

MERCADO E POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN NO BRASIL E NA ARXENTINA (2000-2005) NUNHA PERSPECTIVA HISTÓRICA

CÉSAR RICARDO BOLAÑO SIQUEIRA
Departamento de Economía (DEE)
Centro de Ciencias Sociais Aplicadas (CCSA)
Universidade Federal de Segipe (UFS)

Recibido: 8 de marzo de 2005

Aceptado: 25 de maio de 2005

Resumo: Neste artigo presentaranse algúns elementos do marco –bastante máis complexo– dos sectores audiovisual e das telecomunicacións no Brasil e na Arxentina, sobre todo desta última, xa que información máis detallada sobre o caso brasileiro pode atoparse en textos da miña autoría e que son citados na bibliografía. Tamén se analizarán outros elementos vinculados co tema da política externa brasileira en materia de comunicación, dos acordos do Mercosur sobre a cultura e do debate sobre a crise dos medios de comunicación nos dous países a partir do ano 2002. Estas dúas partes conxuntamente facilitan os elementos necesarios para reflexionar sobre os camiños da converxencia e da diverxencia –económica e política– nos sectores audiovisual e das telecomunicacións no Mercosur.

Palabras clave: Economía política / Comunicación / Cultura.

MARKET AND POLITICS OF COMMUNICATION IN BRAZIL AND ARGENTINA (2000-2005) IN A HISTORICAL PERSPECTIVE

Abstract: In the first part of this article, it will be presented some contextual elements of the much more complex television and telecommunications sectors, in Brazil and Argentina, privileging this last one, in the measure that more detailed information on the Brazilian case can be found in texts of mine, referred in the bibliography. In the second part, some other elements will be raised, linked this time to the themes of Brazilian communication external politics, the Mercosul agreements on culture and the debate on the 2002 crisis of the media in the two countries. In its ensemble, the two parts give central elements to think about the Mercosul convergences and divergences of economics and politics in audiovisual and telecommunication sectors.

Keywords: Political economy / Communication / Culture.

1. INTRODUCCIÓN

No Brasil o ano 2002 foi importante para o mercado da comunicación. No sector das telecomunicacións iníciase a segunda fase do proceso de reestruturación mentres que no da radiodifusión é aprobada –co apoio da inmensa maioría dos partidos políticos, incluído o PT, nese momento aínda na oposición– a emenda constitucional que abre a posibilidade de que o capital estranxeiro participe no país nun máximo do 30% da propiedade das empresas do sector de comunicación. Como contrapartida, tras unha década de loita do Fórum Nacional pola Democratización da Comunicación, constituíuse finalmente o Consello de Comunicación previsto na Constitución do ano 1988. Pero o aspecto fundamental da aprobación da lei do capital estranxeiro reside no feito de ser unha reacción á crise do sector. En realidade,

a partir do ano 2002 vívese unha situación de crises simultáneas que fan as áreas máis movedizas: crise das telecomunicacións de ámbito global tras a conclusión dos procesos de reestruturación na maioría dos países, continuidade da crise de internet e crise de financiamento da televisión brasileira no mesmo momento no que se discute a cuestión da televisión dixital.

O caos económico ao que se enfrontaba a Arxentina nese momento empuxa tamén ao sector a unha profunda crise cando o país entraba na segunda fase do proceso de reestruturación (de liberalización) das telecomunicacións e no que se prevía a entrada en condicións vantaxosas do principal grupo de comunicación do país no sector máis importante do negocio das telecomunicacións, respondendo á entrada no mercado de televisión de Telefónica, para quen as telecomunicacións arxentinas representaron unha base interesante para tomar posicións no Mercosur, mentres non despegaba a privatización brasileira, que tamén acabou por beneficiala. Pero a crise botará por terra as pretensións do grupo Clarín e o debate público, mentres que no Brasil se aparcará o tema da reestruturación e volverase cara ao do salvamento das empresas de comunicación afectadas pola crise.

Xustifícase tamén unha análise comparativa, aínda que preliminar como a que se pretende realizar aquí, dos sistemas de comunicación, en particular das telecomunicacións e sobre todo do audiovisual –dous dos maiores partícipes do Mercosur–, en función da necesidade de retomar o vello debate sobre o servizo público e a universalización da esfera pública á luz do cambio estrutural que está tendo lugar no mundo e que, en realidade, é a base da crise actual. Polo que respecta ao modo de regulación do audiovisual, o Brasil e a Arxentina, por exemplo, adoptan o sistema comercial, dispoñendo ambos os dous dun sector público máis ou menos importante pero sempre minoritario. No caso brasileiro cabe mencionar tamén as consecuencias da lei da televisión por cable, que incorpora importantes avances na organización do sector, como a obrigatoriedade de canles lexislativas, comunitarias e universitarias, que poden ser a base, xunto coa radiodifusión educativa tradicional e coas radios comunitarias, dun sistema alternativo importante para a propia consolidación da democracia.

Cómpre ter en conta, ademais, que o Brasil e a Arxentina –xunto con México, Venezuela, España e Portugal– teñen unha responsabilidade maior na constitución da grande área xeolingüística e cultural iberoamericana –á que se poden sumar os países africanos que teñen como lingua oficial o portugués, PALOPS, e outros– e que, xa que logo, un modelo puramente comercial como o que existe de forma tan masivamente hexemónica nos nosos países sitúanos nunha posición de total e absoluta desvantaxe, como saben os europeos e os canadenses, empeñados en construír unha alternativa fronte ao predominio da cultura de consumo norteamericana. Nese sentido, a crise dos medios de comunicación no Mercosur parécenos prometedora, ao desmontar o prepotente capital cultural nacional, obrigado a humillarse ante o poder simbólico da cultura popular brasileira (ou arxentina) no momento en que se

ven obrigados a pedir diñeiro ao Estado para salvarse das consecuencias da súa soberbia.

Na segunda parte deste artigo presentaranse algúns elementos do marco –bastante máis complexo– dos sectores do audiovisual e das telecomunicacións no Brasil e na Arxentina, sobre todo desta última, xa que información máis detallada sobre o caso brasileiro pode atoparse en textos da miña propia autoría e que son citados na bibliografía. Na terceira parte serán analizados outros elementos vinculados co tema da política externa brasileira en materia de comunicación, dos acordos do Mercosur sobre a cultura e do debate sobre a crise dos medios de comunicación nos dous países a partir do ano 2002. O que articula as dúas partes é o feito de que estas, conxuntamente, facilitan os elementos necesarios para reflexionar sobre os camiños da converxencia e da diverxencia –económica e política– nos sectores do audiovisual e das telecomunicacións no Mercosur. A única xustificación para non incluír aos demais países da rexión é de carácter puramente práctica, en relación coa facilidade das fontes de información, xa que a investigación de base para este artigo foi realizada polo puro voluntarismo do autor, “*with a little help from his friends*”, e polo seu amor á “Gran Patria”.

2. O MERCADO

Os economistas trataron insistentemente o tema das externalidades, entre as cales, na perspectiva dunha economía política crítica da información, da comunicación e da cultura, debe dársele unha especial importancia á cuestión do coñecemento e da diversidade cultural. O sector do audiovisual é un bo exemplo diso.

“La expansión y diversificación de nuevas opciones audiovisuales (televisión digital, todas las modalidades de televisión de pago, DVD, etc.), que han sido posibles por la digitalización, está trayendo ya nuevas demandas de productos culturales audiovisuales. Los países latinoamericanos deben generar la capacidad para cubrir una parte importante de esa demanda en el interior de cada uno, a fin de no tener que cubrirla principalmente en los mercados externos. Para que se genere la competitividad externa se necesita crear un ambiente competitivo interno” (Sánchez, 1999b, p. 43).

O problema é xustamente o de crear ese ambiente nunha industria tradicionalmente concentrada. A análise de Enrique Sánchez a este respecto sobre o caso mexicano encaixa como un guante no Brasil: *“Se puede argumentar, y con razón, que Televisa es un gigante «global» de la industria... Sin embargo, una empresa no necesariamente constituye –o debe constituir– todo un sector económico. Ni el monopolio ni el duopolio –como el que actualmente predomina en la televisión mexicana por aire– son estructuras de mercado que conduzcan al desarrollo de múltiples opciones de producción y distribución de los bienes culturales, por las «barreras de entrada» que se imponen a posibles nuevos competidores... Para*

conformar un sector audiovisual pujante se requiere el desarrollo de una estructura competitiva; sí, quizás a partir de algunos pocos consorcios fuertes, pero también y principalmente de un buen número de empresas independientes que compitan entre sí y con las grandes por los diferentes segmentos del mercado” (Sánchez, 2000, p. 83)¹.

