

El impacto de la regulación en el desarrollo de la convergencia digital: el caso de *Clarín* y el rol de las telefónicas

Ana Bizberge

*Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales.
Instituto de Estudios de America Latina y el Caribe (IEALC).*

anabizberge@gmail.com

Recibido: 20 de marzo de 2017.

Aceptado: 15 de abril de 2017.

Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar el desempeño de Cablevisión (Grupo Clarín) a la luz de las políticas de comunicación de los gobiernos de Cristina Kirchner (2007-2015) y los cambios introducidos con la llegada de Mauricio Macri (2015) al gobierno en el desarrollo de la convergencia digital, en particular en relación con la prestación de servicios audiovisuales.

Este artículo procura dar respuesta a dos interrogantes: ¿cómo afectó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual a la estructura de ingresos/abonados de Grupo Clarín y en particular de Cablevisión? ¿En qué medida el DNU 267/2015 y luego el Decreto 1340/2016 aceleran el despliegue de la convergencia digital?

El aporte de este trabajo radica en demostrar a través del análisis de los balances de *Clarín*, que a pesar de que la LSCA promovía un escenario restrictivo para la concentración de medios, durante el período 2010-2015 el grupo mantuvo su posición de dominio de mercado e incrementó su negocio más lucrativo: cable e internet, lo cual explica en parte su interés por dividirse (un primer intento como estrategia para adecuarse a la ley a partir del fallo de la Corte y luego, en forma definitiva luego de la sanción del DNU).

Los decretos de Macri impulsaron de forma inmediata movimientos en el mercado, permitiendo adquisiciones y alianzas pendientes de autorización en el gobierno anterior, así como se debilitó el marco legal, lo que creó un entorno favorable para el desarrollo de negocios. De ahí que subyace una mirada sobre la convergencia orientada al mercado, la eficiencia técnica y la competencia.

Palabras clave: Cablevisión, Grupo Clarín, legislación, convergencia, empresas de telefonía.

The impact of regulation on the development of digital convergence: the case of *Clarín* and the role of telecommunications service providers

Abstract

This article analyzes how Cablevisión (Clarín Group) has performed in the last decade, both under the communication policies introduced by the Cristina Kirchner government (2007-2015) and, later on, following the swearing-in of current president Mauricio Macri (2015) and the changes made during his tenure to the development of digital convergence, particularly the provision of audiovisual services.

With this article, we seek to answer two questions: how did the Audiovisual Communication Services Law (LSCA) affect the structure of Clarín Group's —and, specifically, Cablevisión's— revenues and number of subscribers? And how have the Necessity and Urgency Decree 267 and the Executive Order 1340/17 accelerated the spread of digital convergence?

Our contribution is to demonstrate, through an analysis of *Clarín's* financial statements, that, despite the fact that the LSCA sought to restrain the concentration of media ownership, the group maintained its dominant market presence between 2010 and 2015 and even made further strides in its most lucrative business, cable and internet, which partly explains its interest in splitting up. (There was a first attempt in this direction, following a Supreme Court ruling, in order to adapt to the requirements of the law. Later, after the passing of the Necessity and Urgency Decree, there was yet another and definitive attempt.)

Mauricio Macri's decrees and executive orders immediately stimulated movement in the market, allowing acquisitions and alliances that had not yet been authorized by the previous government. This weakened the legal framework in place and allowed a favorable context for business, which reveals a view of convergence that centers on the market, technical efficiency, and competition.

Keywords: Cablevisión, Clarín Group, legislation, convergence, telecommunications service providers, Argentina.

O impacto da regulação no desenvolvimento da convergência digital: o caso de *Clarín* e o rol das telefônicas

Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar o desempenho de Cablevisión (Grupo Clarín) à luz das políticas de comunicação dos governos de Cristina Kirchner (2007-2015) e as mudanças introduzidas com a chegada de Mauricio Macri (2015) ao governo no desenvolvimento da convergência digital, em particular em relação com a prestação de serviços audiovisuais.

Este artigo procura dar resposta a dois interrogantes: como afetou a Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual (LSCA) a estrutura de ingressos/assinantes de Grupo Clarín e em particular de Cablevisión? Em que medida o DNU 267 e logo o Decreto 1340/17 aceleram a implementação da convergência digital?

A contribuição deste trabalho radica em demonstrar através da análise dos balanços de *Clarín*, que a pesar da LSCA promover um cenário restritivo para a concentração de meios, durante o período 2010-2015 o grupo manteve sua posição de domínio de mercado e incrementou seu negocio mais lucrativo: cabo e internet, o que explica, em parte, seu interesse por dividir-se (uma primeira tentativa como estratégia para adequar-se a lei a partir da sentença da Corte e logo, em forma definitiva depois da sanção do DNU).

Os decretos de Macri impulsionaram de forma imediata movimentos no mercado, permitindo aquisições e alianças penderas de autorização no governo anterior, assim como se debilitou o marco legal. Isso criou um entorno favorável para o desenvolvimento de negócios. Daí subjaz um olhar sobre a convergência orientada ao mercado, a eficiência técnica e a concorrência.

Palavras chave: Cablevisión, Grupo Clarín, legislación, convergencia, empresas de telefonía, Argentina.

Introducción

El objetivo de este trabajo es analizar el desempeño de Cablevisión (Grupo Clarín) a la luz de las políticas de comunicación de los gobiernos de Cristina Kirchner (2007-2015) y los cambios introducidos con la llegada de Mauricio Macri al gobierno (2015) en el desarrollo de la convergencia digital, en particular en relación con la prestación de servicios audiovisuales, y explorar los vínculos con las empresas de telefonía Telecom y Telefónica.

Dado que este artículo busca dar cuenta de los efectos de la regulación en la configuración del sistema de medios en el contexto de la convergencia digital¹ y no en el análisis detallado del conjunto de medidas de cada gobierno, se seleccionaron normativas consideradas clave: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) sancionada en 2009 durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner y el Decreto de necesidad y urgencia (en adelante, DNU) 267 de 2015 junto con el Decreto 1340 de 2016, ambos sancionados por Mauricio Macri.

A partir de estas normativas, se procura dar respuesta a dos interrogantes:

¿Cómo afectó la LSCA a la estructura de ingresos/abonados de Grupo Clarín y en particular, de Cablevisión?

¿En qué medida el DNU 267/2015 y luego el Decreto 1340/2016 aceleraron el despliegue de la convergencia digital? Vinculado con esto, ¿qué concepción de convergencia y de interés público subyace?

A partir de estos interrogantes, se parte de las siguientes hipótesis. Respecto de lo primero, es posible sostener que aun cuando la LSCA planteaba un escenario restrictivo para la concentración del sector, el Grupo Clarín —a través de Cablevisión— mantuvo su posición de mercado e incluso la incrementó en el segmento del cable digital. Esta área se convirtió en la “nave insignia” para el proceso convergente que se inaugura con el gobierno de Macri tras el anuncio de la división del grupo, lo cual, en parte fue diseñado con motivo de la adecuación a la LSCA. Distintos investigadores han seña-

¹ El proceso de convergencia digital remite a la reunión de las industrias del audiovisual, telecomunicaciones e internet. Este proceso no solo tienen consecuencias en el plano tecnológico, sino también tiene resultados económicos, sociales, culturales y en las políticas públicas y la reglamentación (Garnham, 1999 y Becerra, 2000). En este artículo el foco del análisis estará puesto en las dimensiones de la política regulatoria, así como sobre sus impactos económicos a través del análisis de Grupo Clarín.

lado el alcance limitado que tuvo la ley para desconcentrar el sector; en particular, Clarín no desinvertió. El aporte de este trabajo radica en demostrar a través del análisis de los balances de la compañía que durante el período 2010-2015 el grupo incrementó su negocio más lucrativo —cable e internet— lo cual explica en parte su interés por dividirse (un primer intento como estrategia para adecuarse a la ley a partir del fallo de la Corte Suprema (29 de octubre de 2013) y luego, en forma definitiva luego de la sanción del DNU).

Sobre la segunda pregunta referida al impacto de los decretos sancionados durante la gestión de Macri para el desarrollo de la convergencia, se puede adelantar que, en particular, el DNU 267/2015 impulsó de forma inmediata movimientos en el mercado, permitió adquisiciones y alianzas pendientes de autorización en el gobierno anterior (Clarín adquirió Nextel y se aprobó el ingreso de David Martínez² a Telecom), así como también se debilitó el marco legal, lo que creó un entorno favorable para el desarrollo de negocios. De ahí que subyace una mirada sobre la convergencia orientada al mercado que promueve la eficiencia técnica y la competencia como base para la desregulación del sector; lo que genera condiciones para un escenario de mayor consolidación entre pocos (y casi los mismos) actores.

Convergencia: factores tecnológicos, económicos y regulatorios

Van Cuilenburg y Mc Quail (2003) señalan que desde los 80 se advierte un paradigma emergente de políticas de comunicación signado por la convergencia, dirigido por una lógica económica y tecnológica en la que los intereses comerciales e industriales predominan sobre criterios de bienestar sociocultural como el pluralismo o la diversidad de información.

