

10 (diez) Hay algunas correcciones, pero creo que el trabajo es brillante.

El Triple Play y los riesgos de un oligopolio en los medios (El tema que planteas en el título está bien, pero el título no es de lo mejor. Podría ser: La concentración en los medios marca el arribo de triple play)

**Copete** La fusión de Multicanal con Cablevisión, unificados bajo el mando de Clarín deja, en Argentina, las compañías de telefonía, Internet y televisión repartidas sólo en cuatro grandes grupos multimedios.

**Texto** Luego de conocerse la unificación entre los, antiguamente, principales operadores de cable del país, diversos sectores del mercado han elevado voces críticas. La fusión es cuestionada por ser parte de una tendencia hacia la centralización en los servicios de comunicaciones, que excluiría del mercado a otros actores de menor envergadura (como operadores independientes y cooperativas). ¿Qué está en juego y quienes luchan por la provisión, en paquete, de televisión, teléfono e Internet (Triple Play)? (faltaban los singos de pregunta, pero está muy bien el copete)

**Ftes.**

S/D (2008). "Mapa de Alianzas de las Comunicaciones 2007. Hacia una mayor concentración". En: *Convergencia.com*. Sección: Convergencia Mapas. Año 2007. Fecha de consulta: 2 de octubre de 2008.

S/D (2008). "Preocupación por la fusión de Cablevisión y Multicanal". En: *Infobae*. Sección: Argentina/ Política. 23 de septiembre de 2006. Fecha de consulta: 2 de octubre de 2008. (Muy bien las citas)

---

2

Principales actores envueltos en la pugna por el Triple Play

**Copete** Argentina ha definido algunos pocos jugadores en posición de fuerza. Allí, hoy el poder en las telecomunicaciones se concentra en 4 grupos. El resto intenta, con alianzas, soportar la centralización.

**Texto**

- **Grupo Clarín** Uno de los cuatro grandes grupos de telecomunicaciones de Argentina. El principal multimedios de ese país. Debe su nombre al diario homónimo, desde el cuál se expandió. Se constituye como grupo multimedia en los ochenta, al adquirir Radio Mitre y Canal 13. Actualmente posee el 60% del Capital de Cablevisión (que, a su vez, posee el 98,5% de Multicanal) y el 20% de Supercanal, situación que lo convierte en el principal jugador del mercado de la televisión por cable.
- **Fintech** Sociedad norteamericana que, desde 1987, opera en los mercados financieros como asesor en la administración de fondos de inversión. A través de su subsidiaria Fintech Advisory, posee el 40% del capital accionario de

Cablevisión (y, mediante éste, es también la principal accionista de Multicanal).

- Multicanal Sistema de televisión por cable. Empresa Argentina, que opera, además, en Uruguay y Paraguay. Uno de los tres principales proveedores de televisión por abono de Argentina, junto con Cablevisión y Supercanal Holding.
- Cablevisión Empresa de televisión por cable. Comienza a gestarse en el año 1981, en la localidad de La Lucila, emitiendo señal para 900 abonados. Para 1998 contaba con 1.330.000 suscriptos, año en que Citicorp Equity Investment (CEI) y Telefónica Internacional, ingresan como accionistas.
- Telefónica También integrante del mencionado 'grupo de los cuatro', el grupo Telefónica, de capitales españoles, inició sus operaciones en Argentina en el año 1990. Suministra actualmente una gama de servicios de telecomunicaciones, que incluyen telefonía fija; telefonía móvil; acceso a Internet y servicios de "Contact Centers". A mayo de 2007, contaba con 4,7 millones de líneas de telefonía fija; 120.000 líneas de telefonía pública; 660.000 clientes de banda ancha; 11, 7 millones de clientes móviles y 4,6 millones de visitantes tenía Terra, su portal Web.
- Telecom Inició sus operaciones en 1990 cuando el gobierno argentino, mediante licitación pública internacional, le adjudicó el sistema de telecomunicaciones de la región Norte del país. Posee licencia con plazo ilimitado para la prestación del servicio de telefonía fija urbana y de larga distancia, nacional e internacional, y licencias para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones tales como transmisión de datos, acceso a Internet y telefonía pública. En julio de 2005 Telecom presta servicio en forma directa a 9,2 millones de clientes entre telefonía fija, móvil e Internet. Otro de los 4 mayores grupos de telecomunicaciones en Argentina.
- Telmex (Internacional) Telmex es una empresa de telecomunicaciones mexicana que ofrece un amplio rango de servicios. Comunicación alámbrica e inalámbrica, transmisión de datos y accesos a Internet. Expandió sus operaciones a otros países de Latinoamérica a partir de 2004. Opera en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay. Su dueño, Carlos Slim, posee la segunda fortuna más grande del mundo. La cuarta pata del grupo citado previamente. **(Ojo! Telmex Internacional es, desde 2008, el brazo regional de Telmex. Telmex sólo opera en México con ese nombre.)**
- Supercanal Empresa controlada por el grupo 'Grupo Uno', Supercanal Holding es la red de televisión por cable más grande del interior del país, y la tercera en Argentina. Dicha red fue formada, en 1996, por su predecesora y principal subsidiaria Supercanal S.A. Suministra servicios de televisión vía cable a más de 350.000 hogares abonados. Opera, además, en República Dominicana y en Bolivia.
- COMFER El Comité Federal de Radiodifusión es un organismo autárquico del Estado Nacional responsable de regular, controlar y fiscalizar la instalación y funcionamiento de las emisoras de radio y televisión en todo el país. Dentro de

sus deberes y atribuciones se cuentan, entre otros, fijar y aplicar políticas relacionadas con los sistemas de radiodifusión y regular los servicios de radiodifusión, interviniendo en la supervisión de la programación, la fiscalización de los contenidos y el establecimiento de normas específicas.

- CNDC Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Creada con el propósito de configurar un organismo especializado en la materia, está destinada a proteger el libre movimiento de los mercados a través de procedimientos preventivos y sancionatorios. Posee, además, facultades para ordenar el cese, abstención y/o modificación de conductas distorsivas y actos nocivos para la Competencia, en función del interés público económico, garantizando la defensa de la libre actividad de los particulares.

(MUY BIEN. Excelente trabajo.)

#### **Ftes.**

S/D (2008). "La vaca.org". En: *La vaca*. Sección: Cátedra Autónoma. 28 de julio de 2004. Fecha de consulta: 3 de octubre de 2008.

S/D (2008). "Bureaudeprensa.com". En: *Bureaudeprensa.com*. Sección: Empresas. 4 de mayo de 2006. Fecha de consulta: 3 de octubre de 2008.

COMFER. En: *COMFER*. Sección: Acerca del COMFER. Año 2004. Fecha de consulta: 3 de octubre de 2008.

CNDC. En: *CNDC*. Sección: Inf. Institucional/ Objetivos. Fecha de consulta: 3 de octubre de 2008. (Muy bien citadas las fuentes.)

---

2

Una mayor concentración trae consigo una menor concertación (MUY BUEN TÍTULO)

**Copete** La lucha, en el ámbito jurídico y mercantil, por tomar el mando del Triple play, está atravesada por fluctuaciones sociales, políticas y económicas. Conquistar el mercado posibilita dictar sus reglas. (bien)

#### **Texto**

1. **Monopolio/Oligopolio:** Situación de mercado en que la oferta de un producto se reduce a un/unos solo/pocos vendedor/es. Concesión otorgada por la autoridad competente a una/alguna empresa/s para que esta/s aproveche/n con carácter exclusivo alguna industria o comercio. Ejercicio exclusivo de una actividad, con el dominio o influencia consiguientes. El mercado del Triple Play

podría constituirse de esta forma.

2. **Mercado de competencia perfecta:** Modelo ideal de los mercados en el que la interacción recíproca de la oferta y de la demanda determina el precio. El mercado asigna los recursos mediante la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre su marcha. Cuanto más repartido esté el poder de influir en las condiciones del mercado (más cantidad de actores haya), menos eficaces las acciones discrecionales dirigidas a manipular los precios.
3. **Digitalización:** Acción de convertir en digital información analógica. Convertir cualquier señal de entrada continua (analógica) en una serie de valores numéricos. La información digital es la única información que puede procesar una computadora, generalmente en el sistema binario, es decir unos (1) y ceros (0). Permitted que las señales (informaciones) de toda naturaleza (sonoras, textuales, visuales, etc.) pudieran transmitirse por una misma vía y almacenarse en un único dispositivo.
4. **Convergencia de Servicios:** La prestación, por parte de una misma empresa (o grupo empresarial) 'multimediatca', de servicios (en éste caso, del área de la comunicación) anteriormente suministrados por compañías diversas, dada la originaria diferencia en la naturaleza, tanto de la señal de los mismos, como de su canal de emisión. La digitalización posibilitó unificar la información, y su transmisión mediante una sola vía.
5. **Triple Play:** Una de las formas que adopta la convergencia de servicios. Consiste en la oferta, por parte de una misma empresa (y, en su variedad 'pura', a través de una única vía, digital), de las señales de televisión por cable, telefonía e Internet de banda ancha.
6. **Grandes/pequeños jugadores:** Denominación de los diferentes agentes y actores del mercado. Esta clasificación encasilla a los grupos involucrados en un área de competencia según su poderío económico, participación relativa en las actividades mercantiles de cierto rubro, capital total accionario, incidencia en el mercado y otras variables. Una mayor cantidad de 'grandes' jugadores, por lo general (dado que el mercado es limitado) disminuye el número de jugadores totales.
7. **Concentración/Convergencia:** El acaparamiento y la acumulación, por parte de un grupo minoritario de empresas o agrupaciones, de una parte predominante de la disponibilidad de recursos y del capital total involucrado en un área de competencia económica dada (en el caso que escudriñamos, de los servicios de telecomunicación, sus productos y contenidos). El Triple Play es una de las formas actuales que la promueven. (Concentración y Convergencia no son sinónimos. Concentración es lo que comentás. Esá bien. Pero convergencia es la tendencia hacia la provisión de todos los servicios a través de una misma red. Por eso, los servicios de triple play son también llamados servicios convergentes. ¡¡Ojo con esto!!)