A conclusión é a seguinte: “México necesita generar una mayor competencia en el interior del país, en la producción y en las posibilidades de transmisión/distribución/exhibición del audiovisual, para lograr mayor competitividad internacional por parte de sus industrias culturales audiovisuales, especialmente para conseguir una posición de relativa mayor equidad en los intercambios con el vecino del norte, como intenta hacer desde hace tiempo el otro socio «menor»: Canadá. Esto implica que se deben multiplicar las empresas televisivas y cinematográficas. Se debe propiciar que más compañías y grupos concurren a la producción de programas y películas, independientemente de las que se encargan de la distribución/transmisión/exhibición, tal y como ocurrió históricamente en Estados Unidos y se está buscando que suceda en la Comunidad Económica Europea y en Canadá. La competencia y la competitividad, suponemos, podrían tender a elevar la calidad y quizás la variedad de géneros con los que se podría contener en los mercados, por los públicos internos y externos. Pero esto también podría significar un proceso de desconcentración y descentralización de un potencial recurso de poder como son los medios de difusión. Esto significa la posibilidad de creación de redes regionales y empresas locales de producción en la provincia mexicana que, sin soslayar la potencial riqueza cultural que nos puede llegar por la vía del componente importado de la programación televisiva y cinematográfica, partan de y refuercen la riqueza cultural y las identidades internas: locales, regionales y nacionales. Deben instrumentarse políticas que generen un sector audiovisual competitivo hacia el interior en el que, de ser posible, se separen las fases de producción, distribución y exhibición, y también competitivo hacia el exterior. Por otra parte, tales políticas públicas deben anticiparse a las fuertes tendencias hacia la convergencia tecnológica y económica” (ídem, p. 85).

Cito este longo fragmento porque está perfectamente de acordo coa perspectiva que veño defendendo para o caso brasileiro. Tomemos a cuestión dos cambios estruturais polos que pasan as telecomunicacións e polos que está pasando o audiovisual. Os procesos chamados de non regulamentación, a privatización das telecomunicacións e o profundo cambio estrutural dos dous sectores centrais no Brasil aínda non foron adecuadamente analizados na perspectiva dunha traxectoria tecnolóxica

¹ “Por ejemplo, en Estados Unidos, las 7 «grandes» empresas productoras del audiovisual, agrupadas en la Motion Picture Association of America (MPAA), compiten por los mercados tanto nacionales como internacionales con las más de 130 compañías «independientes», agrupadas en la American Film Marketing Association (AFMA)... También en el [plano] de la distribución... hay bastante mayor competencia en Estados Unidos que en México. Por ejemplo, hay por lo menos cuatro grandes redes («networks») de televisión abierta (Fox, CBS, ABC, NBC), además de, por ejemplo, las que transmiten en español (Univisión y Telemundo) y una miríada por cable, MMDS, satélite tradicional y satélite directo a casa (DTH)” (ídem, íbidem).

e organizacional propia que, á súa vez, ten claras implicacións espaciais. Esa perspectiva é fundamental para a comprensión do conxunto. O sistema Telebrás, por exemplo, constituíuse no período do réxime militar a imaxe e semellanza do modelo europeo pero presentando, en relación con este, novidades interesantes como a autonomía xerencial da empresa pública (xa nos anos sesenta), a separación dos correos ou o sistema de autofinanciamento, que colocaba unha parte significativa do capital nas mans do público en xeral. Este sistema caracterizábase, desde o punto de vista da súa organización interna, por unha centralización e por unha xerarquización extremas, por un lado, e pola centralidade do elemento técnico na toma de decisións, por outro.

O modelo do trípede colocaba a transmisión, a investigación e o desenvolvemento en mans do sistema estatal mentres que o concepto europeo de “campión nacional” na produción dos equipamentos é substituído polo dun conxunto de empresas oligopolistas multinacionais implantadas no país, privilexiadas nas compras do sector público e no intercambio da internacionalización do progreso técnico. Desde o punto de vista da cuestión rexional, o sistema baseábase na existencia dunha empresa pública ligada ao *holding* Telebrás en cada estado da federación. A Embratel, *carrier* de longa distancia vinculada ao sistema, tamén está presente en todos os estados. Ese modelo de articulación nacional/rexional sofre unha modificación significativa nos anos oitenta, durante a transición do Goberno de José Sarney, cunha politización exacerbada non só no que se refire á política tarifaria, que deteriorou de forma importante a situación do conxunto do sistema, senón tamén, e sobre todo no que nos interesa, no que se refire ao nomeamento da dirección das televisións, deixado a cargo da negociación entre os políticos locais baixo o mando do gobernador do Estado, a quen lle corresponde de feito a designación do presidente da compañía.

No caso das telecomunicacións, a reforma brasileira está determinada no esencial polos mesmos factores que a impulsaron noutros países latinoamericanos aínda que, na segunda metade dos anos noventa, a opción do Goberno foi diferente. As súas características fundamentais son a fragmentación de Telebrás e a rearticulación rexional das televisións, así como a privatización e a apertura da competencia. O impacto desa reforma, que constitúe unha nova estrutura de mercado con profundas alteracións nas relacións entre matriz e filial e coa introdución de novas tecnoloxías, supón unha profunda transformación do sistema na que a cuestión rexional adquire un papel central e na que o problema da converxencia (económica) gaña unha maior relevancia.

No mercado da televisión, onde o sistema é case totalmente privado, financiado pola publicidade, a cuestión rexional preséntase tanto polo lado do modelo de concesións públicas –tamén extremadamente politizado, característica que se radicaliza cada vez máis durante o Goberno Sarney– como pola estrutura do propio oligopolio privado, articulado sobre un sistema de filiais que promove a articulación de in-

tereses económicos e políticos entre grupos nacionais e estatais. O resultado é un modelo de televisión no que a produción está extremadamente centralizada nas cabeceiras de rede situadas en São Paulo e en Rio de Janeiro, sendo o único caso de éxito importante o da empresa rexional RBS (filial de Globo). A competencia internacional das grandes redes brasileiras, especialmente de Globo, certifica o éxito do modelo desde o punto de vista económico, pero agocha o fracaso do sistema educativo estatal que non pode competir no mercado –problema que comeza a atenuarse lentamente nos anos oitenta, pero que se acentúa baixo o acicate da débeda e da crise actual–, e das emisoras locais, esencialmente limitadas á condición de retransmisoras.

Nun momento como o citado por Sánchez, no que se esixe do país un ambiente competitivo rico e diversificado para facerlles fronte ás novas esixencias impostas polo sistema global, vese que, incluso desde o punto de vista económico, o modelo é extremadamente fráxil xa que a concentración das capacidades innovadoras en mans dun ou duns poucos capitais individuais reduce brutalmente a capacidade de resposta do país.

Na Arxentina, a primeira canle de televisión privada –a Canle 9– xorde no ano 1960 en aberta competencia coa estatal e ata aquel momento única canle: a Canle 7, da que se leva unha boa parte do seu cadro artístico ao ofrecer salarios máis elevados –nunha estratexia semellante a aquela adoptada por TV Excelsior cando entrou no Brasil no ano 1962–. A continuación virían a Canle 13 (no ano 1960) e a Canle 11 (no ano 1961). Nos tres casos houbo unha asociación de capitais nacionais con intereses norteamericanos. Así, a Canle 9 nace ligada á NBC, a Canle 11 á ABC e a Canle 13 á CBS e ao grupo Time-Life –igual que se asociaría Globo en Brasil cando no ano 1965 se produciu a súa entrada, provocando un intenso debate no Congreso Nacional que terminaría no ano 1967 co fin do acordo en función do recoñecemento da ilegalidade da situación–. No caso arxentino, a solución foi resumida así por Ricardo Horvath (1986, p. 59): “*A pesar de que –por la Ley de Radiodifusión y su posterior reglamentación a través del Decreto 5.490 de julio del año 1965– estaba especificado que las licencias otorgadas para la emisión de imágenes por televisión no podrían ser cedidas ni transferidas total o parcialmente..., esto fue violado en la práctica y en el año 1964 el Canal 9 pasó a manos del señor Alejandro Romay mediante un acuerdo con los antiguos propietarios y con la propia NBC. Transferencias semejantes se realizaron en la década de los años setenta cuando el Canal 13 pasó a manos de la Editorial Atlántida (familia Vigil) y el Canal 11 a la Editorial Sarmiento (Héctor Ricardo García)*”.

Así, a televisión arxentina queda nacionalizada pasando por riba da lei. O proceso de estatalización posterior tamén é insólito. Segundo Horvath, foi o baixo nivel de competencia e as polémicas consecuencias a este respecto as que determinaron a fin da televisión privada na Arxentina, pasando o Goberno a controlar pouco a pouco o conxunto das emisoras de televisión sen, non obstante, instalarse un sis-

tema estatal como o que existía, por exemplo, en Europa². Sobre a situación da televisión no período dos gobernos militares, Diego Portales destaca a seguinte afirmación de Jorge Noguer: “*En la televisión, los cuatro canales de la capital, en poder del Estado, compitieron encarnizadamente... Se trata de un conflicto interfuerzas, ya que el Canal 11 dependía de la Aeronáutica, el Canal 13 de la Armada y el 9 del Ejército, mientras que ATC Canal 7 tenía el apoyo de la Presidencia de la nación. Al frente de cada uno de estos canales figuraba un oficial de cada una de esas fuerzas*” (Portales, 1986, p. 74).

No ano 1980 entra a televisión en cor, que supoñerá un elevado nivel de endebedamento das Canles 9, 11 e 13 e que, xunto cos déficits operacionais, reducirá, segundo Portales (*op. cit.*, p. 74), o seu atractivo para os investidores privados, volvéndose practicamente inocuo o Decreto-lei 22.285 do mesmo ano que “*sentaba las bases para una futura privatización de la prestación de los servicios en tanto que aseguraba al Gobierno militar la posibilidad de mantener un férreo control sobre los contenidos. Los temores de la dictadura de crear un frente mediático opositor hicieron que la ley tuviera un marcado carácter antimonopólico, al prohibir a los propietarios de medios gráficos la participación en empresas de radiodifusión. Salvo esta cuestión, de suma importancia, el resto del articulado respondía a los intereses de los propietarios de medios*” (Mastrini *et al.*, 1999, p. 139)³.