La transformación institucional del sector se asentó sobre cambios tecnológicos que abrieron oportunidades para los negocios empresariales y nuevas posibilidades de articular y regular el sector para los poderes públicos.

Impulsada por el proceso de digitalización, la convergencia tecnológica provoca que la línea que separa a las empresas de comunicación de las de telecomunicaciones para la transmisión de contenidos cada vez resulte más difusa.

El proceso de convergencia tecnológica alude a la reunión de los mundos audiovisual y de telecomunicaciones y la informática (Burgelman citado por Llorens Maluquer, 1998), que diluye la tradicional división entre servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, así como también entre productos y servicios por un lado, y la distinción entre servicios de sentido único e interactivo (Bustamante, 2003).

² David Martínez es fundador del grupo de inversión Fintech Advisory, que detenta el 40% de las acciones de Cablevisión, empresa perteneciente al Grupo Clarín.

La convergencia digital fue definida desde distintas vertientes dando lugar a miradas optimistas del proceso tecnológico (Negroponte, 1996); perspectivas intermedias que reconocen sus limitaciones pero exageran el poder de estructuras descentralizadas y procesos colectivos de creación (Sola Pool, 1983; Jenkins, 2006) y miradas críticas que, sin desconocer sus avances, relativizan sus alcances (Garnham, 1999; Becerra, 2000; Becerra, 2012; Gindre, 2007; Álvarez Monzoncillo, 2011; Zallo, 2011).

Si bien la convergencia impone el determinismo tecnológico como fundamento del discurso social y político dominante, sus implicancias trascienden la mera cuestión técnica para abarcar las dimensiones económica, política, cultural, social y jurídica. En consecuencia, es posible distinguir distintos niveles de convergencia: de tecnologías, de redes y servicios, de equipos, de actores (a partir de alianzas y fusiones empresariales), de políticas regulatorias y de formas de consumo (Becerra, 2000; Bustillo, 2011).

Se puede afirmar que el proceso de convergencia mediática representa una doble ruptura: cuestiona la base normativa de reglas presentes en cada medio y, a nivel tecnológico, los distintos medios pueden sustituirse en la prestación de servicios (Sandvig, 2009).

En consecuencia, entre los problemas que plantea la convergencia se encuentra la dificultad para definir el objeto a regular, los límites en los modelos regulatorios existentes y las estrategias empresariales/modelos de negocio (Álvarez Monzoncillo, 2011; Zallo, 2011; Becerra, 2012). Específicamente en materia de política regulatoria Singh y Raja (2010) sostienen que los retos de la convergencia regulatoria se encuentran en cuatro áreas: autorizaciones/licencias (tendencia hacia deslicenciamiento); gerenciamiento de espectro (pasaje del criterio administrativo al mercantil); interconexión y acceso; y servicio universal (se traslada de la telefonía fija a la banda ancha).

Ante este escenario, autores como Fransman (citado por Wohlers, 2008), Drucker y Gumpert (2010), Noam (2008) y Gindre (2007), entre otros, señalan que la regulación "vertical" (por servicio y/o por tecnología) propia del siglo XX dejó de funcionar ante la digitalización, ya que no contempla el aspecto integrado de internet que permite que cualquier red pueda llevar prácticamente cualquier servicio. Más allá de las diferencias entre los autores, todos coinciden en la necesidad de pasar de una regulación vertical hacia una horizontal.

Verhulst y Price (2013) señalan que están emergiendo nuevas formas de regulación que marcan un distanciamiento del modelo tradicional de mando y control por parte del Estado (*command and control*) hacia sistemas regulatorios más receptivos como el modelo de control a través de la tecnología (Burri, 2013; Katzenbech, 2013), el modelo de autorregulación (reglas definidas y aplicadas por los propios participantes del sector) y/o corregulación (involucramiento de actores privados y gubernamentales en el arreglo regulatorio) (Latzer, Just & Saurwin, 2013).

En relación con la dimensión institucional de la gobernanza del sistema de comunicación, la transformación se refleja en diversas tendencias; entre ellas, el pasaje de regulaciones nacionales a las universales a partir de la incidencia de organismos internacionales en la definición de políticas; la participación de un amplio número de grupos de interés (actores supranacionales, estatales y no estatales); el establecimiento de agencias regulatorias independientes; una tendencia creciente hacia una regulación descentralizada basada en la tecnología y fomentada por usuarios individuales (Latzer, Just & Saurwin, 2013; Freedman, 2006; Mastrini, de Charras, Fariña, 2013; Braman, 2004; Raboy & Mawani, 2013; Ó Siochrú & Girard, 2002).

La convergencia tecnológica, sumada a la liberalización de los mercados de comunicación, demandan una conceptualización diferente de política de comunicación y de la forma de regulación sectorial tradicional ya que —como plantea Becerra (2012)— la política de medios de comunicación que rigió a las sociedades del siglo XX es desafiada por la crisis de su propio objeto frente a la convergencia digital, que obliga a ampliar el objeto de análisis para incluir ya no solo a los medios tradicionales sino además a las redes de telefonía e internet. En el mismo sentido, Freedman (2006) sostiene que, en tiempos de cambios importantes en el ambiente global de los medios de comunicación, es necesario hacer foco sobre el proceso de elaboración de políticas con el surgimiento de nuevos actores, tecnologías y paradigmas que crean nuevos conflictos o aceleran los ya establecidos.

Marco regulatorio argentino: LSCA y los Decretos 267/2015 y 1340/2016

A diferencia de los países europeos y de Estados Unidos, desde comienzos del siglo XXI, con la llegada al poder de gobiernos caracterizados como de centro-izquierda o progresistas, en los países del cono sur se emprendieron reformas en la regulación de los medios. A partir del conflicto de intereses de estos gobiernos con los conglomerados mediáticos, las nuevas normativas introdujeron controles más estrictos sobre la propiedad de los medios, su financiamiento y el régimen de licencias (plazos, mecanismos de renovación, entre otras cuestiones) para diferentes actores sociales, no solo operadores comerciales sino también el reconocimiento a los medios de gestión estatal y el sector comunitarios y sin fines de lucro (De Moraes, 2011; Gómez Germano, 2011; Becerra, 2012 y 2015; Bizberge & Goldstein, 2014; Kitzberger, 2014; Badillo, Mastrini & Marengi, 2015).

El caso argentino ha sido emblemático para la región a partir de la sanción de la LSCA el 10 de octubre de 2009, que reemplazó al Decreto-Ley de Radiodifusión 22.285, sancionado durante la última dictadura militar, que reguló el sector desde 1980 con una lógica centralista y privatista (ya que solo podían ser licenciatarios quienes persiguieran fines comerciales). Este escenario se agudizó durante la década del 90 con

el gobierno de Carlos Menem (1989-1999), cuando se asistió a un proceso de *re-regulación*, concentración y transnacionalización del capital, que tuvo continuidad en las siguientes administraciones. Durante el gobierno de Néstor Kirchner tuvo un nuevo impulso la tendencia hacia la concentración del sistema de medios que se plasmó a través de normativas como la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales (Ley 25.750 de 2003) y el Decreto 527/2005 (por el cual se suspendía el cómputo de las licencias de radiodifusión por 10 años), así como también a través de decisiones sobre las condiciones de competencia en el mercado ya que, en diciembre de 2007, la Secretaría de Defensa de la Competencia autorizó la fusión de las empresas de TV por cable Cablevisión y Multicanal, ambas controladas por Grupo Clarín.

Los aspectos centrales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 pueden sintetizarse en: la incorporación de nuevos sectores en la gestión de medios (estatales, comerciales y sin fines de lucro); la reserva del 33% del espectro para los prestadores sin fines de lucro; los límites a la concentración (a nivel nacional tope del 35% de abonados/habitantes para TV abierta y paga, límite de 10 licencias para radio y TV abierta o 24 licencias de TV por vínculo físico o 1 licencia de TV satelital); la fijación de cuotas de producción de contenido nacional (60%), local (30%) e independiente (15%); un nuevo diseño institucional que busca promover mayor participación de distintos sectores en las instancias de decisión³.

Casi inmediatamente a la sanción, el Grupo Clarín judicializó la normativa, rechazando su aplicación al plantear la inconstitucionalidad de los artículos 41 (intransferibilidad de las licencias) y 161 (plazo de un año para la adecuación a las disposiciones de la ley), así como también el artículo 45 (régimen de multiplicidad de licencias) y 48 (prácticas de concentración indebida referida a vínculos societarios que exhiban procesos de integración vertical u horizontal).

El embate judicial incluyó la intervención del Juzgado en lo Civil y Comercial de la Ciudad de Buenos Aires (que dictó una medida cautelar que impidió la aplicación de tales artículos para Clarín), la Cámara de Apelaciones (que ratificó la cautelar ante la apelación por parte del Estado Nacional) y la Cámara en lo Civil y Comercial Federal, todas estas con posturas próximas a los intereses de Clarín. Finalmente, también intervino la Corte Suprema de Justicia que, tras un proceso de audiencias públicas para escuchar a los “amigos del tribunal”⁴, declaró la constitucionalidad de la Ley el 29 de octubre de 2013⁵.

