discusión, fue aprobado en primera instancia por la Cámara de Diputados, en mayo de 1991. Las circunstancias por las que atravesaba el país durante esos meses, la privatización de la Telefónica CANTV, agitación social y política, junto a la indiferencia de los congresantes hacia lo que podría haber significado esta Ley, hicieron que antes de la segunda discusión de rigor se acabara el período legislativo, con lo que se perdió una buena supuesta oportunidad de progreso. Ahora es necesario presentar una nueva iniciativa, diferente a la anterior, tomando en cuenta el desarrollo del sector como una globalidad, que se debe insertar en el marco de los acuerdos internacionales de comercio firmados o por firmarse, lo que supone una Ley de base suficientemente ancha como para enfrentar el futuro sin angustias.

El proyecto de 1991 trataba de sentar las bases que harían del desarrollo de las telecomunicaciones en el país un proceso ágil y ordenado, que serviría a la vez de plan de estímulo para este novedoso sector económico.¹⁴ La Comisión de Medios de la Cámara de Diputados promueve por el momento un Proyecto de Ley amplio, que abarque no sólo a la prensa, telefonía radio y televisión, sino a todo el sector de las telecomunicaciones e informática. Es un proyecto ambicioso, que en algunos casos podría ser de difícil manejo. Hasta la fecha, sigue vigente la Ley de Comunicaciones de 1940, con los reglamentos parciales aprobados en 1991, lo que ha permitido que se iniciaran una serie de servicios en competencia bajo un marco regulatorio definido como transitorio.

Siguiendo los mismos patrones de mercado, la nueva ley debe de estar orientada, como lo hizo la ley anterior de 1991, hacia la desregulación, promoviendo el establecimiento de un régimen de libre afluencia en la prestación de las diversas modalidades de servicios, "limitando las prácticas concertadas por parte de los prestadores que



tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear la libre competencia, a la par que programar la aprobación de los planes nacionales de telecomunicaciones, que orienten el desarrollo del sector.¹⁵ Además, la nueva ley tendrá que tener entre sus objetivos el de promover la inversión privada, nacional o foránea.

A partir de esta Ley se trata de crear el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), no simplemente una comisión como existe en la actualidad, con personalidad jurídica e independiente del Fisco Nacional. Dicho Consejo tendría la facultad de elaborar los planes nacionales y sectoriales para el desarrollo de toda el área, de acuerdo con las políticas del Ministerio de Transporte y Comunicaciones. Elaboraría, también, las normas técnicas para la prestación de los diferentes servicios de telecomunicaciones pudiendo otorgar concesiones, licencias, permisos o autorizaciones para la explotación, operación y uso de dichos servicios. Obligatoriamente se tendrá que definir muy bien en qué consisten estas concesiones, licencias, autorizaciones y permisos, con el objeto de evitar confusiones a la hora de su aplicación.

El patrimonio de Conatel se formaría a base de varios tributos, como serían los aranceles para el procesamiento y otorgamiento de licencias, concesiones, permisos y la homologación de equipos y autorizaciones prescritas en la Ley. También se contempla un impuesto a los ingresos brutos de las compañías

que operan servicios de telecomunicaciones en el país, además de un porcentaje mínimo del valor de los equipos que se utilicen para la prestación de un servicio. La penalización a los infractores de estas disposiciones será establecida por la Ley, así como la revocatoria de la licencia, concesión o permiso, en los casos graves.

Finalmente, nos encontramos en un mundo cambiante, en proceso de globalización, donde las relaciones interpersonales son las relaciones de mercado y nada más, lo que contribuye al debilitamiento acelerado de los lazos tradicionales comunitarios, éticos y políticos. Un mundo donde las personas comienzan a sentirse convocadas por el consumo más que como ciudadanos, donde las decisiones políticas y económicas se toman siguiendo las normas inmediatistas del mercado. En este contexto, la desregulación es como el hilo conductor más visible que, como el efecto dominó, se extiende por todos los países. Es ésta una necesidad imperiosa del mercado, con el fin de apresurar supuestamente el desarrollo de las futuras arterias electrónicas. Ya no se habla de ética, ni de diversidad cultural, tampoco de compromiso social. No sabemos hasta qué grado de inhumanidad nos llevará el camino que transitamos. El futuro lo dirá.

NOTAS

- 1 *El Universal*. 10/12/96, Economía 2-9
- 2 Mario Robles Arangiz Institutua, Urria 1994. Octubre. *Mundialización de la Economía*
- 3 Ben Bagdikian. *The Media Monopoly*. Bacon press. Boston, 3ª edición. 1990, p. 5
- 4 Italia. Cámara de Diputados. N° 4710. Proyecto de Ley.
- 5 *Ibid.*
- 6 Ver: D. McQuail, K. Siune y J. Tunstall. *A new media orden in Europe ¿actuality or ilusion?* D. McQuail y K. Siune en *New Media policies. Comparative perspectives in Western Europe*, p. 203
- 7 Ben Bagdikian Obra citada, p. 185
- 8 *El Nacional*. 18/03/97, E/4. *La TV por cable de EE.UU...*
- 9 *Ibid.*
- 10 Fundación Ciccus. Boletín de Industrias Culturales. N° 2
- 11 *Ibid.*
- 12 Néstor Suárez. *El Globo*. Economía, 26/04/97.
- 13 Fundación Ciccus. Boletín de Industrias Culturales. N° 2
- 14 Ver E. Dávila. *Economía Hoy*. 10/11/94
- 15 Cámara de Diputados. Proyecto de Ley de Telecomunicaciones. 1991. Preámbulo.