8. **Mundialización:** Relacionada a la concentración, se da cuando ésta última es llevada a cabo sólo por un escaso número de empresas multinacionales que acopian el mercado mundial. Conlleva a la intervención directa o indirecta, y en forma más o menos regulada, de capitales foráneos en las economías nacionales, a través de la compra total ('absorción'), o participación accionaria, de las empresas de dicho país.
9. **Regulación Estatal:** La capacidad, derecho y facultad del Estado de disponer reglas, sancionar leyes y ejecutar medidas punitivas, a fin de regimentar y administrar recursos y servicios públicos nacionales, para así controlar la incidencia de capitales extranjeros en la economía y el mercado local, con sus posibles consiguientes alteraciones.
10. **Contenidos digitales:** Productos de la industria del entretenimiento y del sector de servicios, elaborados específicamente en formatos compatibles con soportes y plataformas de funcionamiento digital. Ante la convergencia y el posible allanamiento de tarifas en los servicios digitales, la hegemonía en la elaboración y venta de contenidos deviene crucial. La competencia por prestar las señales se vuelve la lucha para proveer y promover los contenidos de las mismas, en forma, inclusive, independiente de estas.

(Bien)

#### Ftes.

S/D (2008). "[www.rae.es](http://www.rae.es)". En: *Real Academia Española*. Sección: Real Academia Española. Fecha de consulta: 5 de octubre de 2008.

S/D (2006). "PIEDRABUENA, Cecilia; SER, Silvia; 'Tipos de Mercados'.". En: *Bibliografía UBA XXI*. Sección: Economía. Fecha de consulta: 5 de octubre de 2008.

S/D (2006). "[www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar)". En: *Alegsa.com.ar*. Sección: Diccionario Informático. Fecha de consulta: 6 de octubre de 2008.

Revista *Convergencia* N° 145 (Enero, 2008), *Convergencia Documentos*, "Los móviles marcarán tendencia sobre nuevos contenidos adaptados a la convergencia"

Wolton, Dominique (2007), *Pensar la comunicación*. Prometeo, Buenos Aires.

(Muy bien la cita de fuentes)

Regulaciones y leyes que enmarcan la convergencia mediática

**Copete** Tanto a nivel nacional, como regional y mundial, diversas normas y legislaciones se aplican a regular y reglamentar el acceso y el control de los medios. De su eficacia y de su suerte, depende el destino de, entre otros bienes y derechos, el pluralismo y la libertad de expresión. (muy bien)

### Texto

A nivel nacional, quienes regulan y median en las cuestiones vinculadas al control y la distribución de medios son el *Comité Federal de Radiodifusión (COMFER)*, la *Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC)* y la *Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC)*. En dichos órganos se estudian los casos, los intereses y los conflictos en pugna, así como la pertinente aplicabilidad de las leyes. El principal instrumento, en vigencia, que pretende una protección contra los monopolios consiste en la Ley de Defensa de la Competencia (también conocida como Ley Antimonopolios). Ésta tiene sus antecedentes en la '*Sherman Antitrust Act*' (1890), sancionada por los Estados Unidos, que debía velar por la libertad de mercado, investigando prácticas desleales y ejerciendo la instancia administrativa.

### Leyes y normativa involucradas:

#### Concernientes a la legislación interna Argentina:

**Ley 25.156; de Defensa de la Competencia: Art. 1:** “Están prohibidos y serán sancionados (...) los actos o conductas (...) relacionados con la producción e intercambio de bienes o servicios, que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante en un mercado, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general”. **Art. 2:** “Las siguientes conductas (...) constituyen prácticas restrictivas de la competencia (...) Repartir en forma horizontal zonas, mercados, clientes y fuentes de aprovisionamiento (...) Concertar la limitación o control del desarrollo técnico o las inversiones destinadas a la producción o comercialización de bienes y servicios”. **Art. 6:** “A los efectos de esta ley, se entiende por concentración económica la toma de control de una o varias empresas, a través de realización de (...) la fusión entre empresas (...) Cualquier otro acuerdo o acto que transfiera en forma fáctica o jurídica a una persona o grupo económico los activos de una empresa”. **Art. 7:** “Se prohíben las concentraciones económicas cuyo objeto o efecto sea o pueda ser restringir o distorsionar la competencia, de modo que pueda resultar perjuicio para el interés económico general”.

**Ley 25.750; de Bienes y Patrimonios Culturales: Art. 1:** “Tiene por objeto la determinación de los bienes que, por su especial relevancia en relación con (...) la

educación, el arte, la ciencia y la cultura en general, integran el Patrimonio Cultural de la Nación, y establecer medios idóneos de protección de los mismos”.

**Ley 22.285; de Radiodifusión: Art. 1:** “Los servicios de radiodifusión, en el territorio de la República Argentina (...) se regirán por esta ley (...) Tales servicios comprenden las radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras, de televisión o de otro género, estén destinadas a su recepción directa por el público en general, como así también los servicios complementarios”. **Art. 4:** “Los servicios de radiodifusión se declaran de interés público”. **Art.5:** “Los servicios de radiodifusión deben colaborar con el enriquecimiento cultural de la población (...) las emisiones de radiodifusión, las que deberán propender a la elevación de la moral de la población, como así también al respeto de la libertad, la solidaridad social, la dignidad de las personas, los derechos humanos, el respeto por las instituciones de la República, el afianzamiento de la democracia...” **Art. 45:** “... deberán reunir los siguientes requisitos (...) H) No ser persona jurídica prestadora de un servicio público. No ser director o administrador de dicha persona jurídica, ni ser accionista mayoritario de la misma que posea el 10%, o más, de las acciones que conforman la voluntad social”.

**Ley 24.240; de Defensa al Consumidor: Art.1:** “...tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario, entendiéndose por tal a toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social”.

**Constitución Nacional; Art. 14:** “Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: de trabajar y ejercer toda industria lícita (...) de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa (...) de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender”.

Respecto a organismos, legislaciones y reglamentos de jerarquía supranacional, el principal ente jurídico que tutela, entre otros, los mismos derechos por los que velan los organismos arriba citados, es la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**. ~~De~~ pueden rescatarse, primordialmente, dos artículos ~~que se muestran especialmente~~ referidos a cuestiones vinculadas a la libertad de expresión y a la pluralidad de voces dentro de cualquier Estado Nacional. En sus partes pertinentes, dicen:

**Art. 18:** “Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión (...) así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia”.

**Art. 19:** “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este

derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Por último, al trazar un paralelo con otras legislaciones, es útil observar y comparar lo que algunos Estados integrantes de la *Unión Europea* (U.E.) sostienen respecto al pluralismo; al que entienden como un elemento imprescindible para un correcto funcionamiento de la democracia. Sin embargo, la orientación de sus decisiones ha apuntado, en general, a que éstas medidas no vayan en contra de la competencia de mercado. Allí se intenta, en suma, evitar la concentración de medios sin destruir las condiciones de mercado.

Al respecto cabe señalar que la Unión Europea no considera necesario un organismo regulador en el ámbito comunitario. Sólo ha diseñado, a través de una comisión especialmente creada por el Parlamento Europeo para tal fin, una serie de herramientas técnicas y conceptuales, destinadas a intentar conciliar un eficiente mercado comunitario con una garantía del pluralismo (visto como un objetivo de interés general). La comisión contempla que es vital, para lograr esta armonía, la cooperación entre los diferentes Estados, fundada en el principio de subsidiariedad en beneficio de los organismos reguladores internos. Estos órganos nacionales internos deberán cooperar entre sí, y con sus correspondientes autoridades nacionales responsables de la competencia. También es necesaria la relación con sus semejantes de distintos países, coactuando, a fin de garantizar el entendimiento mutuo y cierto grado de coherencia.

**(MUY BUEN TRABAJO)**

**Ftes.**

(S/D) [\*Ley de Defensa de la Competencia\*](#). Fecha de Consulta: 24 de octubre de 2008.

(S/D) [\*Ley de Bienes Culturales\*](#). Fecha de Consulta: 24 de octubre de 2008.

(S/D) [\*Ley de Radiodifusión\*](#). Fecha de Consulta: 24 de octubre de 2008.

(S/D) [\*Constitución Nacional\*](#). Fecha de Consulta: 24 de octubre de 2008.

(S/D) [\*Declaración Universal de los Derechos Humanos\*](#). Fecha de Consulta: 24 de octubre de 2008.

Rojo Villada, Pedro (2004), “*Pluralismo y concentración en el mercado europeo*:

*propuestas de la UE para conjugar liberalización del mercado informativo con la responsabilidad social de los medios*". En: *Global Media Journal*, otoño, año 1 vol. 2, Centro de Investigación en Comunicación e Información, Monterrey, México.

(Muy bien las fuentes)

---

2

Convergencia en Argentina: pocos grupos y muchas fusiones

**Copete** La convergencia es un fenómeno que se ha visto impulsado y favorecido en las últimas décadas. Con los avances tecnológicos, sobre todo en el área de las telecomunicaciones, la tendencia a fusionarse se vuelve cada vez más fuerte. Y Argentina no es extraña a esa situación. (Muy bien. Por suerte, por el contexto, no se ve el error de concepto que te señalé antes en la definición de convergencia.)

**Texto**

### **Contexto de gestación de la convergencia**

Es conveniente, para intentar predecir adónde va una coyuntura socioeconómica dada, preguntarse primero de dónde viene. Se puede afirmar, luego, que la sociedad actual, comúnmente denominada "de la información" (o post-industrial), es el resultado de un conjunto de movimientos, hechos y decisiones de la estructura político-histórica que la precedió. El cauce y la orientación por los cuales nuestra sociedad transita son el producto de un proyecto político.