³ Para un estudio en profundidad ver los artículos de Marino (2013), de Segura (2013) y de Marino y Guimerá Orts (2014).

⁴ Para un análisis en profundidad ver Bizberge (2015).

⁵ Para un estudio ampliado sobre la sanción y aplicación de la LSCA y las implicancias del fallo de la Corte, ver Baranchuk, 2010; Marino, 2014; de Charras & Baladrón, 2014; de Charras & Baladrón, 2013; Loreti & Lozano, 2014; Segura & Weckesser, 2016; Becerra, 2015.

Tras el fallo de la Corte se abrió la etapa de adecuación a la ley. En noviembre de 2013 Clarín presentó un plan voluntario de adecuación que consistía en la división de la compañía en seis unidades: unidad 1 (canales de aire y radios AM y FM de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza más la señal de noticias TN y 24 licencias de TV paga en zonas donde no hubiera TV abierta) y unidad 2 (continuadora de Cablevisión y Fibertel), que seguirían cotizando en bolsa y donde tendrían participación los accionistas minoritarios del grupo (José Aranda y Lucio Pagliaro, en la primera, y Ernestina Herrera de Noble y Héctor Magonetto, en la segunda). En tanto el resto de las unidades —que serían vendidas a terceros— estarían compuestas del siguiente modo: unidad 3, con 18 licencias de cable y una de TV paga con uso de espectro; unidad 4, principalmente señales para su distribución en el interior; unidad 5, con radio del interior, y unidad 6, con canales de TV abierta del interior.

La AFSCA inicialmente aceptó el plan y luego lo rechazó aduciendo la existencia de vínculos societarios entre dos de las unidades (1 y 2). En octubre de 2014, el directorio de AFSCA votó la adecuación de oficio, lo cual motivó la apertura de un nuevo proceso de judicialización, que finalmente concluyó tras la asunción de Mauricio Macri como presidente (2015). Con la sanción de su DNU 267 puso fin a la obligación de adecuarse a los límites establecidos por la LSCA en materia de condiciones de titularidad y cantidad de licencias.

Al asumir la presidencia, Macri tomó diversas medidas a través de decretos de necesidad y urgencia (DNU) destinados a modificar la normativa vigente, más precisamente, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y la Ley de Telecomunicaciones “Argentina digital”. Entre los principales cambios se puede mencionar la creación del Ministerio de Comunicaciones (DNU 13/2015) y la supresión del Ministerio de Planificación —con la transferencia al primero de todas las funciones relativas al área audiovisual—, la intervención de los organismos reguladores del audiovisual, Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), y de las telecomunicaciones, Autoridad Federal de Tecnologías de Información y Comunicación (AFTIC) (Decreto 236/2015), y la creación del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) mediante el Decreto 267/2015, que unifica AFSCA y AFTIC, promoviendo una estrecha dependencia del Poder Ejecutivo.

La normativa modifica varios artículos de LSCA y Argentina Digital, lo que favorece la lógica de concentración del sector al ampliar los límites establecidos para la cantidad de licencias (de 10 a 15 para radio y TV abierta), flexibilizar sus plazos y disponer una extensión automática del plazo vigente de todas las licencias, disponer prórrogas sucesivas sin audiencia pública, facilitar la transferencia de licencias entre empresas, eliminar la regulación para la TV por cable al considerarla dentro del ámbito de las telecomunicaciones, y volver a restringir el ingreso de las operadoras telefóni-

cas a los servicios de TV por suscripción por un plazo de 2 a 3 años (hasta 2018 o 2019, como se verá a continuación, el Decreto 1340/2016 determinó como fecha certera el 1° de enero de 2018), entre otras cuestiones.

De este modo, el foco de las políticas de comunicación cambia desde la preocupación por la concentración de la propiedad hacia la convergencia digital como otra cara renovada del mismo problema, donde subyace una mirada sobre la convergencia orientada hacia la eficiencia técnica y la competencia, donde predominan los intereses económicos (Bizberge & Califano, 2016; Califano & Bizberge, 2016, Bizberge, 2016).

Por otra parte, el Decreto 267/2015 creó, en el ámbito del Ministerio de Comunicaciones, la “Comisión para la Elaboración del Proyecto de Ley de Reforma, Actualización y Unificación” con el objetivo de redactar una nueva ley convergente que reemplazase a la LSCA y a la Ley Argentina Digital. Esta comisión lleva a cabo seminarios académicos y encuentros con organizaciones en un intento por generar participación para dar legitimidad a los cambios que traerá el anteproyecto de ley que será debatido en el Congreso. De las propuestas presentadas por los participantes en los 12 encuentros realizados hasta el momento, de modo general se pueden identificar dos líneas (por supuesto con matices): por un lado, la mirada cercana a las recomendaciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), que brega por la simplificación de normas y regulaciones *light touch* (encarnada en las propuestas de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones [ASIET] y, en menor medida, de la Cámara Argentina de Bases de Datos y Servicios en Línea [CABASE]) y, por otro lado, una aproximación desde los derechos humanos basada en los estándares de libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, que se evidencia a través de las propuestas de las redes de carreras de comunicación REDCOM (Asociación Civil Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo) y FADECCOS (Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social); en algunos puntos de la propuesta de la entidad sindical de trabajadores de medios (COSITMECOS), así como en las propuestas de radiodifusores de baja potencia, entre otros.

Las directrices establecidas por el DNU 267/2015 se complementan principalmente con el Decreto 1340/16, publicado en el *Boletín oficial* el 2 de enero de 2017, y que apunta de manera central a cuestiones de espectro e interconexión.

El decreto establece que a partir del 1° de enero de 2018 las empresas telefónicas podrán ofrecer servicios audiovisuales por cable en Buenos Aires, Rosario, provincia de Santa Fe y Córdoba. En el resto del territorio, la fecha la determinará el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), con una consideración especial para localidades con menos de 80 mil habitantes, donde el servicio sea prestado solo por cooperativas y pymes.

Además, la normativa estableció la reatribución (*refarming*) de frecuencias de espectro “con compensación económica y uso compartido”. Esto significa que las empresas

pueden pedir al regulador que frecuencias atribuidas a otros servicios sean utilizadas para brindar servicio de telefonía móvil 4G siempre y cuando paguen una compensación económica y cumplan con las obligaciones y metas específicas que determine ENACOM.

Junto con otras resoluciones posteriores⁶, esto permitió que Nextel (Clarín) fuera autorizado para utilizar las frecuencias en las bandas de 2,5 Ghz y de 900 Mhz para desplegar sus servicios móviles.

En contraposición con la lógica de apertura del espectro, el gobierno fue proteccionista en materia de interconexión al establecer un período de 15 años en el que los operadores que construyan redes de última milla de banda ancha no serán obligados a abrirlas a terceros, lo cual actúa como incentivo para las telefónicas incumbentes (Telefónica y Telecom), Cablevisión (Clarín) y DirecTV (AT&T) —que ingresará como competidor de banda ancha fija gracias al decreto—, pero contradice las tendencias normativas en la materia, que proclaman la construcción de redes de arquitectura abierta y apertura de redes existentes para promover la competencia. La protección también alcanza a las redes móviles pero, en este caso, con más claridad para un actor (Cablevisión), que gozará de tarifas asimétricas de interconexión por tres años (con posibilidad de prórroga por un año y medio más) y con precios de referencia por el mismo período. Luego, el regulador dejaría de ejercer esta potestad que quedará en manos del mercado como un asunto entre privados.

El impacto de la LSCA para el desarrollo de negocios de Grupo Clarín

Luego de haber realizado un breve recorrido por el contexto normativo argentino, en este apartado nos abocaremos al análisis del impacto de la normativa audiovisual en el desarrollo de negocio de Grupo Clarín.

El sector de la TV paga en la Argentina es uno de los más importantes de la región. Se trata de un mercado saturado, con una penetración en hogares del 84% de acuerdo con cifras de Business Bureau. No obstante, durante el período 2011-2015⁷, la base de suscriptores al servicio pasó de 7,1 millones a 8,9 millones (Fig. 1).

⁶ La Resolución 171/2017 del Ministerio de Comunicaciones estableció el “Reglamento por el que se establece el procedimiento de *refarming* con compensación económica y uso compartido de frecuencias”, por el cual se definió que las bandas 450 a 470 Mhz, los segmentos de la banda de 698 a 960 MHz, la banda de 2300 a 2400 MHz y la banda de 2500 a 2690 MHz serían reatribuidas para telefonía móvil. Esta resolución también amplió el límite de acumulación de espectro por prestador en una localidad de 60 Mhz a 140 Mhz, de modo que tanto los operadores existentes (Movistar, Personal y Claro) como los nuevos (Cablevisión) podrán contar con espectro para el despliegue de 4G. Posteriormente, las resoluciones del ENACOM permitieron la atribución de las bandas de 2.500-2690 Mhz y de 905 a 915 MHz y 950 a 960 MH para el servicio de comunicaciones móviles (Res. ENACOM 1.033 y 1.034/2017) y se aprobó la propuesta de Nextel (Clarín) para el uso de tales bandas para el despliegue de telefonía móvil (Res. 1.299/2017).