Horvath discute algunhas das irregularidades denunciadas polos competidores e por unha parte dos políticos e da prensa nos poucos procesos de concesión realizados polos militares a partir do ano 1981. No ano 1984, Raúl Alfonsín suspende os procesos de concesión que aínda non estaban concluídos. Pero o novo presidente, segundo Mastrini *et al.* (1999), por falta de vontade política e polos condicionamentos aos que estaba sometido o novo réxime, así como pola oposición dos empresarios do sector, non foi quen de modificar substancialmente a lexislación dos medios e moito menos de introducir unha nova política de comunicación no país. Mantívose, xa que logo, aquela situación de indefinición tan ben descrita por Portales (1986, pp. 76 e ss.) na seguinte pasaxe: “*La única constante histórica significativa en la televisión argentina es la presencia permanente del Canal 7 como un canal estatal con acceso a la financiación publicitaria. Todos los demás aspectos variaron en diversas ocasiones: el número de canales, los propietarios, las formas de*

² “*Y así fueron transcurriendo los años entre juicios, querellas, recriminaciones, disputas, acusaciones entre unos y otros, mostrando el verdadero significado de la libre competencia en televisión, hasta que, sin darse cuenta, llegó el vencimiento de las concesiones y todos perdieron lo que tenían... La televisión privada murió absolutamente sola*” (Horvath, 1986, p. 63). Continúa dicindo este autor que “*se habla mucho del fracaso de la radio y de la televisión estatales. Este fracaso en Argentina no existe porque nunca existieron la radio y la televisión estatales. Como ya dijimos, siempre fueron gubernamentales. Y son la radio y la televisión oficialistas los que fracasaron siempre*” (Horvath, 1986, p. 112).

³ O fracaso da privatización durante o goberno militar, segundo eses autores, estaría ligado a varios factores, entre os que destacan “*la lógica totalitaria del control de los medios, la oposición de los propietarios de los medios gráficos y el acortamiento de los plazos políticos a partir de la derrota de las Malvinas*” (Mastrini *et al.*, 1999, p. 139).

presencia extranjera, la legislación, las políticas culturales. Esa gran inestabilidad de las reglas básicas de funcionamiento de la televisión puede ser un factor explicativo del pobre desempeño de esa industria en un país con un importante desarrollo cultural en casi todos los géneros para tener una buena televisión”.

Unha nova estrutura do sistema de televisión na Arxentina terá lugar tras a chegada ao poder de Carlos Menem no ano 1989 e tamén grazas á Lei de reforma do Estado (Lei 23.696), que abrirá o camiño para a reestruturación do sector da radiodifusión ao modificar aqueles artigos da Lei 22.285/1980 que impedían a formación das chamadas concentracións multimedios de comunicación e que permitían a entrada dos grandes grupos editoriais, especialmente de Clarín (principal socio de Arterar) e de Atlántida (integrante do grupo Telefé), que pasaron a controlar as canles 13 e 11, respectivamente.

No ano seguinte, tocaralle a vez ás telecomunicacións, coa privatización da Empresa Nacional de Telecomunicacións (ENTel) dividida en dúas: unha, que abarcará unha parte da cidade de Bos Aires e a rexión norte do país, e outra, que se encargará da outra parte da capital e da rexión sur. Esta última pasou a ser controlada por un grupo liderado pola France Telecom, mentres que a rexión do sur quedou a cargo da española Telefónica, asociada ao Citibank, á Techint e ao Banco Río de Arxentina, formando a Compañía de Investimentos en Telecomunicacións (COINTEL, S.A.). Ambos os dous conglomerados comezarán a operar en decembro do ano 1990 en réxime de monopolio nas súas respectivas áreas e asociadas a través de Telecomunicacións Internacionais de Arxentina (TELINTAR, S.A.) na área internacional.

A posición hexemónica de Telefónica –que se repite tamén no Brasil, onde adquiriu, entre outras cousas, a parte máis cobizada da antiga Telebrás, a Telesp, é vista por Luis Albornoz *et al.* (1999, p. 48) como parte dunha estratexia nacional española moito máis ampla: “Desde mediados de la década de los años ochenta, las estrategias de recomposición de las relaciones que España desplegó sobre sus ex-colonias americanas permitieron a varias de sus empresas desarrollar una capacidad de «lobby» que resultaría fundamental en algunas áreas. En el marco de los convenios de cooperación firmados durante el Gobierno del Dr. Alfonsín (1983-1989), la empresa estatal de telefonía española, Telefónica de España, logró acuerdos para intervenir en la modernización de ENTel y estuvo a punto de asociarse con el Estado argentino en el «management» de la empresa. En el año 1989, cuando el Gobierno de Carlos Menem decide privatizar ENTel, la posición de interlocutor privilegiado de Telefónica resultó clave”.

Esta referencia á Telefónica Internacional (TISA) é importante porque esta se converterá rapidamente nun dos principais actores do país tamén no audiovisual, dominado inicialmente –tras a privatización do ano 1989– polo grupo Clarín, xurdido no ano 1945 no sector da prensa e que xa entrara no campo da radiodifusión coa privatización limitada que tivo lugar nos anos oitenta, “comprando a tra-

vés de testaferros Radio Mitre, una de las radios capitalinas de mayor audiencia” (*ídem.*, p. 45). Coa adquisición da Canle 13, o grupo expándese rapidamente e entra no negocio da televisión por cable no ano 1992 cando adquire Vídeo Cable Privado, unha pequena empresa de Bos Aires que pasará a chamarse MultiCanal. Unha asociación cos seus futuros competidores (Telefónica e Citibank) garantíralle, a partir dese momento, un crecemento meteórico na área da televisión segmentada: “En cinco años se convirtió en el principal operador del mercado argentino, con una facturación anual de 250 millones de dólares... A finales del año 1997, la tercera gran empresa de televisión por cable del país, Video Cable Comunicaciones (VCC)... fue vendida en partes iguales a sus competidores: Multicanal y Cablevisión. El 1 de julio del año 1998 ambas se repartieron sus 670.000 abonados... Según estudios recientes, Multicanal es hoy la principal proveedora de televisión por cable tanto en Argentina como en América Latina, con más de un millón de abonados. A diferencia de otros grupos nacionales, Clarín no realizó alianzas que lo subordinaran a otro socio. Así, buscó financiación en el mercado financiero otorgando el 90% de sus activos como garantía de créditos y presionó al Congreso para la sanción de una ley de radiodifusión que detuviera el avance de los capitales extranjeros en el sector y que no permitiera el ingreso de las telefónicas a la radiodifusión” (*ídem.*, p. 45).

Con todo, no ano 1995 esas presións tiveron que ser suspendidas tendo en conta os intereses, sobre todo de Telefónica, polo sector. Pero o mesmo Clarín entrará tamén no mercado das telecomunicacións no ano 1994 cun 25% da primeira empresa de telefonía móbil do país: a Compañía de Teléfonos do Interior (CIT), en asociación coa GTE e coa Lucent Technologies⁴. No ano 1998, o Goberno sanciona un plan de liberalización das telecomunicacións que demostra o poder do lobby do grupo Clarín: “Diseñado con el objetivo de «fortalecer a los operadores nacionales instalados», según declaraciones del secretario de comunicaciones, German Kamerath, dispone el ingreso de dos nuevos prestadores al servicio de telefonía a partir de noviembre del año 1999. Los consorcios deben ser liderados por empresas conformadas por operadores de televisión por cable..., operadores de telefonía móvil con experiencia internacional y operadores independientes del servicio básico telefónico. Esto permite, en la práctica, el ingreso de Clarín a través de CTI y Multicanal en el negocio de la telefonía” (*ídem.*, p. 47).

O ingreso de Citibank no mercado de comunicacións da Arxentina é o resultado dunha estratexia –adoptada no ano 1990– de cambio de títulos da débeda externa por accións de empresas privatizadas en diferentes sectores da economía –papel e celulosa, siderurxia, hostalaría, distribución de gas, frigoríficos e telecomunicacións–. O primeiro paso foi a participación dun 20% no consorcio COINTEL, anteriormente citado, en asociación con Telefónica. No ano 1992 créase o Citicorp

⁴ O grupo dispútase, aínda con vantaxe, o mercado da televisión por satélite. Posúe o 51% do capital da Galaxy Entertainment arxentina, asociada a Hughes (General Motors) e ao grupo venezolano Cisneros.

Equity Investments (CEI), cuxas actividades se concentrarán en tres ramas da comunicación: telefonía, distribución de sinais e produción de contidos.