Puede decirse, para empezar, que Martín Becerra señala que todo el proceso lleva la impronta de la dinámica capitalista. A medida que proliferaban y se desarrollaban las tecnologías de comunicación y la información, los gobiernos advirtieron que ellas se volvían estructuralmente esenciales. De una fuerza convergente, provocaron un salto tecnológico que derivó en su presencia en todas las industrias, las cuales empezaron a funcionar, unas y otras, a través de las mismas tecnologías (telefonía, informática, etc.). Fue así que éstas empezaron a evidenciar un inmenso poder para la vida de los estados y sus democracias. Su expansión era constante, y este hecho hizo presagiar que permitirían optimizar el mundo de las relaciones mercantiles y de producción (ya que se notaba que su presencia, y uso, de repente incidían en toda actividad económica y fuerza productiva). Por ello es que, con accionares paralelos, los gobiernos de todos los países más avanzados tecnológicamente comenzaron a idear 'sociedades de la información' (llamadas así ya que la información circulante llegaba a niveles sin precedentes). No obstante, hubo algunos llamados de advertencia (como el informe McBride, publicado por la UNESCO, en 1980). Allí se alertaba, bajo la consigna "Un sólo mundo, voces múltiples", sobre la amenaza de una "polarización" de opiniones; abogando por una "multipolarización" de las mismas. Pero el peso económico era muy fuerte y los proyectos nacionales (que permitirían optimizar la lógica del capitalismo, discurso hegemónico de la época) se llevaron a cabo. Estos programas contemplaban,

por lo general, al Estado como rector y administrador de la mayor parte de los servicios de las telecomunicaciones. Aunque no todas las llamadas de advertencia fueron completamente desoídas y, poco a poco (sobre todo desde los años '80 en adelante), los gobiernos fueron tomando conciencia de lo contraproducente de someter el sector de las comunicaciones a la centralización administrativa (entre otras cosas, era muy costoso hacerlo). Y así comenzó una etapa de desmantelamiento de esos monopolios mediáticos. Es la etapa de las privatizaciones y la irrupción plena, en el sector de los medios, de la lógica mercantil. El nuevo impulso llevó a que, en un marco de libre mercado que, favorecía la competencia, proliferaran las emisoras y las voces. Pero este movimiento trajo aparejado otro, solidario y consecuente con él: la globalización de los principales actores internacionales en materia de las *infocomunicaciones*. Ahora, los grandes grupos (las empresas multinacionales) tomaron a su cargo la gestión de actividades antes controladas por el Estado.

Como se señaló, todo esto se encuadra en la sujeción a la dinámica capitalista, de lo cual, sucintamente, podemos extraer dos consecuencias. La primera es que, como toda empresa se rige por márgenes de ganancia y móviles utilitaristas, estos servicios no llegaban a los lugares que no se consideraban rentables (por ejemplo, ciertas zonas desfavorables de un país). La segunda lleva, por fin, a lo que aquí concierne: la convergencia mediática.

## **La convergencia y el Triple Play**

Antes que nada, conviene empezar estableciendo una distinción. Gonzalo Hita, gerente de operaciones de Fibertel, admite que aún no se ha definido si el concepto de Triple Play refiere al nivel de la tecnología ó plataforma utilizada, al del proveedor o al de la factura. Sin embargo, hay algo definido: se puede hablar de convergencia a nivel técnico/estructura y a nivel mercado. Existe un 'Triple Play Puro' que necesita de las llamadas 'redes de próxima generación' (NGN), en las cuales, digitalización mediante, toda la transmisión de datos (voz, Internet e imagen) puede viajar por el mismo canal. Así, la empresa que lo ofrece puede proveer todos los servicios por la misma plataforma o soporte tecnológico. Pero existe también el 'Triple Play Híbrido', y éste es el eje del abordaje de este trabajo.

Con la mejora de ciertas aplicaciones, la innovación constante, el desarrollo de nuevos (nuevas) formas de conexión y transmisión, el viejo modelo de prestación de servicios caducó. La digitalización de las redes (proceso hoy, en nuestro país, aún prematuro) hizo que las actividades se fusionaran y mezclaran (permitiendo dar, por ejemplo, a una empresa de Internet telefonía y/o televisión IP), con lo que algunas áreas de mercado se vieron invadidas por jugadores de otros sectores. Esto comenzó a mover algunas piezas. Pero lo que definitivamente pateó el tablero fue aquello a lo que Ricardo Beltrán se refiere como "la concepción de las comunicaciones y las tecnologías apoyadas en la

lógica del mercado”; es decir, la necesidad de las empresas de mantener maximizada su tasa de beneficios. Por las mejoras técnicas citadas, de repente algunos servicios ya no fueron rentables. Llamas a Japón o a Australia comenzaron a tener por costo sumas insignificantes, en relación a los gastos de inversión y mantenimiento que les insumía a las empresas posibilitarlo. Así fue que las compañías notaron que, ante el allanamiento de tarifas (producto del abaratamiento de precios que producen las mejoras en la tecnología), ‘el negocio’ se trasladaba de la provisión de servicios a la de contenidos. Diversificar la distribución sobre plataformas replantea los modelos de negocios para el acceso y los ingresos publicitarios. Con la convergencia, la oferta de contenidos se expande y se convierte en el centro de este nuevo escenario. Luego, comienza el proceso de absorción y fusión de empresas que, al día de hoy, aún parece estar lejos de su punto álgido. La fusión de empresas fue el camino rápido para que un mismo grupo se asegure el poder de dar los tres tipos de prestaciones (Internet, telefonía y voz) utilizando redes de tecnologías diferentes (o sea, en tanto se instalan las NGN). De la mano con esto, y ante la potencial disminución del cuadro tarifario (que dispara, por ejemplo, el conflicto 'Estado Vs empresas' entre tarifas 'fijas' y 'por contenidos'), el principal objetivo se hizo la adquisición de productoras y realizadoras de contenidos (las independientes o las compradas junto a otro grupo). Las empresas prevén que, cuando, valiéndose de las NGN y la digitalización, los precios se estandaricen y toda la transmisión de datos sea por la misma red, habrá que disputarse un mismo mercado. Entonces, lo que ‘hará la diferencia’ serán los contenidos que, eventualmente, podrán ser cobrados a discreción.

Finalmente, el mecanismo de base del ‘Triple Play híbrido’ es, justamente, la compra irrestricta de empresas por parte de otras, más poderosas, para poder dar servicio Triple Play sin la necesidad de (o, aún, ‘sin los medios para’) finalizar la digitalización de las redes. Se adquieren empresas de otra actividad y se ofrecen servicios valiéndose de las tecnologías y la infraestructura de la compañía absorbida. Es posible discernir, entonces, dos acepciones de convergencia. Hay una convergencia ‘real’ (técnica), posibilitada por la digitalización, y vinculada al hecho de proveer todos los servicios por el mismo canal (por el mismo soporte tecnológico). La otra convergencia es la que generan las compañías más poderosas que han comenzado, de lleno, a apropiarse, tanto de empresas de otros rubros y actividades, como de las competidoras de su sector.

## **Efectos**

Por último, es adecuado atender a las causas de las alarmas y reflexiones alrededor de la tecnologización, la fusión de empresas y (la manifestación más reciente de esos dos fenómenos) la convergencia. Rojo Villada reflexiona, para la Unión Europea, sobre la necesidad imperiosa de regular e intervenir (a través de entes concebidos para tal fin) en el área de las telecomunicaciones. Ésta, si lo que se pretende es la defensa del pluralismo, la libertad de opinión y el derecho a la información, nunca puede regirse solamente por la lógica mercantil (que es ajena y externa, por definición, a cualquier

clase de interés general o bien común). Si el sector no se regula, podría ser que sólo un grupo, por posición de poder y estrategias de competencia, compre una compañía tras otra, generando la desaparición del resto de los jugadores (al impedir, por ejemplo, con maniobras de precios, y otras similares, que se establezca o constituya ningún nuevo competidor). Esta situación tendría un efecto devastador para la democracia y la libertad de la ciudadanía. A modo de síntesis, se esbozan algunos de los efectos a los que, siguiendo el desarrollo de Villada, un monopolio en los medios conllevaría:

- Unicidad de voces;
- por ende, ausencia de críticas al medio controlador dominante (la censura previa);
- instauración de industrias culturales, provocadoras de *unidireccionalidad* de sentido y opinión (según Gabriel Mateu: “existe una ‘industria cultural’ cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen conservan y difunden según criterios comerciales y económicos);
- disminución de las posibilidades formativas y educativas, del pensamiento crítico y de todo cuánto ello repercute;
- todos los efectos que cualquier monopolio mercantil tiene en la esfera económica (fijación arbitraria de precios, presiones sobre los Estados nacionales, etc.).

Por ello es que, para Villada, son imprescindibles los organismos reguladores, a nivel nacional, y coactuando además a nivel internacional. Sólo mediante las legislaciones relativas a la gestión y adquisición de medios es posible garantizar, no solamente las conductas anticompetitivas (en sentido económico), sino las nefastas consecuencias que estas conductas (de producirse en un mono u oligopolio *infocomunicacional*) tienen para la sociedad. Las normativas son las únicas herramientas de las que disponen los gobiernos para asegurar la pluralidad de actores y de voces en el mercado de los medios. Sólo con ellas es posible compensar las disparidades que se plantean desde la situación del desigual poder económico en las empresas (y mantener equilibrado el mercado). La regulación, finalmente, debe darse en todas las instancias: a nivel de fusiones empresariales, de la concesión y licitación de canales de comunicación y de producción de contenidos y sentidos (ya que, tenga una empresa productoras propias o no, si es dueña de todos los canales de transmisión, decide que se pasa en ellos y que no).

Como corolario de todo lo anterior se observa que, en diferentes regiones de competencia, atravesadas por normativas singulares, puede encontrarse un denominador común: en muchos países se da la situación en la que hay empresas con capacidad de recursos para ofrecer Triple Play, pero que están impedidos de hacerlo por las

legislaciones; junto a otros que, si bien se hallan autorizados reglamentariamente, no disponen de los medios para hacerlo.

## **Situación en Argentina**

En Argentina, la convergencia disparó una fusión de empresas que deja pocos grupos actuando. La situación, detallada para sus más importantes jugadores:

**Supercanal:** De poca influencia en el Area Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Santa Fé y Córdoba, tiene gran poderío en el resto del interior del país. Su presidente, Daniel Vila, se opone férreamente a la autorización a las telefónicas para dar Triple Play. Ateniéndonos a la importancia de la intervención gubernamental, hay que decir que, en 1998, cuando el fondo 'buitre' Goldman Tree pretendía quedarse con la compañía, el Grupo Uno se salvó gracias a la Ley de Bienes Culturales, que limitó las aspiraciones de los capitales del exterior de quedarse con más de 30% del paquete accionario. Considerando sólo los cableoperadores, es el otro gran jugador del país (junto a Cablevisión).

