

# Artigos

## Telefónica o la historia de España

Enrique Bustamante\*

*La historia de la compañía Telefónica simboliza perfectamente la historia de España de casi todo este siglo. Pero hoy ejemplifica sobre todo los caminos de la desregulación y la privatización de las telecomunicaciones y los riesgos de la convergencia con la comunicación social. Por su expansión en ambos campos en América Latina, los interrogantes suscitados tienen un alcance transnacional.*

### 1.-El curioso origen de Telefónica y de la ITT:

La historia de Telefónica de España comienza el 25 de Agosto de 1924, cuando el Gobierno dirigido por el Dictador Primo de Rivera, bajo el reinado de Alfonso XIII, decide conceder a una compañía estadounidense llamada ITT el monopolio absoluto de las telecomunicaciones.

Como en otros muchos países europeos en efecto, los inicios de la telefonía habían abocado en España a un resultado caótico, con decenas de compañías dispersas y no interconectadas, que exigían una organización del Gobierno. En casi toda Europa esta situación dará lugar a la creación de los PTT, monopolios estatales que extendieron las telecomunicaciones sobre la base del servicio público. España será el único país del continente, junto con Rumanía, en dar por el contrario esta concesión a una empresa privada y extranjera.

La ITT (International Telephone & Telegraph) era por aquel entonces poco más que unas pretenciosas siglas que intentaban aprovechar las resonancias de la ATT. Realmente, su propietario y dirigente, el coronel Sosthenes Behn, no poseía más que una pequeña empresa en Puerto Rico, adquirida al parecer a cambio de deudas de juego, y no fabricaba un solo aparato telefónico. Pero aterrizó en Madrid en el momento oportuno y supo granjearse con sus generosas dádivas el apoyo de aristócratas y banqueros poderosos en la corte, como el duque de Alba o el marqués de Urquijo, y del propio Dictador. El resultado fue que consiguió la explotación en exclusiva del servicio telefónico (frente a empresas

---

\*Profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid.

ya potentes como Siemens y Ericson) y creó para ello la Compañía Telefónica Nacional de España, con 300 millones de pesetas iniciales de capital social, así como empresas que debían aprovisionarla de equipamientos y redes (con la adquisición apresurada de la Western Electric Int.), especialmente Standard Eléctrica<sup>1</sup>.

El Parlamento de la República, con todas sus contradicciones políticas, debatió en varias ocasiones ese contrato ominoso pero no llegó a tomar decisión alguna, mientras que la dirección de la ITT optó tempranamente por el apoyo a la rebelión militar y se ganó así el favor del general Franco. De hecho, el franquismo llevaría a cabo en 1945 una peculiar “nacionalización” de Telefónica, al acordar su compra a la ITT por el generoso precio de 88 millones de dólares y garantías de permanencia como proveedor casi exclusivo de sus equipamientos que se mantendrá durante más de treinta años, hasta bien entrada la transición democrática. Así termina formalmente en Telefónica la presencia de un grupo que alcanzará un enorme poder internacional en las décadas siguientes, con episodios conocidos como su apoyo descarado al golpe de estado de Pinochet en Chile. Pero la hipoteca de este origen perdurará muchos años.

En efecto, la nacionalización de Telefónica puede ser denominada más exactamente una “españolización”, ya que el Estado nunca llegó a tener una parte mayoritaria de las acciones (su máxima cota alcanzó al 46´95 por 100 del capital) y su gestión y control fueron ejercidos durante años por los grandes bancos que, con una pequeña parte de las acciones, controlaban sin embargo el poder de voto masivo de sus depositantes y clientes que eran pequeños accionistas. El Gobierno nombraba ciertamente a sus Presidentes, cargo que se convirtió en uno de los grandes retiros dorados para ex-ministros del franquismo (Barrera de Irímo, Allende y García Baxter, Sánchez Terán...). Pero, por el contrato Estado-Telefónica de 1946, el primero se había comprometido a no legislar contra los intereses de la compañía, que llegó a ser en la práctica un poderoso ente autónomo. De forma que, como ocurrió por razones diferentes en la televisión<sup>2</sup>, el concepto de servicio público como tal no existió realmente nunca en las telecomunicaciones españolas aunque, como solía ocurrir en la época, las tarifas internacionales y empresariales subvencionaron la expansión de las líneas locales y, sólo deficientemente, de las líneas rurales.

Hará falta la llegada de los socialistas al Gobierno en los años 80 para que se regule racionalmente el sector (Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones de 1987) y para que el Estado recupere su soberanía en un nuevo contrato

---

<sup>1</sup> Ver Carlos Gómez. “La herencia de un tal Behn”. El País, 18-7-82; Juan Antonio Cabezas. Cien años de teléfono en España: Crónica de un proceso técnico. Espasa/ Calpe. Madrid. 1974.; César Alonso de los Ríos/ Peru Erroteta. Auge y caída del imperio ITT en España. Editorial Popular. Madrid. 1982.