No ano 1994, o Congreso Nacional, baseándose na reforma constitucional dese mesmo ano, ratifica o Tratado de Promoción e Protección Recíproca de Invetimentos, asinado polo presidente Menem con Estados Unidos no ano 1991, o que permitirá o ingreso da CEI na radiodifusión. No ano 1998, tras a ruptura da asociación con Clarín na MultiCanal (no ano 1996), a compra de Cablevisión e doutros servizos da televisión por cable (aberta), de radios e de revistas, o grupo consegue unha segunda entrada no sector da televisión por cable no país (Albornoz *et al.*, 1999, pp. 50 e ss.). Pero o investimento máis importante da CEI, segundo estes autores, foi a asociación con Atlántida Comunicacions (Atco) –na que a familia Vigil (antiga propietaria) quedou co 40% e a CEI e a TISA co 30% cada unha–, que lle garantiu a participación na editorial Atlántida, nas radios Continental e FM Hit, de Bos Aires, e en Telefé Canal 11. Despois, en xaneiro do ano 1998, o grupo expándese polas dúas cidades máis importantes do interior: Córdoba e Rosario. No ano 1999 modifica a súa composición accionarial coa entrada do fondo Hicks, Muse, Tate & Furst (HMT&F), que adquiriu unha parte das accións do Citibank e que se preparaba para comprar unha parte das da familia Werthein (*ídem.*, p. 53)⁵.

Así, o mercado arxentino de televisión estará en mans de dous grandes grupos: Clarín e CEI-TISA, ambos os dous con fortes ligazóns co sector das telecomunicacións e co apoio do Estado, o que demostra, segundo estes autores, “*la constitución de una nueva fracción hegemónica que combina –mediante la propiedad de los medios– tanto la capacidad de acumulación de capital económico como la creación de poder emisor*” (Albornoz *et al.*, 1999, p. 54). Cabe citar a conclusión que fan estes autores a este respecto cando sinalan que: “*En el origen de las actuales políticas, encontramos a cada uno de los grupos operando en diferentes sectores del mercado que se desarrollan sincrónicamente. Uno, el de las telecomunicaciones, donde participan los capitales extranjeros que ingresaron al país a partir de la privatización de las empresas en manos del Estado; el otro, el de la radiodifusión, controlado por los grandes operadores nacionales de multimedia. Dichos desarrollos, sujetos siempre a una estrecha relación con el Estado, pueden ubicarse en una direccionalidad signada por la convergencia con diferentes orígenes y sentidos. Por un lado, CEI-TISA, interlocutor del gobierno desde la posición que le otorgaba su poder económico, termina por adicionar los medios de producción simbólica que potencian su capacidad de presión. Por otro, el privilegiado grupo Clarín y su capacidad de «lobby» –sostenida no tanto en su poder económico como en su poder de generar la agenda política y modelar la opinión pública– se transforma en protagonista económico. Aunque en sus orígenes como multimedia*

⁵ Nótese que “*HMT&F comparte Iberoamérica Media Partners con el grupo Cisneros, socio de Clarín en la explotación de la televisión por satélite a través de la empresa arxentina Galaxy Entertainment*” (*ídem.*, p. 53).

Clarín no constituía un grupo económico relevante, hoy se encuentra entre las diez empresas con mayor facturación del país” (idem., p. 53).

A análise destes autores revela, no seu conxunto, tanto os cambios no modelo de regulación do audiovisual e das telecomunicacións no país como a evolución da estrutura de mercado –practicamente duopólico– da televisión comercial na Arxentina, apuntando as vantaxes cruciais que teñen as empresas ben situadas no novo proceso que se implantará a partir da aprobación dos Decretos 264-66/98 de liberalización das telecomunicacións, que pretenden crear un “novo ecosistema da converxencia” ao eliminar as trabas á prestación de servizos cruzados da lei de radiodifusión e do decreto de privatización de ENTel.

Se comparamos a situación dos mercados de televisión no Brasil e na Arxentina verifícase unha tendencia común contraditoria de converxencia entre o audiovisual e as telecomunicacións. No caso arxentino –onde a privatización das telecomunicacións é anterior– houbo unha opción polo mantemento dun monopolio privado en cada unha das dúas rexións nas que se dividiu o país cando se privatizou a telefonía fixa. Entrábase no ano 2001 nunha nova fase de liberación do mercado na que se prevía unha entrada –que a crise impediu– en condicións vantaxosas do principal grupo de medios de comunicación do país no sector máis importante do negocio das telecomunicacións, respondendo, por dicilo así, á entrada na área da televisión do principal grupo estranxeiro do país dese sector. Aquí sería necesario avaliar, tendo en conta as características dos actores implicados, ata que punto este último movemento é o resultado dunha estratexia industrial dirixida cara ao mercado da televisión e dos novos medios de comunicación, e ata que punto reflicte un movemento puramente especulativo.

En todo caso, non se pode desvincular a primeira opción dunha estratexia máis ampla dirixida cara ao conxunto de América Latina. Nese sentido, o mercado arxentino tería sido unha base interesante para un posicionamento no Mercosur mentres que a privatización brasileira non despegaba. Hoxe, Telefónica atópase solidamente instalada nos dous maiores mercados do cono sur, reforzando a argumentación de Mastrini *et al.* que citamos nun fragmento anterior. A súa entrada no mercado brasileiro de televisión de masas dirixíase cara ás barreiras político-institucionais que as empresas alí instaladas mantiveron durante décadas, ata mediados do ano 2002. O mesmo ocorre coa televisión segmentada, na que os capitais internacionais –na maior parte dos casos asociados con capitais locais importantes– entraron con facilidade.

Eses dous mercados son hoxe liderados por Globo, nos que perdeu a propia Telefónica a posibilidade de asumir unha posición importante no sector das telecomunicacións (Bolaño e Massae, 2000). Este último preséntase moito máis complexo no Brasil, xa que o Goberno optou desde o principio por un modelo duopolístico e bastante máis fragmentado, esperando con iso conseguir a entrada no país dun número moito maior de capitais (*idem*). Con isto agardábase, na fase de liberalización

iniciada no ano 2002, unha competencia moito máis estimulante, con desconcentración e beneficios para os consumidores nos diferentes mercados locais, o cal non sucedeu. Pola contra, a liberalización veu acompañada dun forte movemento de concentración en todo o territorio nacional.

Así, mentres que ata o inicio da crise a converxencia na Arxentina tende a enfrontar en cada mercado do sector das comunicacións aos dous principais bloques de capital comprometidos –non atopamos na bibliografía citada referencia á estratexia da France Télécom, pero é significativo o feito de que esta non tomara posicións no Brasil–, no caso brasileiro esa competencia só terá lugar de forma significativa no mercado de internet coa entrada tanto de Globo como de Telefónica na oferta do chamado internet rápido, en competencia cos provedores tradicionais e co internet gratuíto.

3. AS POLÍTICAS

A aprobación da emenda constitucional –que abre a posibilidade de participación do capital estranxeiro en empresas de comunicación no Brasil– é un marco histórico na evolución do modelo brasileiro de regulación das comunicacións, que promove un cambio drástico en relación coas décadas de exclusividade do capital nacional no sector da radiodifusión –consecuencia do máis recente movemento de globalización das industrias culturais que levou a unha derrota inédita nun sector tradicionalmente protexido pola burguesía nacional– e obrigado agora a asociarse coas grandes empresas oligopolistas internacionais debido ás presións do mercado.

É certo que xa se abriu unha brecha nese sentido na propia lei do cable do ano 1995, que permitía a participación do capital estranxeiro na propiedade das empresas ata un máximo dun 49% e, sobre todo, na regulamentación ministerial das tecnoloxías posteriores á televisión segmentada, que non respectou aquela determinación legal e que permitiu que a propiedade estranxeira de emisoras de DTH ou de MMDS fose de ata o 100%. Este feito acabouno consolidando o proxecto do senador Ney Suassuna baixo o argumento da duplicidade de normas, e que supuxo a extensión da regra do 100% a toda a televisión de pagamento.

Pero a prensa e as emisoras de radio e televisión abertas, así como o sistema financeiro e o sector de construción civil, sempre foron unha rede privilexiada dunha certa burguesía nacional. A aprobación da PEC 5/2002 –que modificaba o artigo 222 da Constitución Federal– co apoio de todos os partidos, agás o PDT, foi consecuencia dun acordo que en poucos meses puxo fin a un debate de sete anos grazas a un cambio radical de posición por parte de Globo, para quen a achega de recursos externos pasou a ser máis importante cá defensa que a regra anterior representaba para a súa posición hexemónica fronte a competidores financeiramente máis febles.

En último caso, o cambio explica a actual situación de crise aberta pola expansión da televisión segmentada e doutros medios de comunicación, como internet,

que teñen a capacidade de atraer unha parcela crecente da poboación de interese do mercado publicitario, polo avance da competencia internacional traída por estes novos sectores e, sobre todo, pola implantación xeneralizada do paradigma da dixitalización e dos elevados investimentos que supón. Pero unha vez máis, a produción lexislativa referenda os compromisos pactados entre os actores hexemónicos. O problema é que a aprobación da PEC 5/2002 non foi suficiente para resolver o problema das empresas de comunicación brasileiras. Máis adiante volveremos de novo sobre isto.