**Telecentro:** Lanzó el primer servicio de triple play para el AMBA, que le permitirá morder, en comunicaciones, una porción del negocio residencial de las telefónicas. En la misma área, es competencia directa de Cablevisión-Multicanal para el cable televisivo. También es pionero en la provisión de 'Triple Play puro' (algo que pocos operadores que han podido establecer en Argentina). Como anécdota, vale destacar que, debido a que todos datos (Internet, voz (voz) e imagen) operan sobre el protocolo IP (Banda Ancha), no funciona el servicio, en las PC de los hogares (distinto es en las notebooks), ante un corte del suministro eléctrico (si se corta la luz, se cortan los tres servicios).

**Grupo Clarín:** Tras la adquisición de Cablevisión, se fortalece como uno de los dos principales grupos multimedia de Argentina. Posee diarios, y empresas de radio y televisión en el interior del país, e incrementó sus acciones en compañías de las cuales se había retirado su principal competidor, en prensa, del AMBA (diario La Nación). Controla entre el 30% y el 50% de las productoras de contenidos televisivos más importantes (es, además, subsidiaria de Televisa, la mayor fabricante de contenidos en habla hispana). Avanza en las negociaciones con Telmex (a través de Cablevisión) para poder brindar servicios de Triple Play. La ansiedad de Clarín por brindar el servicio es notoria, y el gobierno, a través del Ministerio de Planificación (de Julio De Vido), estudia otorgarle a su compañía de TV por cable (Cablevisión-Multicanal) un bloque de 10.000 líneas telefónicas para que pueda brindar el servicio de telefonía a sus abonados a través de Internet de banda ancha (telefonía a través del protocolo IP). Clarín ya

contrató técnicos en telefonía para las pruebas piloto. En relación esta situación, Clarín-Gobierno, los 2 vocales de la CNDC que aprobaron la fusión de Cablevisión y Multicanal a favor del grupo, fueron denunciados penalmente por incumplimiento de los deberes de funcionario público, y por múltiples irregularidades y violaciones en beneficio supuesto del mismo. La presencia accionaria del fondo 'buitre' Fintech, en Clarín (una empresa multimedios Argentina, que busca dar servicios de difusión masiva), es un ejemplo de descoordinación y falta de planificación regulatoria (Fintech podría, ante una conveniencia económica, impedir informaciones y noticias que les afecten económicamente, o a su país).

**Telefónica/ Telecom:** Ambas (las telefónicas, en general) están impedidas de dar servicios de televisión por el inciso H, del Art. 45 de la Ley de Radiodifusión, que establece que las empresas de servicios públicos no pueden dar señal audiovisual. Uno de los motivos ~~para~~ que hace al Estado no rever esta disposición, en este caso, puede buscarse en que estas empresas, por el poder económico (y, así, publicitario y propagandístico) que tienen, se impondrían sobre las otras con facilidad, anulando el marco de competencia perfecta. Su poderío proviene de la cantidad de empresas de las que son dueñas o tienen participación accionaria. Telefónica, por ejemplo, posee todas las áreas cubiertas (productoras de contenidos, telefonía fija y móvil, Internet, provisión de Internet a otras empresas, etc.), por lo cual su incidencia en las condiciones de mercado es enorme. Es dueña, entre otras cosas, del único cable submarino de la región (es decir, Telefónica es un '*carrier de carriers*') y las demás empresas dependen de los contratos con ella para proveer banda ancha. Es otro ejemplo de la necesidad de la intervención estatal (si se le impide a una telefónica dar servicios de televisión se está impulsando, de algún modo, una desconcentración; ya que pierde sentido, para la compañía, adquirir empresas cable). Telefónica, limitada por ley, debe contentarse con dar Doble Play (el producto se llama 'Dúo': telefonía fija + Internet). En cuánto a la relación entre estas empresas, y su marco legal, se ha cuestionado a la CNDC y a la justicia, autorizar la compra, por parte de Telefónica, de una parte de Telecom (a través de Telecom Italia). Esto dejaría, considerando el eje 'grupos multimedios' en general, a Telefónica y Clarín como los grandes actores del país.

**Telmex:** También impedida de dar Triple Play por la ley de radiodifusión, ha comenzado, con Cablevisión, un proceso de interconexión de sus redes de telecomunicaciones, para poder ofrecer el servicio a sus usuarios. Con esta alianza Telmex buscará protagonizar, el año próximo, un enfrentamiento de mayores proporciones (ya que luchará por la provisión del servicio triple), junto a Telefónica y al mismo Grupo Clarín.

Estos son los tres jugadores que se disputarán el control de las redes en un escenario de potencial convergencia tecnológica que les permitirá ofrecer telefonía, Internet y televisión para un mercado (el de las telecomunicaciones), en el que, a nivel nacional,

se facturan 20.000 millones de pesos por año.

En cuánto a la relación entre los tres para el escenario que se viene, en Argentina, puede decirse que una clave (que podría definir el futuro), es la pelea por quedarse con Telecom Italia. Mientras tanto, Telefónica es la empresa mejor posicionada del mercado porque domina las telecomunicaciones locales y tiene un respaldo financiero extraordinario. Por ese motivo, presiona para que el gobierno le permita ofrecer televisión, cosa que, hasta ahora, el Grupo Clarín frenó con éxito argumentando que la legislación no los habilita. Los líderes de este último saben que la ventaja financiera de Telefónica les permitiría comprar los mejores contenidos en exclusiva, y despojarlos de sus clientes (que es precisamente la estrategia que el propio multimedios utilizó en el pasado para consolidarse en el mercado del cable). Si Telefónica se queda con Telecom las esperanzas de Clarín para poder competir en igualdad de condiciones en un escenario desregulado desaparecerían definitivamente, pero si (y mediando las disposiciones legislativas) el Grupo Clarín logra poner un pie ahí, la situación cambiaría radicalmente. El meollo está en si el gobierno obliga a la flamante sociedad de españoles e italianos a desinvertir, ya que Telefónica selló su ingreso en Telecom Italia en abril pasado.

Telmex también tiene los millones suficientes para dar pelea, pero su problema es que no controla una empresa fuerte donde hacer pie. **Ha ido absorbiendo**, desde hace años, diferentes empresas (Techo, CTI, AT&T Latin America, MetroRed) a la espera de que un proceso de apertura hacia una mayor desregulación; pero los distintos gobiernos **han congelado dicho transcurso (mejor decir: congelaron el proceso)**. Desde hace tiempo su objetivo es comprar Telecom para competir de igual a igual con Telefónica, pues las barreras que le imponen a la competencia las dos firmas dominantes (ésta última, y Clarín) hacen muy difícil llegar de otro modo a una posición de liderazgo. En el medio de todo este entramado se encuentra, claro, el Gobierno, quien deberá definir a quien **termina por beneficiar (beneficia)** en la pelea por Telecom.

Ya por fuera de estos grandes grupos, que están en clara posición dominante y que son quienes, hoy, se disputan el mercado argentino, pueden señalarse, en relación al actual panorama, algunas líneas más:

Hay otros operadores de cable e Internet, menores, en Argentina, que se encuentran en posición de dar Triple Play o que ya están brindándolo. Éstos, por su menor talla, son los más necesitados de una intervención estatal proteccionista de sus intereses (ya que para los grandes grupos sería muy fácil, por su poderío económico, penetrar en sus zonas y poner tarifas 'a pérdidas' durante un tiempo, hasta lograr hundirlos). La lista de ellos (excluyendo los grandes *players* ya citados), para 'Triple Play Puro' incluye:

*Coop. Hernando* (Córdoba –operador de electricidad-); *BBT-Cabletel* (Santa Fé); *BBT-STC* (Pergamino) y *BBT- Cableservicio*. Mientras que, brindando ‘Triple Play Híbrido’ están: *IP Tel* (Operador de Internet); *CrossFone-Bahía Blanca Visión Color*; *Multiplay- TV Fuego* y *CrossFone-Arlink*.

En lo que respecta al porvenir de la normativa y el marco regulatorio, está en tratativas una nueva ley de radiodifusión, que el gobierno enviaría al congreso antes de fin de año; y que impactará en el futuro escenario.

También cabe acotar dos últimas apostillas en relación a la importancia y la incidencia de los entes reguladores. Por un lado, para Daniel Vila, la ausencia de un modelo claro permitió que, en Argentina, se diera un proceso de integración, concentración e ingreso de capitales externos sin regulación (como es el caso del grupo Fintech, en Cablevisión). Por el otro (y como contra-cara de lo anterior), ante la definición que debe realizar el Estado para desarrollar su red de televisión digital, el mismo ha dejado entrever que se inclinará por la norma Japonesa. Una de los motivos esgrimidos es que, al haberse inclinado Clarín (y estar operando) con la norma estadounidense y Telefónica (en otros países, como México) con la europea; lo que se intenta, con esa definición, es no otorgarle demasiado poder a ninguno de los dos grupos, promoviendo un equilibrio.

(Muy bien!!! Felicitaciones!!)

**Ftes.**

**Becerra, Martín** (2008) “*Sociedad de la Información*”. Mimeo. Documento de cátedra.

**Beltrán, Ricardo** (2008) “*Telecomunicaciones y Convergencia*”. Mimeo. Documento de cátedra.

**Mateu, Gabriel** (2008) “*Industrias culturales y las TICs*”. Mimeo. Documento de cátedra.

**Rojo Villada, Pedro** (2004), “*Pluralismo y concentración en el mercado europeo: propuestas de la UE para conjugar liberalización del mercado informativo con la responsabilidad social de los medios*”. En: *Global Media Journal*, otoño, año 1 vol. 2, Centro de Investigación en Comunicación e Información, Monterrey, México.

**"Entrevista a Daniel Vila"** (2008). En: “atlasyanuario2007”. Revista *Convergencia Telemática*. Grupo Convergencia S.A.

**"Mapa de Alianzas de las Comunicaciones en la Argentina"** (2008). Grupo Convergencia S.A.

García Bartelt, Mercedes (2008). "El Grupo Clarín ingresará en el negocio del Triple Play en el 2009". En: *La Nación*. Sección: Tecnología. 16 de abril. Fecha de consulta: 30 de octubre de 2008.

"Informe Mc Bride". Fecha de consulta: 30 de octubre de 2008.

(S/D) (2008). "Telefónica vs. Grupo Clarín vs. Telmex: La carrera por Telecom". En: *Urgente24*. Sección: Negocios. 17 de marzo. Fecha de consulta: 30 de octubre de 2008.