⁷ Si bien el período estudiado abarca desde el 2010 hasta el 2015, se toma como punto de partida el 2011 debido a que los datos sobre total de abonados en 2010 presentaban grandes divergencias entre las fuentes consultadas, lo cual reducía el nivel de confiabilidad de los datos.

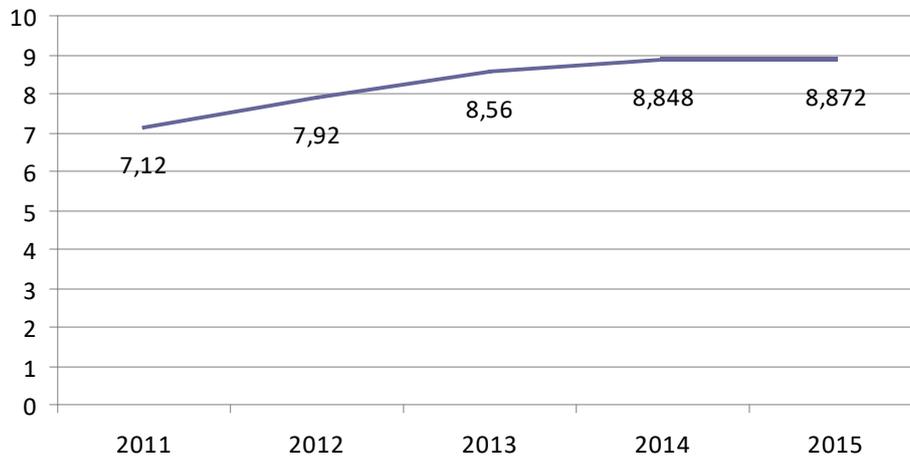


Figura 1. Total de abonados de TV paga. Estimaciones sobre la base de Business Bureau. No incluye piratería ni subreporte.⁸

Otra característica del mercado de TV paga es que está concentrado. Grupo Clarín, a través de Cablevisión, es el principal operador con una participación que ronda en promedio el 45% de mercado en el período estudiado. En segundo lugar, se ubica el operador de TV satelital DirecTV⁹ que poco a poco fue ganando mercado hasta alcanzar el 28% hacia fin de 2015. Muy por detrás se encuentran Telecentro (propiedad del empresario Alberto Pierri, a su vez expresidente de la Cámara de Diputados del Congreso argentino durante el gobierno de Carlos Menem [1989-1999]) y Supercanal (del Grupo Vila-Manzano, propiedad de los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano; este último fue diputado y ministro también durante el gobierno de Menem) (Fig. 2).

En la figura 2 se puede observar una leve caída en la posición de Cablevisión a lo largo del tiempo. Sin embargo, la explicación se encuentra más en razones de mercado que en la incidencia ejercida por la política pública de la administración de Cristina Fernández de Kirchner. Contribuyó principalmente el crecimiento de DirecTV y la competencia de plataformas de nube, en especial la llegada de Netflix, que pasó de 57 mil suscriptores en 2011 a 310 mil en julio de 2014 (Páez Triviño, 2014)¹⁰, lo que transformó a la Argentina en el tercer país latinoamericano con más suscriptores, detrás de

⁸ Todos los gráficos son de elaboración propia.

⁹ Hasta 2015, DirecTV Argentina era parte de DirecTV Latinoamérica (Liberty). En 2015, la compañía a nivel global fue adquirida por AT&T.

¹⁰ Netflix ya tiene 50 millones de abonados en todo el mundo (25 de julio de 2014). *La Nación*.

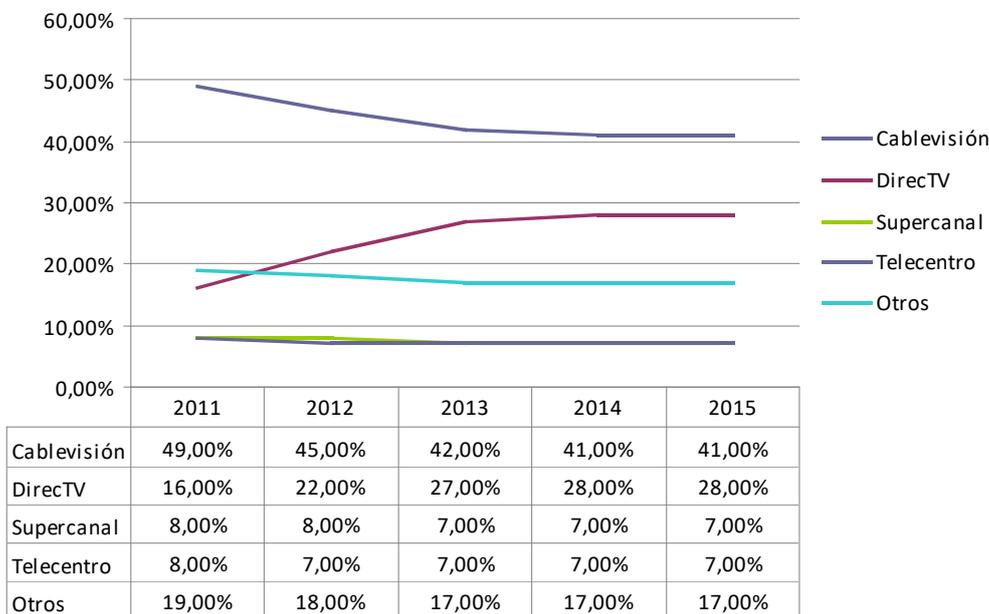


Figura 2. Evolución del *marketshare* de TV paga. Estimaciones sobre la base de Business Bureau.

Brasil y México¹¹. De acuerdo con información de prensa, en 2015 había más de 550 mil suscriptores a la plataforma, con un promedio de 2 o 3 usuarios por cuenta¹². Si bien las cifras aún resultan bajas en relación con Cablevisión o DirecTV, permiten a Netflix acercarse al tercer lugar en cuanto a participación en el mercado audiovisual de pago con una cantidad de abonados similar a Telecentro o Supercanal.

Tal como se desprende de la lectura de los estados contables anuales del Grupo Clarín, la política gubernamental no tuvo incidencia directa en los resultados de la compañía. La televisión digital terrestre (TDT) —conocida en la Argentina bajo el nombre de televisión digital abierta (TDA)— no incidió “en la captura anual” de abonados (Grupo Clarín, 2010, p. 3 y 2011, p. 4).

Del mismo modo, tampoco puede adjudicarse la leve pérdida de participación a la implementación de la LSCA. Los estados contables de la compañía refieren a sus

¹¹ De acuerdo con la consultora Digital TV, primero está México seguido de Brasil y de la Argentina. En cambio, según SNL Kagan, el primer lugar lo ocupa Brasil, el segundo, México y luego Argentina. “Brasil, México y Argentina: TOP3 regional en abonados de Netflix” (28 de abril 2015). The daily television. Disponible en: <http://www.thedailytelevision.com/articulo/tech/nuevas-plataformas/brasil-mexico-y-argentina-top3-regional-en-abonados-de-netflix> (consultado: 28 sep. 2016).

¹² Netflix afirma su posicionamiento en Argentina (19 de junio de 2016). El eco de Tandil. Disponible en <http://eleco.com.ar/interes-general/netflix-afirma-su-posicionamiento-en-argentina/> (consultado: 13 oct. 2017).

efectos nocivos para la libertad de expresión¹³, así como también se señala un estado de “incertidumbre” para el futuro del negocio vinculado con la “desinversión” (artículo 161 de la LSCA)¹⁴ y al posible ingreso de las telefónicas al sector audiovisual a partir de la sanción de la Ley Argentina Digital en 2014. Como acción para mitigar potenciales efectos, en cualquier caso, se pone énfasis en que “como prevé el fallo de la Corte, la Sociedad seguirá litigando en los tribunales locales todos los aspectos vinculados a la aplicación discrecional y selectiva de la norma por parte del gobierno nacional” (Grupo Clarín, 2014, p. 79).

De lo anterior se destaca que las menciones sobre potenciales perjuicios no tuvieron correlato en los resultados de la compañía ni en el escenario realmente acontecido producto de la judicialización de la LSCA (aun tras el fallo de la Corte).

En relación con la Ley Argentina Digital, en parte debido a la dilación en su reglamentación —que dejaba puntos poco claros— y en parte por la expectativa ante el escenario preelectoral, los movimientos de las telefónicas fueron prácticamente nulos, más allá del pedido de Telecom ante la Inspección General de Justicia (IGJ) para cambiar su objeto de modo de prepararse para la prestación de servicios audiovisuales. Es decir, la normativa operó más como un modo de ir cercando a Clarín por la vía del mercado (Becerra, 2015), aunque sin generar mayores movimientos.