Neste punto cómpre lembrar que nada diso afectará de forma fundamental aos contidos que lle son ofrecidos á poboación brasileira nas canles da televisión aberta ou de pagamento, xa extremadamente internacionalizados sobre todo nesta última. No caso da televisión aberta, mesmo se non se ten en conta o importante problema da internacionalización da programación infantil, o elevado índice de nacionalización da programación brasileira enmascara o fenómeno da importación de formatos, que se acentuou recentemente xa que o negocio dos dereitos de autor é cada vez máis importante se se compara co da importación de programas, dadas as características propias do medio e da expansión da televisión de pagamento e do paradigma da segmentación de acordo coas actuais tendencias de desenvolvemento do capitalismo. O feito é que, ao contrario do que ocorre coa propiedade, nunca houbo no Brasil unha política nacionalista relacionada cos contidos, como tampouco houbo no país unha preocupación concreta pola regulación dos contidos en xeral. Aínda que nalgúns dos nosos máis avanzados instrumentos legais a cuestión da produción rexional e independente ou da programación cultural e educativa estivesen presentes, o seu resultado práctico pode ser considerado nulo en termos históricos.

O propio debate sobre o asunto deixou de existir practicamente no país a partir dos anos oitenta, sen ter sido nunca retomado seriamente, en contraste co que ocorre no ámbito internacional no que o liberalismo dos EUA –que pretenden incluír a cultura nos acordos da OMC– se opón á tese europea da “excepción cultural”, tese que é amplamente aceptada no resto do mundo. O dereito dos pobos a non preservar só a súa cultura local e nacional senón tamén a presentala e a divulgala a través doutras canles e mecanismos máis amplos aparece, para estes últimos, como un dereito fundamental e como unha condición básica de supervivencia na chamada sociedade da información, que se constrúe globalmente pola acción decidida dos diferentes estados nacionais e na que a defensa da diversidade cultural é tan importante e vital como o é a biodiversidade para o futuro humano.

É nese sentido, por exemplo, no que debemos interpretar, como parte dos acordos do Mercosur, a acción dos gobernos dos catro países membros, que asinaron –o 3 de febreiro do ano 1996 na cidade de Canela– un protocolo de integración cultural que propón: a elaboración de programas e de proxectos rexionais no ámbito da cultura, estimulando a coprodución e o intercambio; accións conxuntas na área do patrimonio cultural; o intercambio e a capacitación dos recursos humanos; a circu-

lación de persoas e bens culturais; a promoción de eventos rexionais; a formación de bancos de datos e a articulación dos sistemas de soporte informático aos organismos culturais; as investigacións sobre temas históricos e culturais comúns; e a harmonización das lexislacións.

Para a execución deses obxectivos, que teñen como premisas a importancia da integración cultural para a integración económica e para a consolidación da democracia e para a necesidade de garantir a liberdade de circulación de persoas e de bens culturais no interior do mercado común e de “*preservar y difundir el patrimonio cultural de la región con el objeto de afianzar su identidad respetando, asimismo, las diversidades subregionales*”, definíronse unha serie de programas executivos semestrais –aprobados nas reunións dos ministros de Cultura⁶– para accións concretas que serían coordinados polas máximas autoridades competentes en cada un dos países membros e en consulta cos organismos competentes dos seus ministerios⁷.

Anita Simis avalía os resultados alcanzados ata o momento da seguinte forma: “*En la perspectiva de agrandar el mercado para los filmes brasileños se han discutido mucho las posibilidades del Mercosur en el plano de las industrias culturales, pero nada se ha concretado aún. Para los libros y las artes plásticas ya no hay tanta burocracia u obstáculos tributarios. Pero para el cine no hay protección ni incentivos a la producción; entre los países miembros del Mercosur hay diferentes legislaciones laborales y barreras aduaneras que impidem, por ejemplo, que se importen equipos por un corto tiempo, para la realización de una película, sin que se paguen tasas aduaneras*” (Simis, 1998, p. 13)⁸.

Polo tanto, no curto prazo non se debe esperar moito dos acordos do Mercosur, visto polos autores do *Livro verde da sociedade da información no Brasil* como “*una importante iniciativa de países latino-americanos*” ante a tendencia mundial de formación de bloques e de megamercados rexionais, tendo como obxectivo “*contribuir para um ambiente de integração e cooperação entre os países mem-*

⁶ Quedou establecido tamén que as comisións técnicas creadas polo *Memorando de entendimento*, asinado en Bos Aires o 15 de marzo do ano 1995 no marco da primeira reunión técnica especializada de cultura, se reunirían 30 días despois e 45 días antes das reunións dos ministros, co fin de garantir o funcionamento do acordo.

⁷ Na X Reunión de Ministros de Cultura, por exemplo, que tivo lugar en Bos Aires o 22 de xuño do ano 2000, coa participación de Chile como país asociado, decidiuse, entre outras cousas, implementar o proxecto *Las industrias culturales: incidencia económica y sociocultural, intercambios y políticas de integración regional*. Para unha exposición dos antecedentes, dos principais resultados e dos máis importantes desdobramentos (ata maio do ano 2002) dese proxecto e incluso da súa articulación co proxecto do Convenio Andrés Bello –que reúne países do grupo andino con obxectivos similares de cuantificación das actividades culturais–, pódese ver Getino (s/d).

⁸ Segundo a autora, “*los cineastas han propuesto la creación de un fondo para el desarrollo de proyectos audiovisuales, una cartera de coproducción de proyectos y la celebración de acuerdos entre los Ministerios de Relaciones Exteriores de los países miembros, con vistas a facilitar la importación, exportación, distribución y exhibición de películas en salas de cine y en canales de televisión, en una integración de mercados que significaría un potencial de 200 millones de espectadores al año*” (Simis, 1998, p. 13). Polo que respecta ao tratamento aduanreiro para a circulación de bens culturais, o Brasil aprobou, respectivamente, os días 5 e 6 de marzo do ano 1998, a Orde ministerial 43 e a Instrución normativa 29, da Secretaría da Facenda Federal. Probablemente, a autora non puido considerar eses instrumentos no dito artigo, xa que este foi publicado en México en maio do mesmo ano; de calquera forma, parece que a súa avaliación aínda é válida.

bro, permitindo-lhes maior intercâmbio e dinamismo económico e tecnológico, bem como promover a solidariedade entre os povos da região e o desenvolvimento social e cultural. As novas tecnologias de informação e comunicação são estratégicas nesse esforço, pois constituem um dos elos básicos na quebra das barreiras espaço-temporais, facilitando a comunicação e o intercâmbio regional em todas as áreas de atividades e contribuindo para a intensificação do comércio na região” (MCT, 2000, p. 8).

Na páxina anterior, a cuestión da cooperación internacional é o centro dunha discusión sobre investigación e desenvolvemento: “*A capacitação para orientar escolhas tecnológicas e para o efetivo domínio de algumas tecnologias-chave requer uma cadeia de investimento e de conhecimento que se traduz numa matriz de competência ampla e diversificada. Para estar apto a acompanhar a rapidez do desenvolvimento da base técnico-productiva mundial, o país deve ainda manter uma política consistente de investimento em recursos humanos, de modernização da infra-estrutura científico-tecnológica de apoio à integração universidade-empresa e de ativa cooperação internacional”* (MCT, 2000, p. 7).

Eses dous fragmentos localizan ben o problema da necesidade de definición dunha estratexia internacional de Brasil en materia de comunicación, dándolle a importancia que se merece á colaboración latinoamericana e, sobre todo, no interior do Mercosur. Desgraciadamente, o *Livro* non retoma esa importante cuestión no capítulo sobre contidos, a pesar da claridade con que sitúa, ao presentar a cuestión do marco regulador, por exemplo, o problema das relacións internacionais e a necesidade dunha estratexia nacional: “*Com a lentidão das negociações dos acordos internacionais, estarão-se formando novas barreiras entre os países, em função de regulamentações adotadas unilateralmente e do estabelecimento de padrões de facto. Compatibilização de padrões tecnológicos, leis de proteção aos consumidores e autores, regimes de tributação de bens e serviços são alguns dos pontos em negociação que ganham complexidade em função do caráter transterritorial das transações na Internet. Nesse contexto, é importante ampliar o debate interno no Brasil, para definir estratégias e interesses próprios e respaldar o encaminhamento dessas questões nos fóruns internacionais”* (*idem*).

O fragmento é especialmente afortunado porque apunta, aínda que sexa implicitamente, a complexidade da cuestión regulamentaria que comprende, como sabemos, temas propios das leis da informática e do debate sobre as políticas industrial e de desenvolvemento, das leis de incentivo á cultura, dos dereitos de autor, etc., todo iso nunha situación na que a expansión de internet e do proxecto global da sociedade da información favorece aos países cun maior peso no escenario internacional. Ademais, os autores recoñecen a importancia do debate interno para crear un consenso en relación cos intereses nacionais, debate que ten como fin a negociación internacional en torno á regulamentación do sector.

A propia existencia do *Livro verde* seguía esa lóxica, abrindo a posibilidade de acción da sociedade civil e dos diferentes actores interesados en presionar mediante

avances efectivos no modelo brasileiro de regulación das comunicacións, o cal lamentablemente nunca chegou a suceder. Pola contra, o Goberno de Fernando Henrique Cardoso, ademais de paralizar o proceso que debería levar á redacción do *Livro branco da sociedade da información*, de acordo coa boa tradición europea, concentrouse, en materia de políticas de comunicación, nunha operación de salvamento das empresas do sector da televisión que incluíu non só a aprobación no legislativo da PEC do capital estranxeiro senón tamén dun importante préstamo do BNDES a Globocabo, recibido como un escándalo nos medios xornalísticos e empresariais⁹.