(Muy buenas fuentes y bien citadas)

---

2

Diversidad de escenarios para la defensa de diversas voces

**Copete** De la misma manera que ocurre dentro de la Unión Europea, en la región latinoamericana se intenta mantener cierta concordancia y coherencia en las diferentes legislaciones, bajo la convicción de que esto permite un desarrollo más rápido a nivel de infraestructura y consolidación de las redes. Sin embargo, dada (dado) que la coyuntura social, política y económica de los países difiere, también lo hacen, en algunos puntos, las legislaciones. (Muy bien. Aunque es un poco confuso el final del copete.)

### Texto

Con respecto a los debates que se dieron en torno a las legislaciones y normativas destinadas (destinadas) a regular la oferta de Triple Play, en un marco de equilibrar las leyes de mercado y sus (en este caso, por su singular índole), efectos sobre la difusión y formación de sentido, en Latinoamérica predominan posturas diversas según los diferentes gobiernos. No obstante, y más allá de las singularidades que las enfrentan, se aproximan en que, en mayor o menor grado, la mayoría está inclinada a expresar una regulación positiva y activa del sector de las telecomunicaciones, movidas, parece ser, por la conciencia del peso que esta injerencia tiene para el conjunto de la sociedad.

Resulta útil, primero, ver algunos ejemplos de las distintas situaciones del área de las telecomunicaciones en ciertos países de Latinoamérica (los que presenten, para el caso, particularidades más representativas), en relación a la legalidad y a los términos vigentes para ofrecer Triple Play. Luego, y en relación a lo anterior, podrá considerarse qué incidencia han tenido esas diferentes normativas en la constitución y consolidación del predominio de ciertos grupos a nivel regional.

Argentina impide, como se dijo, dar video a las empresas incumbentes, como Telecom y Telefónica. Estas reclaman que se revise la prohibición; instancia en la que parece que serán complacidas, dado que se espera, en los próximos meses, que entre en vigencia la nueva Ley de Radiodifusión (la cual tendrá, claro, modificaciones respecto a la actualmente en vigencia). De no producirse, las empresas seguramente incrementarán la presión al gobierno, atendiendo al hecho de que Telecentro ya está, en la Ciudad de Buenos Aires, ofreciendo Triple Play, y que Clarín está, cada vez, más próximo a hacerlo.

Brasil, que, paradójicamente, es el mayor mercado de América Latina, es uno de los países que aún no ha elaborado una reglamentación exhaustiva en la materia. En él, la IPTV ya debutó, aunque en forma limitada. Los operadores de telecomunicaciones sólo están habilitados para dar una variedad de la misma, denominada VoD (Video-On-Demand), que permite al usuario el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada (similar al sistema de Pay-Per-View). Esta disposición, sin embargo, puede contemplarse como una especie de regulación protectora, ya que la modalidad VoD resulta muy precaria (tanto en términos de calidad, como de calidad de contenidos) para competir con la oferta de los cable-operadores.

En Costa Rica está en tratamiento, hoy día, un proyecto de ley de telecomunicaciones que incluirá la convergencia con Estados Unidos y Centroamérica (como está estipulado en el Tratado de Libre Comercio). En tanto, allí, el grupo ICE mantiene el monopolio de la telefonía fija.

Para México la situación es diferente. En ese país se espera que para fin del año 2009 sea revisada, íntegramente, la normativa que hasta ahora está conteniendo a Telmex (que allí es incumbente: la regulación de México coincide, en algunos puntos, con la Argentina); impidiéndole hacer frente a la escalada de Televisa. Para Carlos Slim, cabeza de Telmex: “es muy importante no ponerle trabas (regulativas) a la convergencia”. La imposibilidad de brindar servicios de transmisión de video, está truncando, según Slim, las oportunidades de su compañía de dar batalla a Televisa en ese medio. Para darse una idea de la necesidad de una legislación que fomente la competencia (y permita que se fortalezcan algunos jugadores), sirve dar un vistazo a algunos números de la gigante mexicana del medio televisivo (Televisa); y, desde allí, vislumbrar el poder que ésta detenta.

Televisa está considerado como el mayor productor de contenidos en español a escala mundial (con más de 50.000 horas de producción generadas por año), y, luego de haber alcanzado el límite de expansión en México (donde exhibe una participación del 70% del mercado de la televisión abierta), comenzó a desarrollar proyectos internacionales, que abarcan desde el mercado hispano estadounidense hasta China. Además, y como puede deducirse de lo anterior, es la principal exportadora de formatos (otra de las nuevas fuentes de ingresos de la ‘era convergente’). La empresa también pasó de ser

sólo una cadena de televisión abierta para constituirse en el principal operador de televisión paga en su país; cosa que le suma nuevas plataformas de distribución para sus contenidos. Y, cómo si eso fuera poco, a principios de noviembre la compañía anunció el desarrollo de nuevos canales, en conjunto con el portal *esmas.com* (también bajo el control de Televisa). La movida es parte de la profundización de su estrategia para desplegar ofertas de valor agregado en Internet y móviles. Sus números hablan por sí solos (en relación a la envergadura e incidencia de este jugador en sus objetivos de mercado), y lo convierten en un paradigma de lo que es la convergencia entre las telecomunicaciones y la industria multimedia. La apuesta de esta empresa es expandir su hegemonía nacional por toda la región, ante el desembarco, en México, de productos hechos por los grandes estudios (como las series de las *majors* hollywoodenses) al mercado de contenidos para Internet.

Precisamente es en el mercado de contenidos multimedia **donde** esta compañía compete con uno de los gigantes de las telecomunicaciones de la región. Respecto a los nuevos tipos de lucha que propone la convergencia (y, ante lo mencionado recién, en lo referido a Televisa enfrentando a Hollywood) es adecuado señalar que Telefónica ya dispone de su contrato con una *major*, desde que firmó con Disney un acuerdo para que ésta provea contenidos para el portal *Terra* (perteneciente a la compañía telefónica). Disney producirá, para el sitio, contenidos destinados a 17 países de habla hispana y Brasil. Por último, agregar que Telefónica (uno de los 'grandes actores regionales, junto a Telmex), a nivel comunicaciones, desarrolló, para Latinoamérica, *Terra Tv*, que ofrece a través de Internet, y permite a los usuarios latinoamericanos (cuyas normativas lo autoricen) acceder a más de 200 canales internacionales de televisión y producciones propias del portal (como documentales, series y noticieros). Con miras a ello, *Terra* instaló estudios para producir contenidos multimedia en México, Brasil y Argentina (país donde, hasta hoy, muchos de ellos no pueden ofrecerse). La importancia de éste grupo se evidencia, además de en la cantidad de países donde tiene penetración (Chile, Colombia, Argentina, Perú, Brasil, etc. – en muchos de ellos da varios servicios, como telefonía e IPTV-), en el hecho de que esta empresa es dueña del único cable submarino de la región. Esto la convierte en un denominado '*carrier de carriers*' (es decir, provee Internet a empresas que proveen Internet); lo que deja a un montón de grandes compañías en la condición de tener que negociar con ella, desde la desfavorable situación del usuario. Pero, además, Telefónica posee *Call Centers*, televisión paga, productoras de contenidos, telefonía fija y móvil, da servicios de operación de datos, es mayorista de capacidad, etc. En otras palabras, compete en todos lados y afectando un gran poder.

En el caso uruguayo, no se contempla la posibilidad de brindar servicios de telefonía fija para ningún actor del medio de las telecomunicaciones. Allí, los servicios fijos de voz son exclusivos de Antel. No obstante, prometen una revista de la normativa correspondiente para fines de 2008.

Cuando se estudia y se reflexiona sobre el diagrama que grafica la situación de la

convergencia y los grupos multimedia en Latinoamérica, invade la convicción de que, para fines de 2008 y principios de 2009 el escenario, no solamente no variará, sino que, cada vez, se inclinará hacia una mayor concentración. La competencia, como ya se ha apuntado anteriormente para el caso argentino, comienza a centrarse en la generación de contenidos y productos de valor agregado.

En un análisis más panorámico de la región se advierte que los grandes jugadores de ese mercado, Telmex y Telefónica, van a entrar en una disputa comercial, a esa dimensión, por el Triple Play. Sin embargo, tendrán que vérselas con dos nuevos jugadores que también intentan pisar fuerte en ese terreno, hecho que convierte a éstos últimos en una amenaza latente para los dos dominadores del área latinoamericana. Tanto Grupo Clarín, como Televisa, dos de los mayores conglomerados de medios del continente, están intentando ensanchar sus fronteras, volcándose, al mismo tiempo, cada vez más al área de las telecomunicaciones (mediante alianzas y asociaciones con empresas del sector, como la de Cablevisión- Telmex). Esta incipiente regionalización responde a la búsqueda de un incremento en la audiencia y de un mayor número de destinatarios para sus productos y servicios, con vistas, por supuesto, a aumentar los márgenes de utilidades (como cualquier empresa). Además, quienes también intentarán poner en riesgo la hegemonía de las dos telefónicas, son los operadores de cable locales (como Supercanal, en Argentina) que, validos y amparados en legislaciones nacionales que los protejan (como el inciso H, del Art. 45, de la Ley de Radiodifusión, en ese país) presentarán, dentro de sus territorios, la mayor batalla posible.

En relación a las nuevas formas de lucha derivadas de la distribución sobre diversas plataformas, y a la renovación que esto acarreará para los modelos de negocios y los ingresos publicitarios (la batalla por los productos de valor agregado), hay que decir que, en Latinoamérica, la producción de contenidos está fuertemente concentrada: *Televisa*, de México; *Teleglobo*, en Brasil; *Caracol*, Colombia y *RCTV* en Venezuela.

Por lo demás, en la mayoría de los países, salvo las particularidades arriba apuntadas, no se halla vigente, actualmente, ninguna prohibición para la televisión a través del protocolo IP (IPTV).

(Muy buen panorama regional)

**Ftes.**

**“Mapa de Convergencia Latinoamericana 2008”** (2008). Grupo Convergencia S.A.

**Revista Convergencia Telemática** (2008). Sección: Contenidos. Grupo Convergencia S.A.

(S/D) (2008). ”Telmex intensifica en Latinoamérica el Triple Play”. En: *Junín*. Sección:

Internacionales. 31 de Julio. Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2008.