Finalmente, con el cambio de gobierno, la incertidumbre y los potenciales riesgos se disiparon; en cambio, como indica Clarín en su estado contable anual de 2015, “el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 267/2015 (en adelante “DNU”) de fecha 29 de diciembre de 2015 significó la introducción de importantes reformas tanto a la Ley N° 26.522 como a la Ley 27.078, las que tienen un importante impacto en la proyección empresarial de la Sociedad y sus Subsidiarias...” (Grupo Clarín, 2015, p. 43). Así, de la incertidumbre para el desarrollo de negocios se pasó a un escenario con proyección.

Hasta aquí analizamos los argumentos de Clarín que evidencian la escasa o nula influencia de la política pública de modo general en su posición dentro del mercado audiovisual. A continuación, nos abocaremos al estudio del reporte de resultados de la compañía entre 2010-2015 con el objetivo de analizar su desarrollo empresarial.

¹³ Las referencias sobre la vulneración a los derechos humanos aparecen aludidas como límites a las “libertades fundamentales” (Grupo Clarín, 2010, p. 65), a la “libertad editorial como en su sustentabilidad económica, garantía de independencia” (Grupo Clarín, 2011, p. 5) o “vulneración al derecho a la propiedad y libertad de prensa” (Grupo Clarín, 2011, p. 79).

¹⁴ En los estados contables de 2011 y 2012 se encuentran referencias idénticas que comentan la “incertidumbre en los negocios de la sociedad y sus subsidiarias, situación que podría afectar significativamente la recuperabilidad de sus activos”, lo cual sería contrarrestado “por la modificación, derogación o declaración de la inconstitucionalidad de la Ley en cuestión y/o de su reglamentación” (2011, p. 79, 2012, p. 80). Luego, con motivo de la presentación ante AFSCA del Plan de Adecuación Voluntaria, se vuelve a remarcar el “escenario de incertidumbre con respecto al desarrollo de los negocios hacia futuro” (2013, p. 102).

Clarín en números

Así como anteriormente decíamos que la pérdida de posición de mercado está más atribuida a cuestiones de mercado que a la incidencia de la LSCA, del mismo modo es posible afirmar que la implementación de nuevas reglas sectoriales que introdujo la LSCA tampoco impidió el crecimiento de sus áreas estratégicas, como lo son el segmento de TV por cable y banda ancha (Figs. 3 y 4).

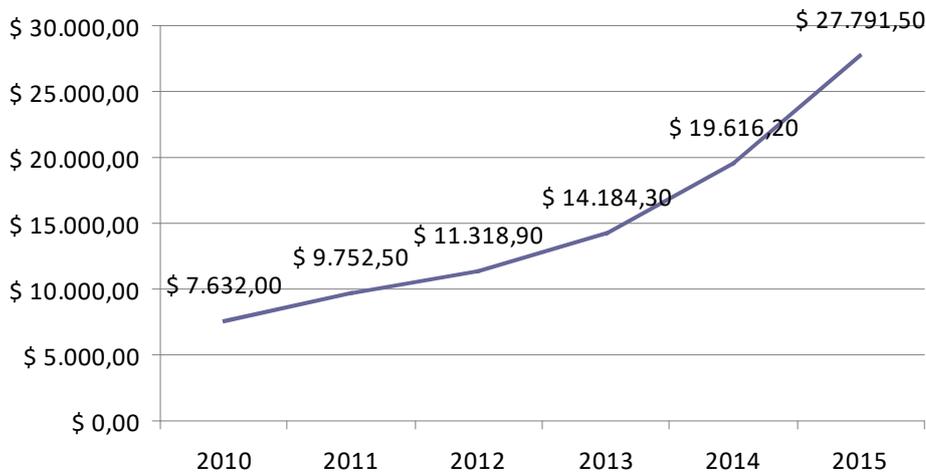


Figura 3. Evolución de ingresos Clarín. Balances de Grupo Clarín 2010-2015.

De la figura 4 se desprende por un lado que, de los cuatro segmentos que distingue la compañía, el de cable e internet es el que mayor porcentaje de ingresos representa con un promedio entre los 5 años del 68%, seguido por el de impresión y publicación (diarios y revistas de modo general) con un promedio del 19,42% y por el de producción y distribución de contenidos (básicamente, la TV abierta y la radio), con un promedio del 13,65%. Muy por detrás y casi de modo emergente, se encuentra el segmento de contenidos digitales, con un promedio del 3,11%.

Otra cuestión que ilustran estos datos es que mientras que el segmento de cable e internet presenta una tendencia creciente año tras año en relación con su participación en los ingresos del grupo, los otros tres segmentos se mantienen relativamente estables, con una leve tendencia en sentido decreciente.

En lo referente a la base de abonados a la TV paga, las suscripciones mostraron un escaso crecimiento, de 3,1 millones en 2010 a 3,4 millones en 2015, lo cual se explica por la saturación del mercado, como ya fue mencionado al comienzo del apartado. Sin embargo, el mayor crecimiento estuvo dado por los suscriptores digitales, que casi triplicaron su base de abonados al pasar de 584 mil en 2010 a 1,4 millones en 2015 (con

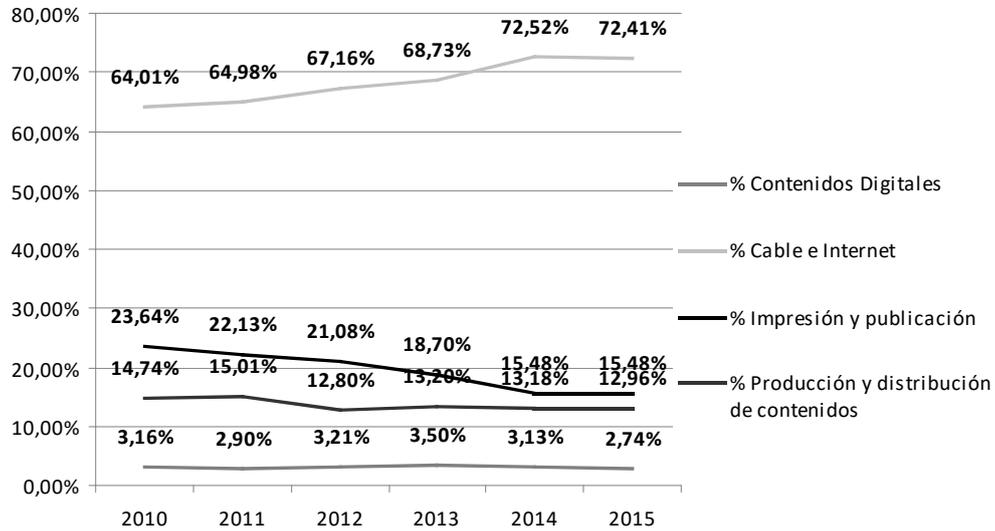


Figura 4. Participación por segmento/ingresos Clarín. Balances de Grupo Clarín 2010-2015.

un pico de crecimiento en el último año al pasar de 1,2 millones a 1,4 millones), lo que representa el 42,5% de la base total de clientes (Fig. 5).

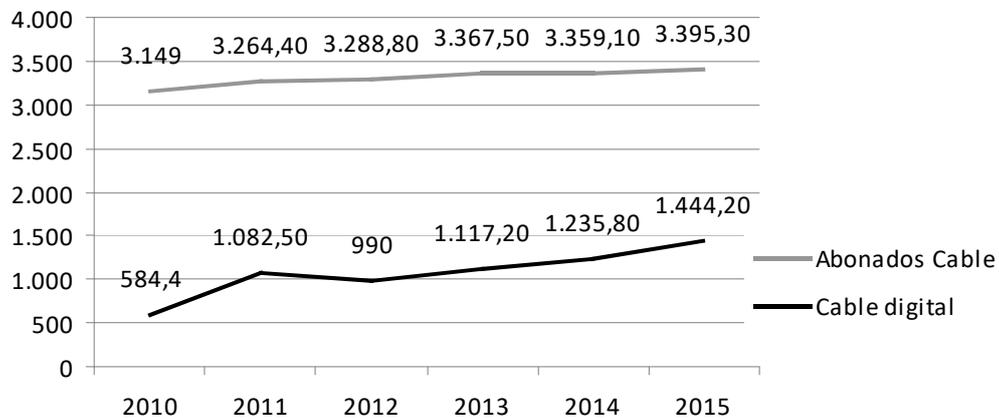


Figura 5. Suscriptores de cable/cable digital. Balances de Grupo Clarín 2010-2015.

Junto con el crecimiento de los abonados digitales, los suscriptores a banda ancha también se incrementaron, duplicando su base al pasar de 1,1 millones en 2010 a 2 millones en 2015 (Fig. 6).

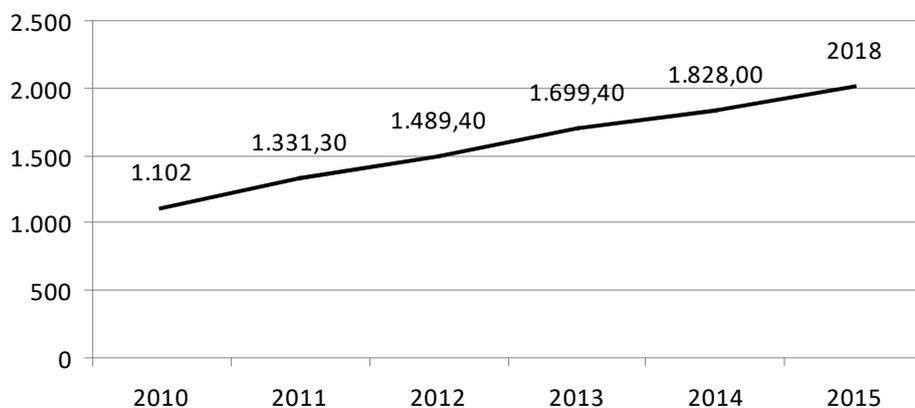


Figura 6. Suscriptores banda ancha. Balances de Grupo Clarín 2010-2015.