Así, sen o prometido debate interno, sen unha desexable política industrial do audiovisual que privilexiase a desconcentración do sistema, a produción rexional e independente, a diversidade cultural e, con ela, a diseminación do coñecemento e, xa que logo, o incremento da competitividade sistémica do país na área, sen repensar adecuadamente a política de regulación do audiovisual e das comunicacións, o Brasil concentrou os seus esforzos no salvamento de empresas oligopolistas con dificultades e, no plano internacional, propuxo o 9 de xuño do ano 2001 unha comunicación sobre o audiovisual na OMC cunha tripla finalidade: “a) *promover la liberalización progresiva de este importante sector y asegurar al mismo tiempo la autonomía de los gobiernos para preservar y promover la identidad cultural y la diversidad cultural; b) contribuir a los debates sobre los mejores medios para lograr este objetivo, incluso mediante la consideración de sistemas de subvención y mecanismos de defensa comercial; y c) contribuir al aumento de la participación de los países en desarrollo en el comercio de servicios*” (OMC, 2001, p. 1).

A posición brasileira parte dunha crítica ás dúas perspectivas antes citadas (liberal e de defensa da excepción cultural): “A *nuestro parecer, ninguna de esas dos posiciones es acertada. Por un lado, el argumento de la «excepción cultural», aparte de carecer de base en las disciplinas del AGCS, no parece tener en cuenta el hecho de que los productos y servicios culturales forman parte de una industria de clara importancia económica y comercial de la que el sector audiovisual es el segmento más dinámico, de interés por otra parte para las exportaciones de algunos países en desarrollo. Por otro lado, no puede negarse que los servicios audiovisuales desempeñan una importante función en la transmisión y difusión de ideas y valores culturales, que es un objetivo fundamental de las políticas nacionales de muchos países*” (*idem*, p. 2).

⁹ Segundo a revista *Carta Capital*, a operación de socorro a Globo, cuxa débeda total alcanzaría os 1,3 billóns US\$, “*pode custar ao BNDES R\$ 284 milhões. Disso, R\$ 125 milhões em debêntures de 1999 o banco troca por ações (...)* Há três anos o BNDES já entrara com outros R\$ 284 milhões. No total, sem ser feita a conta real-dólar de 1999, e incluindo um financiamento de outros R\$ 220 milhões em 1997, desde então a parceria com o BNDES rendeu à Globo R\$ 639 milhões. Fora penduricalhos: R\$ 58 milhões para o parque gráfico em 1998, outros R\$ 12 milhões para o Projac em 2001” (*Carta Capital*, 2002). A operación máis recente foi vista como un escándalo polos competidores de Globo e pola prensa, polo feito de que tivo lugar na véspera da votación da emenda ao artigo 222 da Constitución Federal (dándolle á empresa de Roberto Marinho condicións que se consideraron privilexiadas nun futuro proceso de negociación para a entrada de socios estranxeiros) e poucos meses antes das eleccións presidenciais, cando tiñan lugar os acontecementos que levaron á ruptura da alianza PMDB/PFL.

A posición brasileira, pola contra, é de “promover la liberalización progresiva del sector de manera que se creen en él oportunidades de acceso efectivo a los mercados para las exportaciones de los países en desarrollo sin afectar al margen de flexibilidad de los gobiernos para realizar sus objetivos de política cultural como lo estimen apropiado” (*ídem*, p. 3).

Segundo o documento, o Acordo Xeral sobre o Comercio de Servizos (AXCS) tería os medios para garantir esa liberalización “sin perder la autonomía para reglamentar con el fin de promover objetivos de política cultural” (*ídem*)¹⁰. Incluso así, o documento defende a adopción de instrumentos adicionais, especialmente para a produción e distribución cinematográfica, como a posibilidade de aceptación de subvencións, destacando que “a este respecto, deberán tenerse debidamente en cuenta las necesidades especiales de los países en desarrollo” (*ídem*, p. 2). E engade: “Ahora bien, además de las consideraciones económicas, tal vez las subvenciones no basten para promover y proteger determinados tipos de producción nacional en la esfera de la producción y distribución de películas cinematográficas. En este caso, el mercado mundial se caracteriza por lo general por una estructura oligopolística, dominada por unas cuantas empresas importantes. Se formula también la cuestión de la fijación de precios de transferencia resultante de la comercialización en el mercado dominante. Los productos audiovisuales se colocan muchas veces a precios de «dumping» en los mercados extranjeros, ya que la mayor parte del costo de producción se ha recuperado ya en el mercado interno del país de producción. Ello crea una situación de competencia desleal cuyo efecto es el desplazamiento de la producción interna de los teatros y de otros medios de suministro (televisión de red, televisión por cable, vídeo doméstico, medios electrónicos). Esta situación parecería requerir el establecimiento de mecanismos de defensa comercial apropiados (por ejemplo, disciplinas «antidumping» específicas) para el sector audiovisual” (*ídem*, p. 2).

A proposta dirixida ao Consello de Comercio de Servizos (CCS) fórmulase así: “Brasil propone: i) que los miembros contraigan compromisos específicos en el sector de los servicios audiovisuales teniendo en cuenta los objetivos enunciados en el artículo IV del AGCS (participación creciente de los países en desarrollo). A este respecto, deberá prestarse una especial atención a los servicios audiovisuales en los que tengan mayores posibilidades los países en desarrollo, por ejemplo (pero no exclusivamente) los servicios de televisión (...); ii) que, en su serie de reuniones extraordinarias, el CCS inicie un debate sobre sistemas de subvención encaminados a lograr objetivos de las políticas nacionales en materia de promoción y preservación de la identidad cultural y la diversidad cultural (...); iii) que, en su

¹⁰ “Además de reconocer el derecho de los miembros, especialmente de los países en desarrollo, de reglamentar y establecer nuevas reglamentaciones con el fin de realizar los objetivos de sus políticas nacionales, el AGCS permite exenciones de la obligación de trato NMF y prevé una gran flexibilidad para la consignación en listas de los compromisos por parte de los países, dado su sistema de consignación «por indicación expresa», de lista positiva, y su disciplina en materia de trato nacional «negociable»” (OMC, 2001, p. 3).

serie de reuniones extraordinarias, el CCS inicie un debate sobre las disposiciones en materia de defensa comercial y/o competencia (...) necesarias para abordar las prácticas comerciales desleales y/o las prácticas comerciales restrictivas en el sector” (ídem, p. 4).

Sen entrar na análise do contido específico –bastante simple– da proposta, cómpre sinalar que a súa propia existencia acabou xerando especulacións sobre os verdadeiros intereses do Brasil na área, xa que, dun total de 144 membros da OMC, só outros dous –Suíza e, evidentemente, os EUA, que tiñan un interese manifesto na liberalización do sector– propuxeron unha comunicación sobre o audiovisual. A crítica que se fai á estratexia brasileira é que esta vai ao encontro dos intereses dos EUA na medida en que, ao recoñecer a lexitimidade da OMC no trato da cuestión cultural, senta un precedente que poderá levar, incluso aceptando a proposta de mantemento de formas de subsidios e de políticas nacionais, a unha liberalización moito maior aínda no futuro, constituíndose, xa que logo, nunha ameaza efectiva para as políticas de defensa das industrias culturais nacionais e da diversidade cultural.

Ata o momento, o Brasil, como a metade dos membros da OMC, non asumiu ningún compromiso de liberalización no sector cultural no marco do AXCS, aínda que o recente proceso de apertura das empresas de comunicación ao capital estranxeiro, xa tratado anteriormente, supoña unha posibilidade efectiva da oferta brasileira nese sentido. O cronograma da OMC para a liberalización do comercio de servizos prevé a presentación de demandas iniciais de contratación específica ata o día 30 de xuño do ano 2002 e de ofertas iniciais ata o 31 de marzo do ano 2003. Canto máis aprema o tempo, maiores serán as presións americanas para que os diferentes países se comprometan con metas específicas de liberalización. O Brasil, ao aceptar explicitamente e ao propoñer (á súa maneira) a liberalización, será certamente un dos brancos privilexiados desas presións, incluso polo peso que ten na OMC e polo liderado que pode exercer en relación con outros países de América Latina.

Ademais do feito de que a proposta brasileira pode formar parte dunha estratexia máis ampla, cuxo fin sería conseguir vantaxes noutras áreas, ao delimitar unha posición diferenciada para o país no proceso global de negociación sobre a liberalización dos servizos, cabe preguntarse que actores internos poderían beneficiarse da liberalización proposta polo Brasil para o sector audiovisual. Sabemos que a competitividade do país na área é cuestionable na medida en que hoxe se reduce basicamente ao dominio, compartido con outras importantes empresas latinoamericanas, dun segmento do mercado de exportación de produtos de ficción televisiva –como as telenovelas– por unha única empresa nacional que controla de forma altamente centralizada a capacidade interna de produción. Todo o longo período de predominio de Globo no país, iniciado na segunda metade dos anos sesenta, se caracterizaría por unha política de centralización da produción que tería im-

pedido o desenvolvemento dunha efectiva competitividade sistémica para o país na área (Bolaño e Melo, 1999).