Simeone, Nayla (2008). "Los desafíos del Triple Play en la Argentina". En: *CanalAr*. Sección: Voz, Video y Datos. 7 de noviembre de 2005. Fecha de consulta: 7 de octubre de 2008.

(Muy bien las fuentes que usaste.)

---

2

Algunas regulaciones de los mercados sobre los gobiernos

**Copete** El fenómeno, en América Latina, de la toma de conciencia sobre la necesidad de normativas acerca de las condiciones mercantiles, se manifiesta también para las demás sociedades y coyunturas mundiales. Aunque, como contracara, un análisis más global permite ver algunos escenarios en los que la realidad es diferente.

### Texto

Estando (mmm!) ya esbozados los efectos y consecuencias que una ausencia o precarización en los marcos regulatorios estatales acarrearán sobre los vaivenes del mercado, es posible, ahora, aprovechar las circunstancias que el escenario mundial ofrece para estudiar que ocurre en otras sociedades. Es útil considerar dos casos que, por distintas particularidades, resultan especialmente relevantes y demostrativos.

En Europa, hay un peculiar ejemplo de cómo no haber puesto contención al poderío de algunos grupos mediáticos, no desembocó en la contracción de limitaciones al accionar del gobierno (simplemente porque hay un grupo dominante que se confunde con el éste).

Se trata del caso más emblemático de la superposición medios-empresas-democracia, y es el del Grupo Mediaset, en Italia. Su dueño, Silvio Berlusconi, es además el primer ministro italiano. Posee una de las fortunas más grandes a nivel mundial (9.400 millones de dólares), hecho que lo sitúa en el puesto número 15 en la lista de las personas más acaudaladas del mundo (y la tercera de Italia). Abundan las denuncias que manifiestan que es a través de actos de corrupción y coimas (facilitación de concesiones y licitaciones o adquisiciones empresariales, de escasa o dudosa legalidad), como Berlusconi ha logrado constituir un poder tal; y que esto le permite manipular y definir las decisiones del Gobierno (a través del Parlamento), según sus intereses y conveniencia. Un ejemplo de ello es la Ley Alfano (la versión "actualizada" de la Ley Maccanico-Schifani, declarada finalmente inconstitucional), promulgada en julio de 2008, que establece que los cuatro mayores dirigentes del Estado, el presidente de la República, el primer ministro y los presidentes de la Cámara de Diputados y el Senado, no pueden ser juzgados por ningún delito no relacionado con su cargo mientras permanezcan en el gobierno.

En Italia, es frecuente que periodistas, en las más dispares condiciones laborales, realicen huelgas generales para protestar contra la concentración de medios de comunicación y las presiones del primer ministro; el cual, aseguran, gracias a su cargo controla también a la RAI. La consigna de las movilizaciones suele ser “a favor la defensa de la libertad y la independencia de la información”.

Umberto Eco alertaba, ante las inminentes elecciones italianas, en un artículo publicado en el 2001 que: “ante una victoria del Polo (partido de Berlusconi, y victoria que, efectivamente, se consumó) el mismo dueño sería propietario de las 3 cadenas de televisión y controlaría políticamente las otras 3, y las seis cadenas nacionales de televisión son más importantes, de cara a la formación de la opinión pública, que todos los periódicos juntos”. Pues bien, Berlusconi es propietario de las tres cadenas televisivas privadas (la red Mediaset) y, desde su cargo de jefe de Gobierno, ejerce el control de la radiotelevisión pública RAI. A modo ilustrativo, sirve acotar que Berlusconi declara, a través de ellas, que “la Ley Alfano es el mínimo que una democracia puede hacer para defender su libertad”.

Eco dedica esa sección de su libro a desmenuzar cuestiones que se resuelven a través del cruce entre el dinero, la política y los medios. Entre otras cosas, en él se pronuncia el hecho de que Berlusconi haya entrado a la política (como dueño ya de las tres principales cadenas privadas no tuvo problemas para atraer la simpatía de la mayoría de los votantes) para, mediante la creación de ciertas leyes (como la mencionada), evitar ir a la cárcel (a raíz de investigaciones que lo vinculan con la mafia, y de otras regularidades en su camino a hacerse millonario); o para lograr la definitiva imposición de su cadena Mediaset, sobre la RAI. Como se dijo, a ésta última la interviene políticamente (Eco dice, en un artículo fechado en mayo de 2002, que: “hoy el jefe de gobierno ordenó al consejo de administración y al director general de la RAI el despido de periodistas renuentes, por así decirlo, a adularlo). En el mismo año, un programa de debate de gran audiencia en la RAI fue suspendido debido a sus críticas al primer ministro.

Contra esto se revelan los periodistas italianos, que han sido despedidos sin pretextos ni miramientos, por no coincidir políticamente con las ideas del régimen; y han visto también, muchas veces obstaculizadas sus oportunidades de conseguir un nuevo empleo.

Por otro lado, en relación a Italia, señalar que FASTWEB es el principal operador alternativo en telecomunicaciones de banda ancha sobre red fija, y el segundo mayor operador de telefonía fija en aquél país. Es la empresa italiana líder en proveer servicios Triple Play, a través de la tecnología IPTV (opera en más de 110 áreas metropolitanas). Su red puede utilizarse para la distribución de servicios de video en cualquier formato: difusivo (por ejemplo, la TV tradicional), multicast (por ejemplo, TV paga o Pago por evento) y también unicast (por ejemplo, Video-on-Demand y TV interactiva). Dado

que, si bien en un momento Mediaset intentó comprar la empresa no pudo hacerlo, su existencia se convierte en un mínimo resquicio para la circulación alternativa de información (aunque poco puede hacer ante un gobierno-empresa de un tamaño como el que existe en su país).

El otro caso interesante al que atender es España. Uno de los fenómenos que enmarcan todas las situaciones analizadas en este trabajo es, como se apuntó al comienzo, la mundialización (con la formación de empresas internacionales que se instalan y operan en todo el mundo). Pues bien, España, en lo que aquí toca, es un caso de singular atracción. Allí, en tanto intenta conseguir el permiso en México para ofrecer Triple Play, Telmex (con Slim a la cabeza) busca ingresar al mercado de servicios integrados de telefonía, Internet y televisión. Por ello, el dueño de la segunda fortuna más grande del mundo, ha manifestado su interés por negociar una posible adquisición de Ono (empresa española de telecomunicaciones, con casi 2 millones de clientes y una red que alcanza los 6 millones de hogares). A criterio de la compañía mexicana, su interés por el mercado español se motiva en que es allí donde tienen más fortaleza y experiencia (hace 3 años Telmex contendió en él por una licitación de telefonía celular, que no ganó). Telefónica, empresa ibérica que compite con Telmex en América Latina, también ha hecho pública, en diversas oportunidades, su negativa de que el grupo de Slim ingrese en cualquier sector del mercado español; e instan a las autoridades a no permitirlo.

(Muy bien.)

#### **Ftes.**

(S/D) (2008). "Slim busca en España el Triple Play que no logra en México". En: *El Semanario*. Sección: Lo último. 7 de noviembre. Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2008.

Venpres (2008). "Periodistas italianos protestan contra poder mediático de Berlusconi, dueño de 3 cadenas de TV". En: *Aporrea.org*. Sección: Actualidad. 10 de junio de 2003. Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2008.

Venpress (2008). "Berlusconi: la televisión al poder". En: *La Haine*. Sección: Internacional. Fecha de consulta: 7 de noviembre de 2008.

Asociación de Ingenieros de ETB (2008). IPTV, mejores prácticas en el mundo, Cap. 5. IPTV en el mundo, para comunicación y entretenimiento. Colombia. Elipse. Link:

”Eclipse, “IPTV, mejores prácticas en el mundo”.

**Eco, Umberto** (2007). A paso de Cangrejo, Cap. 2. Por quién doblan las campanas. Llamamiento 2001 a un referéndum moral. Buenos Aires: Debate.

**Eco, Umberto** (2007). A paso de Cangrejo, Cap. 2. Nosotros y los Extranjeros. Buenos Aires: Debate.

(Muy bien las fuentes.)

---

2

Información de regulaciones a la información, y sus efectos

**Copete** Las consecuencias de las restricciones a la información, en la medida que devienen claves para la vida política y social de los individuos, han sido objeto de estudios de innumerables trabajos y autores a lo largo de la historia y lo ancho del globo. Aquí, algunos sitios, de destacado interés, para entender algo más de las implicancias que puede generar el hecho de que sea un grupo (interesado, motivado) quién disponga y decida qué información circula. (Muy bien)

### Texto

- Grupo Convergencia Portal especializado en noticias de telecomunicaciones. Se encuentra tanto la última información vinculada a las mismas, como las novedades concernientes a la realidad y la existencia de las empresas que las proveen. Pueden consultarse mapas, datos y entrevistas. En síntesis: noticias y negocios del sector telecomunicaciones, redes corporativas y pymes.
- Secretaría de Medios de Comunicación Link a la página, del portal de esa secretaría, en la cual están enumeradas (con sus correspondientes links) todas las leyes que conforman, en Argentina, la regulación oficial respecto a la radiodifusión. Clave para entender la situación Argentina, los reclamos e intereses de las empresas y las posibilidades de éxito de las mismas.
- La Libertad en el Derecho a la Información Extracto on-line del libro “Manual de Derecho de la Información”, de David Ortega Gutierrez. Gran cantidad de conceptos (autocensura, incidencia de la información en la formación ciudadana, derecho a difundir opiniones, etc.) vitales para entender la profundidad y complejidad del conflicto escrutado a lo largo del Ts.
- Microsoft, una empresa por encima de las reglas Artículo periodístico, no noticioso. En este caso, publicado en un blog (de la materia “Taller de introducción a la Telemática y el Procesamiento de Datos”, carrera de Comunicación Social, U.B.A; a cargo de Ricardo Beltrán). Analizando el caso del intento de imposición de un formato, cuestiona a Microsoft como una empresa “que siempre ha vivido al margen de las reglas”. Adecuado para darle concreción a uno de los vectores teóricos (empresas que exceden la legislación) desandados en el Ts.