De este modo, tal como lo indica el balance, el segmento de cable e internet fue creciendo año tras año motivado por el incremento en la base de clientes de ambos servicios y su gasto promedio por usuario (ARPU), que pasó de 123,6 a 477,6 pesos en cinco años, lo que redundó en mayores ingresos para el segmento. Desde ya que los niveles de inflación registrados en el período analizado inciden en los niveles de ARPU, pero el incremento no solo responde a este factor sino que, como se mencionó antes, el crecimiento de usuarios de cable digital y banda ancha, así como de otros servicios de valor agregado, como la suscripción a canales premium y servicios bajo demanda (no hay cifras de estos servicios informadas en el balance), entre otros, contribuyeron al crecimiento genuino del segmento.

En síntesis, el crecimiento continuo en relación con la mayor participación en los ingresos del sector de cable e internet sobre los demás segmentos de la compañía se dio de la mano del crecimiento de la base de usuarios digitales de servicios *dobles play* (cable y banda ancha). De ahí que el verdadero motor de la “convergencia” es menos convergente de lo que el discurso sostiene, ya que está anclado en la infraestructura y es lo que llevó a la compañía a dividirse para crecer (lo cual será abordado más adelante).

Las empresas telefónicas

El reclamo por parte de las empresas telefónicas para prestar servicios audiovisuales data de la década del 90 (Amorín, 1997). Tanto la Ley de Telecomunicaciones de 1972 como la Ley de Radiodifusión 22.285 y los pliegos de privatización de la empresa telefónica pública ENTel impedían a las telefónicas modificar su objeto para extender su prestación de servicios a otras áreas como el audiovisual. Incluso, a pesar de que el proyecto original levantaba el interdicto para las empresas de telecomunicaciones, la

LSCA mantuvo la prohibición, que recién se levantó tras la sanción de la Ley Argentina Digital en 2014, la cual reemplazó a la Ley de Telecomunicaciones de 1972.

Becerra (2015) señala que la Ley “Argentina Digital” inaugura en el país una nueva etapa del proceso de concentración de medios que comenzó en la década del 90¹⁵ y genera un cambio de rumbo en la política trazada por la Ley SCA, que colocó la concentración como eje central de intervención. El autor caracteriza esta nueva etapa como un proceso de “concentración convergente”, que consagra el liderazgo de grupos extranjeros de telecomunicaciones en el sector de la TV por cable, dominado por el Grupo Clarín, como un intento de afectar su posición por la vía de la competencia, tras las dificultades para hacerlo a través de la normativa audiovisual (Becerra, 2015, p. 45).

A pesar de un marco regulatorio adverso, las “telcos” —en particular Telefónica— incursionaron en TV abierta en los 90¹⁶ y, de modo incipiente, entre 2010 y 2011 fueron desarrollando un modelo de prestación audiovisual de pago a través de internet utilizando su licencia de servicios de valor agregado —la que las habilita a brindar internet—; de este modo, tanto Telecom-Personal (Arnet Play), como Claro (Ideas Claro) y Telefónica (OnVideo) comenzaron a ofrecer servicios audiovisuales para sus clientes de banda ancha (Bizberge, 2012 y 2015; Páez Triviño, 2014).

Si se tiene en cuenta su reclamo “histórico” y a pesar de que en 2014 la Ley Argentina Digital les permitió por primera vez a las telefónicas brindar servicios audiovisuales, no hubo grandes movimientos en el mercado más allá del pedido de Telecom ante la Inspección General de Justicia (IGJ) para cambiar de objeto social a fin de poder prestar servicios audiovisuales.

¿A qué se debió esto? De acuerdo con datos obtenidos a través de entrevistas con informantes clave de las compañías telefónicas, la normativa fue calificada de “confusa” y “muy genérica”, y dejó la mayor parte de aspectos importantes (por ejemplo, la interconexión) a la reglamentación que, finalmente, nunca se realizó. Este argumento fue reconocido como una falencia por una fuente gubernamental ligada al regulador, quien señaló que “una vez sancionada (la ley), hacia abajo había que hacer *un montón*” y reconoció que “el tiempo político de las elecciones quitó tiempo de trabajo en la implementación de la ley”.

Otra de las cuestiones a las que aludieron las fuentes empresariales consultadas fueron las dificultades de “articulación con la Ley de medios (LSCA)”, por ejemplo en relación con los límites sobre la cantidad de áreas de servicio que hacen que la prestación de servicio sea “antieconómica”. Además refirieron a la disconformidad por la inhibición para prestar servicios satelitales de TV; “sin esa restricción, tal vez las empresas hubieran comenzado a prestar el servicio”.

¹⁵ Para un estudio detallado ver Mastrini (2008).

¹⁶ Para un análisis en profundidad ver Mastrini (2008).

El impacto de los decretos de Macri en el mercado audiovisual

Con la llegada de Mauricio Macri a la presidencia se introdujeron importantes cambios regulatorios a través del DNU 267/2015 —y luego del Decreto 1340/2016— que modificó las leyes audiovisual y de telecomunicaciones.

La normativa, que desregula el sector del cable considerándolo servicio TIC al igual que las telefónicas (que deben esperar hasta el 2018 para poder comenzar a brindar servicios audiovisuales), puso en el centro de la escena la discusión sobre la “convergencia” no solo en términos regulatorios sino además en expresiones de mercado, donde tuvo un efecto inmediato.

Una de las primeras señales se dio con la autorización del ingreso de David Martínez (fundador del grupo de inversión Fintech Advisory) en Telecom¹⁷ —que había quedado frenado por el gobierno anterior¹⁸—, quien adquirió la compañía y también mantuvo el 40% de las acciones en Cablevisión a través de Fintech Advisory. Con su desembarco, se anunció una nueva cúpula directiva que entre sus integrantes tiene a Roberto Nobile, exjefe de operaciones (*chief operating officer* [COO]) de Cablevisión, quien asumió la Dirección de Estrategia, Innovación y Desarrollo de Negocios¹⁹. Este “pasaje” de directivos, sumado al reciente anuncio del acuerdo con Grupo Wertheim²⁰ por el cual Fintech pasará a controlar el ciento por ciento de las acciones de Telecom Argentina, podría tomarse como una muestra más de los vínculos entre las compañías y su posible alcance aunque, en apariencia, ahora compitan en la prestación de servicios de banda ancha y en un futuro cercano, de telefonía móvil tras la adquisición de Nextel por parte de Grupo Clarín.

La compra de Nextel²¹ fue el prelude del anuncio de la escisión del Grupo para “focalizar” y “crecer”. Por un lado quedaron los contenidos (la división de publicación e impresión, la de producción y distribución de contenidos, es decir, radio, TV abierta y señales, y la de contenidos digitales) a cargo de Grupo Clarín S.A. y, por el otro, la infraestructura (cable, internet y telefonía móvil), a cargo de Cablevisión Holding S.A. (CVH)²², lo cual se parece al plan de adecuación a la LSCA pero, esta vez, sin despen-

¹⁷ David Martínez asumió el control de Telecom Argentina (8 de marzo de 2016) [en línea]. iProfesional. Disponible en: <http://www.iprofesional.com/notas/228795-David-Martinez-asumi-el-control-de-Telecom-Argentina> (consultado: 9 oct. 2016).

¹⁸ Crettaz, J. (2015, oct. 15). El Gobierno rechazó el ingreso de David Martínez a Telecom Argentina *La Nación*.

¹⁹ Krom, A. (2016, mayo 13). Grupo Telecom renueva su cúpula directiva tras el arribo de Fintech. *Telesemana*. Disponible en: <http://www.telesemana.com/blog/2016/05/13/grupo-telecom-renueva-su-cupula-directiva-tras-el-arribo-de-fintech/> (consultado: 3 oct. 2016).

²⁰ El Grupo Wertheim posee el 32% de las acciones de Sofora mientras que el 51% pertenece a Fintech, de David Martínez, que cuenta con el 78,38% del capital de Nortel Inversora S.A., que controla el 54,74% del capital social de Telecom Argentina.

²¹ Cablevisión completó la compra de Nextel Argentina (29 de enero de 2016). *Clarín*.