A solución dese problema está lonxe das políticas de salvamento xa mencionadas e tamén dunha política de liberalización. Moito máis importante sería a adopción dunha política industrial para o audiovisual capaz de diseminar a capacidade (económica, financeira e de coñecemento) de produción e difusión de contidos locais, rexionais e independentes (Bolaño, 2003), así como dunha política de inclusión dixital e de universalización do acceso aos novos medios por parte das máis amplas capas da poboación, reforzando o mercado interno na área e contribuíndo ao enriquecemento e á diversidade cultural do país, fontes primarias da competitividade (Bolaño e Sicsù, 2000). Estas fontes poucos tiveron a capacidade de exploralas, dadas as características centralizadoras do sistema comercial brasileiro de televisión e a promiscuidade que o modelo de regulación actual mostra nas relacións entre intereses políticos e económicos nacionais e rexionais no sector, aínda que algúns instrumentos interesantes no sentido da democratización das comunicacións estean presentes en elementos específicos dese modelo, como é o caso da lei do cable ou da propia Constitución Federal do ano 1988.

O novo Goberno brasileiro do presidente Luis Inácio Lula da Silva non modificou esta situación ata o momento (febreiro de 2004), aínda que presentou unha interesante proposta, moi diferente da do Goberno anterior, para a televisión dixital: a dun patrón propio en sociedade coa China, coa Arxentina e con outros socios eventuais entre países do Terceiro Mundo, como India, tema que xa fora tratado con anterioridade (Bolaño e Brittos, 2003). A idea básica é que se, desde o punto de vista dunha política industrial alternativa de desenvolvemento nacional e articulando intereses non hexemónicos no nivel global, a proposta é altamente defendible¹¹, é insuficiente como política de comunicación que busca a inclusión social e a construción dunha esfera pública universal. A televisión dixital tamén ten ese potencial democratizador. Todo depende do modelo de esfera pública¹² que se pretenda implantar e, polo momento, non se observou ningún interese por parte do novo Goberno en cambiar a estrutura do sistema brasileiro de televisión.

Neste momento, o debate governamental sobre o tema xira en torno á crise de endebedamento das empresas do sector das comunicacións. Vimos que o Goberno de Fernando Henrique Cardoso abriu dúas posibles liñas de apoio: a entrada de capital externo ata un máximo dun 30% da propiedade das empresas, e préstamos do BNDES. A primeira alternativa non lles interesa aos investidores estranxeiros, de modo que neste momento no Goberno Lula o que se discute é a posibilidade dunha

¹¹ E, dito sexa de paso, contraditoria coa opción pragmatista do Goberno anterior, recollida, por exemplo, na referida proposta dirixida á OMC ou na visión de que a opción por un determinado patrón de televisión dixital, entre os únicos tres considerados como competidores –o norteamericano, o europeo e o xaponés–, debería ser pensada como forma de negociación coas potencias hexemónicas en busca de vantaxes comerciais noutros sectores, como a agroindustria.

¹² Outros preferiron discutir o “modelo de negocio”. Non é este o caso.

nova axuda daquel banco estatal ao sistema privado de comunicación do Brasil. Nese sentido, manipúlase o argumento da cultura nacional. As empresas de comunicación –sobre todo Globo, como queda de manifesto– son as únicas capaces de soste a produción cultural nacional na disputa internacional. Así, fronte ao avance do capital internacional no sector, temos investimento público na empresa privada oligopolista, que se endebedou. Isto sábese porque apostou por plans de expansión e de investimento en novas tecnoloxías e en novos mercados antes da desvalorización cambiaria do ano 1999. Non acertou. Coa desvalorización, a crise económica acaba manifestándose no mercado publicitario e con isto vén a fin da euforia do plan real, no segundo Goberno FHC, e todo o sistema vai á quebra.

Segundo Elvira Lobato (FSP, 16-02-2004), a débeda do conxunto dos medios de comunicación brasileiros estímase en R\$ 10 billóns, tendo acumulada unha perda de R\$ 7 billóns no ano 2002, dos cales R\$ 5,6 billóns (US\$ 1,9 billóns) son rexistrados só pola Globopar, o *holding* da organización Globo¹³. Nese mesmo ano, os ingresos líquidos do sector caeron un 20% en termos reais e 17 mil empregados foron destituídos. A euforia da segunda metade dos anos noventa, en que as empresas se endebedaron en dólares para diversificar os seus negocios e aumentar a capacidade de produción, levou a que en outubro do ano 2003 un 80% da débeda total fora en dólares e un 83,5% se constituía en créditos no curto prazo. Elvira Lobato lembra que “*o grosso da dívida acumulada vem de novos negócios: TV por assinatura, telefonia e Internet. O setor imaginava que haveria uma rápida convergência entre a mídia tradicional e as telecomunicações e temia o fim da mídia impressa e a dominação do mercado pelas companhias telefônicas*” (*idem*).

Así, a burbulla especulativa das empresas de novas tecnoloxías afectoulle de cheo ao mundo da comunicación no Brasil, encantado co marabilloso mundo novo predicado pola ideoloxía posmoderna e neoliberal, tan ben implantada na academia brasileira. O endebedamento de Globo, por exemplo, non está relacionado coa operación da televisión de masas senón cos investimentos realizados a partir do ano 1995 na televisión por cable (Net Serviços), por satélite (proxecto Sky, en sociedade con Rupert Murdoch) e na Globosat. “*No dia 11 de dezembro último, três fundos de investimento norte-americanos entraram com ação na Corte de Falências do Distrito Sul de Nova York, pedindo a intervenção da Justiça dos EUA na renegociação das dívidas da Globopar. O pedido ainda não foi julgado mas a empresa sustenta que tem condições de conduzir sua reestruturação e pagar aos credores*” (*idem*).

O que se di no mercado e nos medios políticos, con todo, é que o interese destes últimos sería o de exercer o dereito de participar do capital da empresa no límite permitido pola nova lei do capital estranxeiro nos medios de comunicación.

¹³ A cifra non inclúe as débedas de Infogloblo, editorial dos xornais *O Globo*, *Extra* e *Diário de São Paulo*, e socio do grupo Folha da Manhã (editor da propia *Folha de São Paulo*) no xornal *Valor Econômico*. Tampouco inclúe as débedas das emisoras de radio que están fóra da estrutura de Globopar.

Nestas condicións vólvese discutir a posibilidade de financiamento público –polo BNDES– para as empresas de comunicación no país, asunto polémico entre as propias empresas do ramo ao depender, evidentemente, da situación financeira de cada unha¹⁴. O propio presidente do BNDES, referíndose máis especificamente ao financiamento para a compra de papel de prensa polos grandes xornais brasileiros, segundo a FSP (*ídem*), mostrou a súa incomodidade en relación coa posibilidade de apertura de liñas de crédito dese tipo, afirmando que non é misión do banco financiar operacións para capital de administración.

Adoita argumentarse que o préstamo debería ter contrapartidas en termos de transparencia das contas. A esquerda parlamentaria, nun proxecto de rexionalización da produción, atópase ante unha daquelas situacións –raras na historia da regulación das comunicacións no Brasil– na que se abren posibilidades efectivas de negociación que poderían significar avances concretos no sentido da democratización do sector. O tema é complexo e non será posible afrontalo nos límites deste traballo. En todo caso, cómpre sinalar a crecente politización do debate actual e o retorno do discurso nacionalista por parte das empresas de comunicación endebedadas, que defenden o financiamento público en nome da preservación da cultura nacional, argumento como mínimo discutible na medida en que, como xa sinalamos, a enorme concentración do sector no país, ademais de prexudicar á democracia brasileira, afecta negativamente á competitividade sistémica do país.

A Arxentina segue unha traxectoria moi semellante á brasileira nos últimos anos. Guillermo Mastrini e Washington Uranga presentan así o problema: “*La crisis política y económica desatada en Argentina a fines del año 2001, pero con consecuencias también en todos los países del Mercosur, modificó sustantivamente la situación del conjunto de las industrias culturales. Los principales grupos del sector han tenido que enfrentar problemas ocasionados en el hecho de mantener sus ingresos en moneda nacional mientras deben hacerse cargo de un fuerte pasivo en dólares. Dos grupos de la talla de Clarín (Argentina) y de Globo (Brasil) sufren hoy consecuencias no deseadas por haber intentado participar de la estrategia empresarial diseñada por los grandes grupos info-comunicacionales mundiales. Si bien en otras regiones del mundo también se verifica un crecimiento importante del endeudamiento de los grupos multimedia, la inserción de los mismos en economías menos inestables les ha permitido sostener su posición*” (Mastrini e Uranga, 2004, p. 1).

Tamén alí a crise e os intereses inmediatos das empresas de comunicación –beneficiadas durante toda a década dos anos noventa pola lei da convertibilidade da moeda nacional ao dólar, cando, como xa vimos, se produciu un profundo proceso de concentración da propiedade no sector– redundaron agora no retorno do discurso da política cultural e da cultura nacional. Así, “*después de una década de des-*

¹⁴ Na mesma edición da FSP na que se publica o citado artigo de Elvira Lobato, faise unha interesante recensión das posicións das diferentes empresas nun artigo titulado “Empresas divergem sobre pedido ao banco estatal”.

precio por cualquier tipo de iniciativa estatal que excediera el nivel de los subsidios, el sector empresarial comenzó a reclamar la participación del Estado para evitar la desnacionalización de la producción cultural” (ídem).