- Tipos de Mercado Documento en PDF, parte de la bibliografía obligatoria de la materia Economía, para el plan académico de UBAXXI, de la Universidad de Buenos Aires. Elaborado por dos docentes de esa cátedra, resulta una didáctica, sucinta y clara explicación sobre los términos y las condiciones indispensables para un correcto funcionamiento de los mercados; a la vez que una taxonomía de los mismos.
- Democracia, poder y medios de comunicación Blog cuya temática refiere a todos los contenidos y noticias de los tres tópicos en cuestión. Su autoría responde a Saúl López Noriega; abogado mexicano, quien trabaja y medita sobre las propiedades de la democracia liberal y la relación de éste sistema con el poder y los medios masivos. A diario se suben noticias y hechos vinculados a éstas cuestiones.
- La pelea por las redes Link a un artículo periodístico. En la nota, publicada en Página 12 en septiembre de 2008, hay un panorama general de la disputa que, en Argentina, presentarán, por las redes comunicacionales, en los próximos meses los principales actores del mercado, y los que aspiran a serlo. A pesar de su generalidad, es precisa y no está redactada en forma muy técnica, lo que facilita su llegada y su comprensión para todo tipo de público.
- Las claves ocultas en el acuerdo entre Telefónica y el Gobierno Noticia, también de Página 12, que analiza y escudriña algunas supuestas conexiones detectadas entre la empresa española y el Gobierno Nacional. Su pertinencia, en la lista, tiene una doble justificación: echar luz sobre algunas de las formas que toman los negociados entre gobiernos y empresas; a la vez que entender, desde la posición en que cada actor queda ubicado tras lo comentado en la noticia, como puede incidir esto en las futuras decisiones del Gobierno acerca de la regulación en el Triple Play.
- Entrevista a Umberto Eco: “Media Studies” El novelista italiano, Umberto Eco, ofrece una entrevista al The New York Times donde habla sobre el poder de los medios, su relación con la política y Berlusconi. A través de conceptos suyos, como el de “populismo mediático”, analiza la intersección entre los grupos multimedia y la opinión pública, y sus efectos sobre los gobiernos y las democracias. Está en inglés.
- Triple play: El caso Telecentro Link para nota periodística, en este caso de la publicación InformationTechnology. Como en su propio copete se expresa, la nota versa sobre la naturaleza de la tecnología; para quién está pensada; donde se utilizará y sus beneficios y desventajas. También hay opiniones de usuarios respecto de todo ésto.  
(¡EXCELENTE!)

**Ftes.** Todo lo que compone el texto es, al mismo tiempo, su fuente.

---

2

“La carencia de legislación nace de la carencia política”

### **Copete**

Diego Damian Rossi es licenciado en Comunicación Social (U.B.A), maestrando en Administración y Políticas Públicas (Universidad de San Andrés). Se desempeñó como director de Comunicación Social en la Municipalidad de San Frenando (1995-2001), y luego en diversos cargos vinculados a la Planificación y Control de Gestión en la Provincia de Buenos Aires y el Municipio. Publicó diversos trabajos sobre la relación entre políticas de comunicación, ciudadanía y restricciones a la democratización de

medios.

Daniela Arias es Abogada. Egresada de la Universidad de Buenos Aires, es especialista en Derecho Laboral, y, dentro de éste, en Derecho Contencioso Administrativo.

### **Texto**

Según Diego Rossi, licenciado en Comunicación Social, es un error intentar defender el bien común (por ejemplo, tutelar el derecho a la información), a través de decisiones e intervenciones sobre el mercado. El bien común constituye un valor autónomo y, como tal, su custodia debe buscarse y realizarse mediante otros instrumentos. A continuación, indaga sobre este y otros temas.

### **¿Cuál es su posición respecto a la fusión de Cablevisión-Multicanal? ¿Afecta de alguna manera el área de mercado respectiva?**

Bueno, hay un muy alto grado de concentración. En la situación actual, la fusión genera una primacía, que, en la Ciudad de Buenos Aires, genera un oligopolio que roza el monopolio. A mi me gustaría saber qué argumentos políticos (ni siquiera digo los legislativos) tenemos, hoy, para tener que soportar tal nivel de concentración.

### **¿Dónde comenzar a buscar los causales de esa ‘situación actual’?**

Falta una política seria y, a consecuencia, puede faltar ley. No está claro el objetivo hacia el que vamos en materia de regulación de los medios en el país. Así no se puede gobernar. No se puede legislar todo por decretos, resoluciones y golpes de timón. La carencia de legislación es, ante todo, una carencia política. En lo que aquí nos referimos, que es el caso de los cable-operadores, la cuestión gira alrededor de cierta vulnerabilidad de éstas empresas frente a la caída de la convertibilidad. Cuando la deuda se volvió tan pesada, podemos sospechar que hubo algún negociado de parte de cierto grupo dirigente de Cablevisión, para impedir la entrada de fondos buitres y darle tiempo a Clarín de comprar la empresa. Pero es la falta de un plan que lleva a la vulnerabilización. Cuando una empresa está en riesgo por, entre otras cosas, la precariedad institucional, si se la deja quebrar se acarrea consecuencias (despidos, usuarios sin servicio, etc.); entonces, ante una ‘quiebra ordenada’ aparecen ciertos grupos más poderosos para comprar y aprovechar la oportunidad de fortalecerse. **(NdR: Resulta interesante comparar estas declaraciones con lo manifestado por Vila, en el último párrafo del Ts5)**

### **¿Qué debería hacer el estado para tratar de encauzar la situación en rieles que no desemboquen en circunstancias como las recién señaladas?**

La cuestión pasa por definir qué se quiere; si fortalecer un nicho donde los canales de cable puedan promover producciones locales (como pasó en los '90, cuando había cerca de mil canales de cable privados) o fortalecer un grupo de cable nacional que pueda dar competencia al extranjero (en este caso las telefónicas). Tras la elección de base, y sujeta a un programa nacional, recién pueden definirse cuestiones secundarias. Pero estando las cosas como hasta ahora, se trata de elegir entre dos males el menor. Ante la falta de legislación, el estado se ve obligado a debatirse entre opciones indeseables, como tomar medidas que beneficien o perjudiquen de uno u otro grupo. Y, a la hora de elegir, habría que considerar cuál de esos grupos se acerca más al bien común (y este criterio se basa en la premisa “de dos males el menor”).

### **La nueva ley de radiodifusión, por ejemplo, ¿A favor de quién saldrá?**

Es que quizás la decisión no sea “a favor de un grupo”, y haríamos mal en interpretarlo así; sino que se considera la mejor para todos. Lo lamentable es que deba protegerse el bien común mediante la protección de la competencia. El estado debe tener para ello un plan propio y tomar decisiones (ya que las empresas, por definición, no persiguen el bien común sino su propio beneficio). El interés general debe defenderse, ante todo, desde una estrategia de país, y sólo después mediante la defensa al consumidor o la regulación del mercado, que son instrumentos secundarios. No puede depender del mercado la pervivencia de la democracia.

### **En líneas generales, ¿hay hoy una mayor tendencia a una convergencia empresarial y de actividades que en otras épocas?**

Puede ser. Hoy lo que hay es una globalización de los vínculos de las empresas. Es muy difícil ser el baluarte de una compañía del ámbito local; y más si te cerrás. Es necesario integrarte, asociarte, obtener ciertos contenidos para mantener una programación atractiva, alcanzar los estándares de tecnología...

### **¿Y eso es malo o es bueno?**

Ni bueno, ni malo... (Piensa) O sea, es entendible que haya ciertos niveles de concentración, y hasta aconsejable. Lo importante es saber adónde ponemos la vara (hasta dónde esto es tolerable para congeniar poder sobrevivir en el mercado global sin que esto genere la adquisición de un poder desmedido). Pero las fusiones o asociaciones son inevitables, y hasta necesarias.

### **¿Y si estas fusiones son entre las empresas encargadas de mantener circulando, por decirlo de algún modo, el ‘capital simbólico de la sociedad’? ¿Se introduce otra**

**variable?**

Claro. A las empresas mediáticas, por su naturaleza, no puede tratárselas como a las otras, sino que hay que tomarlas como empresas con un valor simbólico sensible, dada su capacidad de construir sentido. Porque es imposible, para un gobierno, sentarse a discutir sobre un tarifa plana con una empresa que tiene una posición dominante muy fuerte, y sin una tarifa moderada mucha gente queda relegada. Por ello es que digo que lo que hay que reconstruir es la solidez institucional y constitucional. Es necesario tener reglas y leyes claras.

**¿Cómo quedará el escenario una vez que salga ley de radiodifusión de la que hablábamos hace un momento?**

Mi pregunta es al revés; qué va a pasar sí (como, desde mi parecer, ocurrirá) no podemos, a diferencia de lo que la gente opina, sancionar la ley a fin de este año, o en el año que viene. Eso sí va a favorecer a los grupos existentes. Cualquier 'no-regulación' favorece más a los incumbentes que a los entrantes (sobre todo con el decreto 527/05 de por medio, que le prorrogó por diez años las licencias a todos los grupos audiovisuales). Más en Argentina donde, por sus singularidades, los grupos dominantes son Telefónica y Telecom. De no definirse y sancionarse la ley, la convergencia será aún mayor. Pero por otro lado, vuelvo a repetir: se elige entre dos males. Si impedimos a las telefónicas, crece el cable y, por uno u otro lado, nos terminan abrochando.

**¿Debería costar tanto definir, aunque sea tardíamente, una política para la regulación de los medios más o menos idónea?**

Sucede que lo audiovisual y las telecomunicaciones son los puntos más difíciles de la política pública, entendiendo los sectores en juego y la vulnerabilidad de los actores. Esto no debe alarmar. Lo que a mí me preocupa es que la gente no entienda eso, porque entonces no se compromete, y sigue creyendo que con un tarifa plana y barata de Internet y fútbol gratis se satisfacen nuestras necesidades de información y pluralismo.

**¿Hay que defender el pluralismo?**

Hay que defender un pluralismo razonable (ni uno liberal a ultranza ni uno ideologizado) y la diversidad, que son dos cosas distintas. Pluralismo es que haya una cantidad de voces y representaciones distintas en lo audiovisual. Diversidad es que no pueda existir un solo grupo gestionando los medios. Pero esto no son más que los valores democráticos traducidos a la economía y la política.