²² Grupo Clarín (2016, ago 16). El Grupo Clarín propone escindir su estructura societaria. Buenos Aires: Grupo Clarín. Disponible en: <http://www.grupoclarin.com.ar/comunicados/grupo-clarin-propone-escindir-su-estructura-societaria> (consultado: 3 oct. 2016).

derse de nada. Esto remite a un movimiento de “des-convergencia” que, siguiendo al investigador coreano Dal Yong Jin (2013), es una tendencia paralela a la convergencia y refiere al movimiento empresarial para decrecer magnitud estratégicamente para recuperar ganancias y sobrevivir en el mercado con distintas estrategias de negocio. El autor señala que a través de dos grandes crisis económicas del siglo XXI, desde el quiebre de la burbuja de las “punto com” hasta la crisis financiera de 2007-2008, los gigantes de las comunicaciones basadas en Estados Unidos, Reino Unido, Francia y Canadá vendieron parte de sus compañías y realizaron *split off* y/o *spun off* de sus firmas para focalizarse en sus negocios principales, en lugar de buscar la consolidación, típica estrategia de la era neoliberal. Un ejemplo de ello —como indica Jin— es el proceso de separación entre Time Warner-AOL, que finalizó en 2009.

En este mismo sentido iría la venta de Telefó, propiedad de Telefónica, a Viacom (que se concretó en noviembre del 2016), en una maniobra que comenzó el grupo español a nivel internacional en el 2002 con la llegada de César Alierta y que se tradujo en la desinversión en la mayoría de las empresas televisivas y audiovisuales, en paralelo a la gestación de una línea de contenidos digitales y provisión de contenidos, es decir, la prestación de TV paga en América Latina (Bizberge, 2012).

La propuesta de Jin resulta de interés al advertir que este movimiento estratégico para decrecer no significa que la convergencia haya “muerto” como paradigma dominante. En cambio, busca dar cuenta que la desconvergencia es una tendencia que va ganando terreno en la actualidad para comprender el crecimiento y desarrollo de la industria de la comunicación.

A los movimientos empresariales ya señalados hay que sumar la autorización que otorgó en septiembre de 2016 el Ministerio de Comunicaciones a DirecTV-AT&T (resolución 380/2016) para prestar servicio de banda ancha de manera experimental por un plazo de dos años y luego de forma definitiva a través de las disposiciones del Decreto 1340/2016.

El sector audiovisual comenzó a mutar vertiginosamente a partir del DNU 267/2015 y del Decreto 1340/2016, junto con una serie de resoluciones para operativizarlo, sin esperar la discusión parlamentaria del anteproyecto para una nueva “ley convergente” que el propio gobierno encomendó a la Comisión Redactora.

En este sentido, el gobierno de Mauricio Macri diseña la política de comunicación de cara a la convergencia digital sobre la base de decretos, con reglas laxas, orientadas al sector privado, comercial y al desarrollo de la competencia entre los más fuertes en la búsqueda de maximización de los negocios. Así, la concepción de convergencia que subyace es aquella en la que el interés público se define por criterios mercantiles, olvidando la doble dimensión de los medios, como agentes económicos y simbólicos (Zallo, 1988).

Según esta mirada, la convergencia exige respuestas inmediatas que no pueden esperar procesos largos de formación de consenso como podría ser la puesta en debate para la construcción y posterior discusión parlamentaria de un proyecto de ley a través de los mecanismos formales que el propio gobierno dispuso para el desarrollo tecnológico y de mercado. El único consenso que requiere esta concepción de convergencia es el de las empresas, lo cual evidencia la incidencia cada vez mayor de empresas nacionales e internacionales para alcanzar acuerdos de corregulación en la definición de políticas públicas.

Conclusión

La convergencia tecnológica hace que el sector audiovisual ya no se ajuste a los criterios tradicionales, ni en lo referente a su estructura y comportamiento —con la aparición de nuevos actores, servicios y formas de monetización— ni en lo que respecta a la regulación.

Como se observó en este trabajo, la LSCA no resultó eficaz como mecanismo para alcanzar su objetivo central, la desconcentración del sector en su conjunto. Por el contrario y teniendo en cuenta los casos estudiados, a pesar de la ley, el Grupo Clarín pudo crecer en el área del cable e internet, lo que luego redundó en la escisión de la compañía anunciada con el cambio de gobierno, como uno de los efectos del DNU 267/2015. Con esto no se pretende afirmar que la ley haya contribuido de modo directo al crecimiento del Grupo; tampoco se analizó aquí si la empresa podría haber desarrollado más sus negocios y expandirse si la ley no hubiera existido. Lo que se afirma es que la LSCA no impidió a la compañía crecer en sus áreas más lucrativas y, frente al nuevo contexto planteado por el gobierno de Macri, estuvo en buenas condiciones para poder hacer frente a las telefónicas ante su eventual ingreso al sector audiovisual en un escenario de plena competencia entre los sectores, en definitiva, de “convergencia”.

Ahora bien, ¿qué concepción de convergencia emerge de la discusión planteada en el artículo? ¿En qué medida la convergencia supone la real integración de sectores?

En nombre de la convergencia se relajan las reglas en beneficio de las empresas. En términos de estrategias empresariales, la convergencia es el pretexto para realizar la separación en unidades (tal como lo hizo Clarín pero también Telefónica a nivel global, aunque en este último caso, efectivamente desprendiéndose de su negocio en TV abierta). Lo curioso es que a partir del caso de Grupo Clarín se desprende que la “convergencia” se reduce al fortalecimiento en el área de infraestructura, lo cual resulta menos llamativo para las empresas telefónicas cuyo negocio principal siempre fue ese, a diferencia de las grandes empresas de cable, que conjugaban su foco en la producción de contenidos con el desarrollo de infraestructura de transporte y distribución.

A partir de este trabajo se abren interrogantes: si el foco de la convergencia es la infraestructura, ¿se puede seguir sosteniendo el reinado de los contenidos? ¿Será que este movimiento anticipa que las empresas tradicionales, sean de TV cable o de telecomunicaciones, dan por perdida la batalla de los contenidos ante los nuevos actores *over the top* (OTT) para focalizarse en el transporte?

Estas preguntas servirán de guía para futuros trabajos que profundicen sobre estrategias empresariales. En este sentido, la afirmación de Jin (2013) sobre la tendencia emergente de la desconvergencia, como movimiento paralelo a la convergencia es una línea sobre la cual habrá que seguir indagando para comprender el desarrollo de la industria de la comunicación. El decrecimiento de magnitud de las empresas (sea desprendiéndose de activos o dividiéndolos) no equivale a la divergencia histórica de tradiciones de comportamiento de los sectores audiovisual y de telecomunicaciones, sino que se trata de una estrategia empresarial renovada que surge luego del período de consolidación propio de la década del 90.

Otra línea de indagación se refiere a la política regulatoria. A partir de los movimientos que trae la convergencia digital junto con la globalización (de las empresas y de la definición de políticas), subyace la importancia de analizar cómo los estados nacionales pueden modernizar sus marcos regulatorios de modo que no solo respondan a las demandas de los conglomerados mediáticos sino que además incluyan la perspectiva de libertad de expresión y pluralismo.

Referencias

- Amorín, M. (1997). *Las canaletas de la televisión: la historia de la TV por cable en la Argentina*. Buenos Aires: Magazine Satelital.
- Álvarez Monzoncillo, J. M. (2011). Introducción. En: Álvarez Monzoncillo (comp.). *La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Madrid: Ariel.
- Baranchuk, M. (2010). Una historia sobre la promulgación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)". En: *Ley 26.5222 de servicios de comunicación audiovisual: historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Buenos Aires: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA).
- Badillo, A.; Mastrini, G. & Marenghi, P. (2015). Teoría crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina y los gobiernos progresistas. *Comunicación y sociedad*, Guadalajara, México, nueva ép., 24, p. 95-126.
- Becerra, M. (2000). De divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortalezas y debilidades de un proceso inconcluso. *Zer* 8, p. 93-112. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/De-la-divergencia-a-la-convergenciaen-la-sociedad-informacional/107> (consultado: 13 mar. 2017).