A debacle da economía arxentina e o dramático cambio institucional alí operado a partir de decembro do ano 2001 afundiron o sector da comunicación nunha profunda crise destruíndo, por exemplo, o sonho de Clarín de competir no mercado das telecomunicacións. O grupo, pola contra, veríase obrigado a vender a súa participación na telefonía móbil (CTI) para reducir a débeda, e hoxe cuestiónase se vender tamén a súa participación na Direct TV latinoamericana¹⁵.

A situación é, xa que logo, semellante en todo á do Brasil: forte endebedamento en dólares das empresas de comunicación durante o período da euforia do plan de estabilización económica e das reformas neoliberais dos anos noventa, seguido da crise estrutural de endebedamento, co retorno da vella retórica nacionalista para reivindicar financiamento público para o sector. Tamén naquel país o proceso irá acompañado dunha diminución na calidade da programación da televisión aberta, así como dun aumento na importación de programas de ficción de baixo custo. O que os autores afirman para a Arxentina podería ser facilmente adaptado para o caso brasileiro: “*si en sus primeros años se argumentaba que el Estado debería favorecer la concentración de la propiedad para fortalecer la posición competitiva de las industrias culturales y propiciar su desarrollo, hoy se sostiene que el Estado no puede dejar caer a esos grupos porque las consecuencias sobre la economía serían nefastas, precisamente por el tamaño adquirido por ellos*” (ídem, pp. 6 e ss.).

Ou tamén que: “*Por otra parte, mientras durante los años noventa se sostuvo mayoritariamente que la producción cultural debía quedar en manos del mercado, hoy no deja de resultar curioso que los medios de comunicación reclamen la participación del Estado para evitar que la dinámica del mercado deje en manos extranjeras la circulación de contenidos simbólicos en Argentina. En este sentido, cuando el Estado ha pretendido regular los medios de comunicación, éstos se han escudado en su carácter empresarial y en que el funcionamiento del mercado es el mejor garante de la libertad de expresión. Sin embargo, cuando la posición de los principales actores se ve amenazada, los medios destacan la importancia del sector como transmisor de los bienes simbólicos para solicitar el apoyo económico del Estado y para demandar que éste levante barreras de entrada frente a potenciales competidores*” (ídem, p. 7).

Por camiños relativamente distintos, como xa vimos, chegamos a unha situación similar en todo á brasileira. Pódese afirmar que unha diferenza importante reside na defensa que o conxunto dos actores, estatais e empresariais, farán no momento da

¹⁵ Globo non chegou a afrontar unha situación semellante porque xa vendera as participacións que adquirira na Tele Celular Sul e na Tele Nordeste Celular, en sociedade con Telecom Italia e co Banco Bradesco na poxa de privatización de Telebrás en xullo do ano 1998, antes da crise, xa en decembro do ano 1998, sen ter feito investimento ningún e selando a súa derrota histórica no mercado brasileiro das telecomunicacións.

aprobación da PEC do capital estranxeiro, da apertura do mercado brasileiro de comunicacións. Non obstante, como xa vimos, esa apertura foi limitada (en todo caso, insuficiente para atraer os investidores de fóra), e a tensión reestablecida entre o capital nacional e os intereses dos investidores e acredores externos apunta a unha posición idéntica do empresariado brasileiro e arxentino a este respecto. Falta por saber como os gobernos de esquerda, que chegaron ao poder recentemente en ambos os dous países, tratarán o problema, e se a sociedade civil organizada terá a capacidade e a forza política para aproveitar as posibilidades históricas abertas para a negociación de avances concretos na estrutura dos seus sistemas de comunicación, herdados en gran medida dos anos duros da ditadura militar.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBORNOZ, L.A.; HERNÁNDEZ, P.; MASTRINI, G.; POSTOLSKI, G. (2000): “*Al fin solos*”: *el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina*, pp. 181-215. La Crujía: CIC-CUS.
- BOLAÑO, C.R.S. (1988): *Mercado brasileiro de televisão*. Aracaju: UFS.
- BOLAÑO, C.R.S. (1989): “Indústria cultural, televisão e estratégias de programação em três países da América Latina: Brasil, Argentina e Uruguai”, en M.M.K. Kunsch e F.A.M. Fernandes: *Comunicação, democracia e cultura*. São Paulo: Loyola.
- BOLAÑO, C.R.S. (1998): “A reforma das telecomunicações no Governo FHC”, en: *Universidade e sociedade*. São Paulo: ANDES.
- BOLAÑO, C.R.S. (1999): “A economia política da televisão brasileira”, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, XXII, (2), (xullo-decembro).
- BOLAÑO, C.R.S. (2000): *Mercado brasileiro de televisão*. 2ª ed. (Mimeo). Aracaju: UFS.
- BOLAÑO, C.R.S.; MASSAE, F. (2000): “O novo panorama das telecomunicações no Brasil”, *Revista EPTIC On-Line*, vol. I, núm. 1, (xaneiro-xuño). (En www.eptic.com.br).
- BOLAÑO, C.R.S.; MASSAE, F. (2000): “A situação das telecomunicações no Brasil ao final do processo de privatização”, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, XXIII, (1), (enero-junio).
- BOLAÑO, C.R.S.; DE MELO, R.O.L. (2000): “As tecnologias da informação e da comunicação e o desenvolvimento regional”, *Revista EPTIC On-Line*, II, (2), (maio-agosto). (En www.eptic.com.br).
- BOLAÑO, C.R.S.; SICSÙ, A.B. (2000): *Sociedade da informação, setor produtivo e desenvolvimento regional*.
- BOLAÑO, C.R.S.; BRITTO, V.C. (2003): “Capitalismo, esfera pública global y la televisión digital terrestre”, *Revista Escibanía*, pp. 5-18. (En www.umanizalez.edu.co). México.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA (1991): *Setor de tecnologias da informação: resultados da Lei 8.248/91*. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, Secretaria de Política de Informática e Automação.
- BRASIL. SENADO FEDERAL (2001): *Projeto de Lei do Senado nº 175, de 19 de setembro de 2001*. (Dálle unha nova redacción ao artigo 7 da Lei nº 8.977, de 6 de xaneiro de 1995, que dispón sobre o servizo de televisión por cable e dá outras normas). (En <http://www.legis.senado.gov.br/pls/prodasen/prodasen>). (Última consulta 05-04-2002).

- Constituição Federal Brasileira de 1988. Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, art. 7º, incisos I e II. Anexo à Instrução Normativa nº 76, de 28 de dezembro de 1998.* (En www.dnec.ucam.edu.br). (Última consulta 28-02-2004).
- FÓRUM NACIONAL PELA DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO (FNDC) (2001): *Manifesto sobre o PL do Senado 175/2001: 100% de capital estrangeiro na TV a cabo.* (En [http://www.fnec.com.br/data/manifesto PL175-2001](http://www.fnec.com.br/data/manifesto%20PL175-2001)) (Última consulta 05-04-2002).
- GETINO, O.: *Proyecto de estudio sobre la incidencia económica y social de las industrias culturales en los países del Mercosur.* (Resumo do informe da etapa preparatoria. Orixinal cedido polo autor). Buenos Aires.
- HORVATH, R. (1986): *La trama secreta de la radiodifusión argentina.* Buenos Aires: Unidad.
- MASTRINI, G.; ALBORNOZ, L.A.; CASTILLO, J.; HERNÁNDEZ, P.; POSTOLSKI, G. (1999): “La política a los pies del mercado: la comunicación en la Argentina de la década de los 90”, en C.R.S. Bolaño e G. Mastrini: *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina.* Buenos Aires: Biblos.
- MASTRINI, G.; URANGA, W. (2004): *Economía y política en la crisis de las industrias culturales en la Argentina* (Mimeo). Buenos Aires.
- PORTALES, D. (1986): *La dificultad de innovar.* Santiago de Chile: ILET.
- POSTOLSKI, P. (1999): “Al fin solos: el nuevo escenario de las comunicaciones en la Argentina”, *Revista Eptic On-Line*, I, (1). (En www.eptic.com.br).
- Protocolo de Integração Cultural do Mercosul.* (Decreto legislativo nº 33/99, publicado no *Diário Oficial da União* (08-06-99)). (En www.camara.gov.br/mercosul/Protocolos). (Última consulta 28-02-2004).
- OMC (2001): *s/css/w/99. Comunicación del Brasil.* Servicios Audiovisuales.
- SÁNCHEZ, E. (2000a): “Los medios audiovisuales mexicanos a cinco años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte”, *Revista Eptic On-Line*, II, (1). (En www.eptic.com.br).
- SÁNCHEZ, E. (2000b) : “Las industrias culturales latinoamericanas en tiempos de globalización. Algunas tesis”, *Revista Eptic On-Line*, II, (2). (En www.eptic.com.br).
- SÁNCHEZ, E. (2000c). *Globalization, Cultural Industries and Free Trade. An Assessment of the Mexican Audiovisual Sector in the NAFTA Age.* (Mimeo). Guadalajara.
- SIMIS, A. (1998). “Situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa”, *Revista Comunicación y Monopolio en la Comunicación en América Latina.* Buenos Aires: Biblos.