**¿Se defiende un 'pluralismo razonable' con licencias y prórrogas como las que**

### **actualmente rigen en nuestro país?**

Es que los gobiernos duran 4 años, y las licencias mucho más. Yo no digo que las licitaciones deberían terminarse con cada gobierno (porque esto llevaría, entre otras cosas, a que ninguna empresa invierta), pero una licitación de 10 años, y con prórroga (como las que establece el decreto 527/05), es mucho tiempo. Eso es patear la pelota muy para adelante, quizás para quedar bien parado frente a algún grupo o conseguir algo de oxígeno político, pero a veces a costa de sacrificar el interés general. Pero volvemos a lo mismo: la falta de un programa político trazado, impide hallar cualquier equilibrio.

A continuación, las respuestas más destacadas, ante un itinerario de preguntas semejante al presentado a Rossi, de la entrevista a la Dra. Arias. Resultan relevantes tanto al atender a la especialidad, dentro su actividad, a la que Arias se dedica, como al establecer puntos de coincidencia con las ideas de Rossi.

### **¿Cuál es su posición respecto a la fusión de Cablevisión-Multicanal? ¿Afecta de alguna manera el área de mercado respectiva?**

El monopolio, por definición, no es malo. Sólo podría entenderse que posee efectos negativos cuando su instrumentación torna irrisorios, o directamente viola, o vulnera, los derechos de terceros afectados por el servicio específico. En cuanto a si afecta, o no, el área de mercado respectiva, es una apreciación que depende sólo de la instrumentación de la fusión y de los controles existentes por parte del respectivo ente regulador.

### **¿Existe una mayor tendencia hacia la convergencia que en otras épocas?**

No estoy familiarizado con el concepto de convergencia. Si lo que plantea es la existencia, o posibilidad, de fusiones empresariales, entiendo que se presenta como una consecuencia de la búsqueda de competitividad en los distintos niveles de la realidad económica y social.

(Esta pregunta no está bien. Es obvio que hay una mayor tendencia a la convergencia.)

### **¿Hay un monopolio mediático establecido, o riesgo de que se esté gestando uno?**

Resulta imposible, de acuerdo a la regulación actual y al marco constitucional imperante, que existiera en la Argentina una centralización en los medios de

comunicación. Si así ocurriese, el único responsable sería el gobierno de turno que, va de suyo, actuaría en contra del espíritu articulado en la Constitución Nacional.

**¿Considera importante defender el pluralismo y la diversidad de voces en los medios de comunicación?**

Creo que la excesiva regulación y, a veces, las medidas presuntamente adoptadas como “defensas del pluralismo”, no son más que ‘venganzas’ a opiniones disímiles al gobierno de turno. El tema de las regulaciones es ya excesivamente riesgoso y delicado por sí mismo.

**¿Considera importante lo anterior en relación a la defensa de la democracia, y pensándolo desde la diversidad de sentidos que permiten construir una opinión personal y propia?**

No. La defensa de la República se encuentra plasmada en la propia Constitución Nacional, y, a los efectos de la construcción de opiniones, lo único viable es una buena educación. Sostener lo contrario se asemeja a manipulaciones gubernamentales disfrazadas de ‘pluralismo’, y manipulaciones empresariales, o de grupos económicos, camufladas bajo la defensa de la libertad de expresión.

**Conclusiones:**

Tras lo indagado y estudiado con detenimiento en este trabajo es posible, como conclusión, buscar una explicación al fenómeno de la convergencia desde dos ejes. Por un lado, en función de los movimientos que se generan como consecuencia, inherente, de la propia lógica capitalista (la cual provoca una mundialización empresarial, que es solidaria, a su vez, con la búsqueda de las compañías por mantener la tasa de beneficio). Por el otro, el desarrollo de la tecnología, que tuvo, a su vez, dos efectos fundamentales en todo el sistema: generó el abaratamiento de ciertos productos (como el costo en las llamadas de larga distancia), lo que llevó a que las empresas buscaran otros medios para mantener sus márgenes de beneficio; y dio lugar a una convergencia tecnológica que, de suyo, también promovió la confusión (si a través de Internet se puede dar telefonía, las telefónicas pierden sus usuarios –que pasan a ser clientes de la empresa de Internet-, por lo que las telefónicas deben –nuevamente- buscar compensación). Ambos ejes devinieron en una fusión de distintos mercados (antes heterogéneos); confundándose sus límites, sus actividades y, finalmente, sus usuarios.

Algunas observaciones finales:

A) Según Wolton “la aldea global es la mejor garantía del liberalismo económico, en el sentido de que corresponde al sueño de un mercado mundial liberado de reglas inútiles, principalmente nacionales”. Pues bien, de cruzar esto con el párrafo anterior, puede convenirse que ese mercado (que es el mundo) está disolviendo, en algunas áreas, sus límites internos (generando sectores de competencia que engloban actividades antes diferenciadas). Por otra parte, cruzarlo con las ideas que desarrolla Villada en su texto, da lugar a una reflexión: para que esa mundialización no se vuelva en contra (al menos en lo referido a las telecomunicaciones), se debe intentar evitar que en la ‘aldea global’ de hoy exista una carencia total de regulaciones. Más bien promover que cada *choza* fije las reglas que más convenientes le resultan; pero sin ignorar, por ello, el interés general. Dado que la convergencia parece inevitable (y nuclea países y regiones enteras), lo más sensato parece elaborar legislaciones, internacionales, independientes pero complementarias (que persigan fines comunes).

B) Es posible buscar anclaje al irrefrenado desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información en la concepción, de Flichy, que subyace a su frase: “ninguna tecnología es inocente”. Entendiendo que toda tecnología está atravesada, incidida e impulsada por intereses políticos y económicos y por las decisiones que de ellos derivan, puede vislumbrarse, sin mayor esfuerzo, una de las causas en las que fundamentar ese desarrollo. Sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XX, el avance de la informática, la telemática y otras formas de procesamiento y almacenamiento de datos, permitieron desarrollar tecnologías y dispositivos que se mostraron, desde el comienzo, sumamente idóneos y funcionales para sustentar una nueva economía a nivel global. Economía que, teniendo como pilar la doctrina capitalista, demandaba una mundialización empresarial, que volviese viable una constante expansión hacia nuevos mercados (condición que el capitalismo tiene como base).

C) Ricardo Beltrán, en “El riesgo de una Internet discriminadora” (aunque lo hace con otros fines, ya que él indaga en la discusión que versa sobre la necesidad de una regulación que impidiera, a los propietarios -empresas privadas- de la red de redes, controlar los contenidos que por ella circulan), plasma muy bien la trascendencia y las repercusiones que puede acarrear la singular fusión entre las condiciones de mercado y los medios de comunicación (en tanto esas son, citando a Rossi, empresas que ‘construyen opinión’). En palabras del propio Beltrán: “La pérdida de neutralidad en un mercado de comunicaciones oligopólico como el que prevalece en la mayoría de los países, sólo favorecerá a los grupos más concentrados de la economía, en detrimento del pluralismo”.

D) Dice Umberto Eco, en su libro “A paso de Cangrejo”: “a nadie le gustaría despertarse una mañana y descubrir que todos los periódicos, incluidas las publicaciones semanales y mensuales, pertenecen al mismo propietario y reflejan inevitablemente sus opiniones. Nos sentiríamos menos libres”. Y que, “cualquier persona que pudiese controlar de hecho todas las fuentes de información de su país, ni

aún siendo un santo podría evitar la tentación de administrarlo según la lógica que impondría su sistema y, aunque hiciera todo lo posible por huir de esa tentación, el régimen de hecho sería administrado por sus colaboradores. En la historia de ningún país no se ha visto nunca que un periódico o una cadena de televisión inicien espontáneamente una campaña contra su dueño”.

Sólo agregar algo repetido: el mercado de los medios no es como cualquier otro. Siguiendo a Rossi, tiene un “valor simbólico sensible”. Hay que tener esto presente al diseñar sus regulaciones.

E) Finalmente, lo que en el viejo (y aún actual) modelo eran luchas por el control de los servicios de redes de datos, telefonía y cables de televisión (como áreas de competencia distinta), se convierten, tras la convergencia, en las peleas por contenidos, estrategias de mercado y nuevas aplicaciones. Sin embargo, aún ante una diversidad en la producción de contenidos, siempre serán los dueños de la plataforma (o la cadena), quienes decidan si se transmiten. Mucho poder para que sea de unos pocos.

Y en lo **tocante (¿tocante?)**, dentro de estas macro-conclusiones, específicamente a la batalla por el Triple Play y a las luchas (entre empresas o entre empresas y el gobierno) y las fusiones (entre compañías o entre compañías y el gobierno) que éste genera, pareciera sensato suscribir al pensamiento de Rojo Villada. Y Hacerlo es reconocer la trascendencia vital que tiene, para un eficaz y transparente discurrir de la democracia y de las libertades (y derechos) mencionadas, una regulación neutral, competente y planificada de los medios. Aventurando sobre las consecuencias de que esto no se diera así (y llevando esta suposición al límite, con fines analíticos), vemos que un mercado completamente des-regulado y librado a la suerte de la lógica capitalista, sólo puede generar el beneficio de algunos y la exclusión del resto. En un marco semejante, una empresa de mayor poder siempre absorberá (por diferentes medios y estrategias) a las de menor peso y, si sólo existe la ley de ‘el pez grande se come al más chico’, terminaría, en el gran océano de los medios, nadando solamente un tiburón que no permitiría la inmersión de ninguna sardina que piense distinto.

**(Muy linda tu conclusión. Tiene peso teórico, análisis y elaboración propia. TE FELICITO POR EL TRABAJO. Demostraste mucho interés, compromiso y esfuerzo durante todo el proceso. Creo que tenés condiciones para ser un muy buen comunicador y que, si esta mirada analítica y crítica la aplicás en todas tus investigaciones, vas a seguir creciendo en la profesión.)**

**Ftes.**

**Eco, Umberto** (2007). A paso de Cangrejo, Cap. 2. Nosotros y los Extranjeros. Buenos Aires: Debate.

**Wolton, Dominique** (2007), *Pensar la comunicación*. Prometeo, Buenos Aires.

**Beltrán, Ricardo** (2008) “*Telecomunicaciones y Convergencia*”. Mimeo. Documento de cátedra.

**Beltrán, Ricardo** (2007) “El riesgo de una Internet discriminadora”. En: Observatorio 5 - Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

**Rossi, Diego** (2008). Entrevista. Buenos Aires.

**Arias, Daniela** (2008). Entrevista. Buenos Aires.