- Becerra, M. (2012). *Redes y medios: la resurrección de la política*. [Santiago de Chile]: Friedrich Ebert Stiftung. Disponible en: http://fes.cl/media/documentos/redes_medios_politica.pdf (consultado: 13 mar. 2017).
- Becerra, M. (2015). *De la concentración a la convergencia: políticas de medios en Argentina y América Latina*. Buenos Aires: Paidós.
- Bizberge, A. (2012). *El impacto de Internet en los modelos de negocio de la industria televisiva en América Latina: un estudio de la convergencia tecnológica en cinco grupos multimedia* [tesis de maestría]. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Bizberge, A. (2015). La regulación sobre medios audiovisuales en el siglo XXI en Argentina y Brasil. *Revista mexicana de opinión pública*, 19, p. 13-38.
- Bizberge, A. (2016, septiembre 29). Movimientos en la política de comunicación. *Bastión digital*. Buenos Aires: Poder Ciudadano, Fundación Directorio Legislativo y Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia (ACIJ). Disponible en: <http://ar.bastiondigital.com/notas/movimientos-en-la-politica-de-comunicacion> (consultado: 13 mar. 2017).
- Bizberge, A. & Califano, B. (2016, enero 6). El pretexto de la convergencia. *Página 12*, sección La Ventana. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-289663-2016-01-06.html> (consultado: 13 mar. 2017)
- Bizberge, A. & Goldstein, A. (2014). *Medios y gobiernos latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación*. Buenos Aires: Observatorio Latinoamericano del Instituto de Estudios de America Latina y el Caribe (IEALC), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Dossier; 14). Disponible en: <http://iealc.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/57/2011/06/Observatorio-Latinoamericano-14-medios.pdf> (consultado: 13 mar. 2017)
- Braman, S. (2004). *The emergent global information policy regime*. New York: Macmillan.
- Burri, M. (2013). Controlling new media (without the law). En: Price, M., Verhulst, S. & Morgan, L. (eds.). *Routledge handbook of media law* (p. 327-342). New York: Routledge.
- Bustamante, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bustillo, R. (2011). *Un modelo institucional para la regulación en materia de convergencia tecnológica en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL. Disponible en: <http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3916/S2011096.pdf;jsessionid=8BDAC5CBA5D05B075034695535A87B10?sequence=1> (consultado: 13 mar. 2017)
- Califano, B & Bizberge, A. (2016, enero 6). Hacia un negocio más concentrado. *Bastión digital*. Buenos Aires: Poder Ciudadano, Fundación Directorio Legislativo

- y Asociación Civil por la Igualdad y la Justicia (ACIJ). Disponible en: <http://ar.bastiondigital.com/notas/hacia-un-negocio-mas-concentrado> (consultado: 13 mar. 2017).
- de Charras, D. & Baladrón, M. (2013). Libertad de expresión y derecho a la información: luces y sombras en el camino hacia el ejercicio pleno de una ciudadanía comunicacional. En: Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS). *Derechos humanos en Argentina: informe 2013* (p. 499-537). Buenos Aires: Siglo XXI.
- de Charras, D. & Baladrón, M. (2014). Una mirada sobre la sentencia que confirmó la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina. *Chasqui*, 127, p. 37-47.
- De Moraes, D. (2011). *La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Drucker, S. & Gumpert, G. (2010) (eds). *Regulating convergence*. New York: Peter Lang.
- Garnham, N. (1999). El desarrollo del multimedia: un desplazamiento de la correlación de fuerzas. En: Bustamante, E. & Álvarez Monzoncillo, J. M. (eds.). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo.
- Grupo Clarín (2010-2015). *Reporte anual*. Disponibles en: <http://www.grupoclarin.com/ir/Reportes-de-Resultados> (consultado: 13 mar. 2017).
- Grupo Clarín (2010-2015). *Estados contables*. Disponibles en: <http://www.grupoclarin.com/ir/Reportes-de-Resultados> (consultado: 13 mar. 2017).
- Gómez Germano, G. (2011). Gobiernos progresistas y políticas públicas de comunicación: una aproximación regional para provocar la reflexión. En: Koschützke, E. & Gerber, E. (eds.). *Progresismo y políticas de comunicación: manos a la obra* (p. 15-32). Buenos Aires: Fundación Friedrich Ebert.
- Freedman, D. (2006). Dynamics of power in contemporary media policy-making. *Media, culture & society*. London, 28 (6), p. 907-923.
- Gindre, G. (2007). Agenda de regulação: uma proposta para o debate. En: Silveira, S. A.; Benkler, Y; Werbach, K.; Brant, J. & Gindre, G. *Comunicação digital e a construção dos commons: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação* (p. 129-174). São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: University Press.
- Katzenbech, C. (2013). Media governance and technology: from “code is law” to governance constellation. En Price, M.; Verhulst, S. & Morgan, L. (eds.) (2013). *Routledge handbook of media law* (p. 399-418). New York: Routledge.
- Kitzberger, P. (2014). Medios y política democrática en América Latina: ¿ha llegado la hora de las reformas? En: Bizberge, A. & Goldstein, A. (eds). *Medios y gobiernos*

- latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación* (p. 66-77). Buenos Aires: Observatorio Latinoamericano del Instituto de Estudios de America Latina y el Caribe (IEALC), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Dossier; 14). Disponible en: <http://iealc.socials.uba.ar/wp-content/uploads/sites/57/2011/06/Observatorio-Latinoamericano-14-medios.pdf> (consultado: 13 mar. 2017).
- Latzer, M.; Just, N. & Saurwin, F. (2013). Self- and co-regulation: evidence, legitimacy and governance choice. En: Price, M.; Verhulst, S. & Morgan, L. (eds.). *Routledge handbook of media law* (p. 373-398). New York: Routledge.
- Llorens-Maluquer, C. (1998). La convergencia estructural entre las empresas de telecomunicaciones y del audiovisual. *Zer*, 3 (5) Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17361/15146> (consultado: 13 mar. 2017).
- Loreti, D. & Lozano, L. (2014). El derrotero de los cambios legislativos: el caso argentino. En: *El derecho a comunicar, los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas* (p. 175-194). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Marino, S. (2013). Espacio audiovisual argentino: claroscuros de un presente exitoso y de un futuro incierto. *Austral comunicación*, 2 (2), p. 187-203. Disponible en <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/76/82> (consultado: 13 mar. 2017).
- Marino, S. (2014). Vaivén: desgranar moralejas en la Argentina de la ley audiovisual. En: Bizberge, A. & Goldstein, A. (eds). *Medios y gobiernos latinoamericanos en el siglo XXI: las tensiones de una compleja relación* (p. 78-90). Buenos Aires: Observatorio Latinoamericano del Instituto de Estudios de America Latina y el Caribe (IEALC), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (Dossier; 14). Disponible en: <http://iealc.socials.uba.ar/wp-content/uploads/sites/57/2011/06/Observatorio-Latinoamericano-14-medios.pdf> (consultado: 13 mar. 2017).
- Marino, S. & Guimerá Orts, J. (2016). Televisión sin fines de lucro en la Argentina de la Ley Audiovisual: el caso de Barricada TV. *Austral comunicación*, 5 (2), p. 205-227. Disponible en: <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/165/190> (consultado: 13 mar. 2017).
- Mastrini, G. (2008) (ed.). *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Mastrini, G.; de Charras, D. & Fariña, C. (2013). Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano. En su: *Las políticas de comunicación en el siglo XXI: nuevos y viejos desafíos*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Negroponte, N. (1996). *Being digital*. New York: Vintage Books.

- Noam, E. M. (2008). *TV or not TV: three screens, one regulation?* Gatineau, Canada: Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). Disponible en: <http://www.crtc.gc.ca/eng/media/noam2008.htm> (consultado: 13 mar. 2017).
- Ó Siochrú, S. & Girard, B. (2002). *Global media governance*. Oxford: Rowman & Littlefield.
- Páez Triviño, A. (2014). "VOD: la televisión sin programación y multipantalla". En: Benasayag, A. et al. (comp.). *Memorias del XII Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación: ENACOM 2014*. Guaymallén, Mendoza: Editorial Universidad Juan Agustín Maza. Disponible en: <http://www.umaza.edu.ar/archivos/file/ENACOMDigital.pdf> (consultado: 13 mar. 2017).
- Raboy, M. & Mawani, A. (2013). Are states still important?: reflections on the nexus between national and global media and communication policy. En: Price, M.; Verhulst, S. y Morgan, L. (eds.). *Routledge handbook of media law* (p. 343-360). Routledge: New York.
- Sandvig, C. (2009). Política de comunicações dos Estados Unidos pós-convergência. *Revista de direito, Estado e telecomunicações*, 1 (1), p. 77-109.
- Segura, M. S. (2013). Contigo o sin ti: medios no lucrativos y Estado desde la Ley 26.522. *Austral comunicación*, 2 (2), p. 145-185. Disponible en: <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/64/77> (consultado: 13 mar. 2017).
- Segura, M. S. & Weckesser, C. (eds.) (2016). *Los medios sin fines de lucro entre la ley audiovisual y los decretos: estrategias, desafíos y debates en el escenario 2009-2015*. Córdoba: Asociación de Docentes e Investigadores Universitarios de Córdoba (ADIUC).
- Singh, R. & Raja, S. (2010). *Convergence in information and communication technology: strategic and regulatory considerations*. Washington, DC: The World Bank.
- Sola Pool, I. (1983). *Technologies of freedom*. Cambridge: Harvard University Press.
- Van Cuilenburg, J. & Mc Quail, D. (2003). Media policy paradigm shifts towards a new communications policy paradigm. *European journal of communication*, 18 (2), p. 181-207.
- Verhulst, S. G. & Price, M. E. (2013). Introduction. En: Price, M. E., Verhulst, S. G. & Morgan, L. (eds.). *Routledge Handbook of Media Law* (p 1-14). New York: Routledge.
- Wohlers, M. (2008). *Convergencia tecnológica y agenda regulatoria de las telecomunicaciones en América Latina*". CEPAL. Última consulta 10/01/2017. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3615/S2008194_es.pdf?sequence=1

- Yong Jin, D. (2013). *De-convergence of global media industries*. Routledge: New York.
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.
- Zallo, R. (2011). Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura.
En: Albornoz, L. (comp.). *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación* (p. 17-60). Buenos Aires: Paidós.