<sup>2</sup> Ver E. Bustamante. “TV and public service in Spain: a difficult encounter”. Media Culture & Society, Vol. 11, number 1. January 1989.

con Telefónica. Pero en esa época, la Unión Europea había ya lanzado la orden de liberalización del sector y los ejecutivos socialistas comenzaron también el proceso de privatización de Telefónica (venta de un 15 por 100 de las acciones), con serias confrontaciones en el seno de los Gobiernos de la época: mientras el Ministerio de Economía y la dirección derechista de la empresa propugnaban la venta de la totalidad de las acciones, el Ministerio de Telecomunicaciones defendía el mantenimiento de un paquete de control en manos del Estado que permitiera orientar su estrategia de acuerdo a los intereses del país<sup>3</sup>.

La llegada del Partido Popular al Gobierno en el primer semestre de 1996 acabó con esta política dubitativa. Primero, en Junio de 1996, nombró como Presidente de Telefónica a Juan Villalonga, sobrino-nieto de un banquero histórico español, que trabajaba como *broker* financiero en el mercado de Londres. Amigo personal del Presidente Aznar desde la escuela (el exclusivo colegio del Pilar), Villalonga se encargará de organizar la privatización del 18'2 por 100 de las acciones que restaban en manos del Estado, en Enero de 1997, por 607.000 millones de pesetas, articulando el poder de la empresa en torno a un "núcleo duro" de grandes bancos (el BBV, la Caixa, la banca estatal Argentaria, también luego privatizada), pero a cambio de mantenerse en el poder y de nombrar a la mitad de los miembros del Consejo de Administración. El Estado además le adjudicó a dedo después el 23'8 por 100 de las acciones de Telefonía Internacional por 126.600 millones de pesetas. Telefónica se convertía pues en la primera muestra ejemplarizante de la política preconizada por el nuevo Gobierno, que con la venta de todas las empresas rentables del Estado (Endesa, Repsol, Tabacalera, Argentaria...) sumaría en menos de dos años más de cuatro billones de pesetas por privatizaciones.

Se daba así una clara peculiaridad española frente al mantenimiento general en los grandes países europeos de paquetes importantes de control del accionariado en los antiguos monopolios de Correos y Telecomunicaciones, con las solas excepciones de British Telecom (privatizada desde 1985) y posteriormente de Telecom Italia. Pero además, esa operación de privatización permitía perpetuar en el poder a la dirección "política", nombrada por el partido gubernamental, poniéndola además a salvo de todo control parlamentario. Y todo ello bajo la protección externa del Estado, que formalmente sólo conservaba una acción simbólica (un "golden share" o acción de oro, con el 0'11 por 100 del capital) que le permitía teóricamente<sup>4</sup> el derecho a intervenir

<sup>3</sup>Sobre la desregulación general de las telecomunicaciones y la "liberalización" en España en la época socialista ver Diego López Garrido. La crisis de las telecomunicaciones. Fundesco. Madrid. 1989.

<sup>4</sup>En Julio de 1999 ese mecanismo ha sido puesto en cuestión por las autoridades de la U.E. en Bruselas, y probablemente deberá ser eliminado.

durante diez años para vetar acciones estratégicas, tales como maniobras hostiles de terceros o alianzas no deseables. Además, el Gobierno se reservaba el poder de fijar las tarifas telefónicas y de interconexión, y declaraba a Telefónica “operador dominante” hasta el año 2005, esto es, responsable de asegurar el servicio universal incluso con el pago obligado de los restantes operadores<sup>5</sup> desde Julio de 1999. Una medida dudosamente eficaz destinada a paliar el inmediato efecto de la liberalización: subida repetida y acelerada de las tarifas locales, descenso de los precios de las llamadas empresariales e internacionales, penalización de las zonas pobres por la filosofía de igualar precios y costes<sup>6</sup>.

## 2.- Liberalización y competencia controladas:

En efecto, el mercado telefónico había comenzado teóricamente a liberalizarse en España, después de que, tras setenta y cuatro años de monopolio de Telefónica, se permitió a la empresa Retevisión comenzar a competir en telefonía fija a principios de 1997<sup>7</sup>. El esquema teórico – siguiendo el antecedente británico – era configurar un duopolio en el sector, al que se añadiría un tercer competidor en telefonía fija y móvil en 1998, hasta culminar la libertad de competencia en 1999.

Pero además de esta desregulación escalonada y controlada, y del capital resorte de la fijación de tarifas, el Gobierno se reservaba otras armas. Porque por esta prelación paulatina se determinaba como principal competidor de Telefónica a Retevisión, empresa creada del desgajamiento de la red de radiodifusión que poseía la televisión pública (Radio Televisión Española) y que

<sup>5</sup> El servicio universal fue definido en la legislación como el “conjunto de servicios (transmisión de voz, fax y datos, guía telefónica, cabinas y equipos para discapacitados) con una calidad determinada, accesible a todos los usuarios con independencia de su localización geográfica y a un precio asequible”. Sin embargo, el Gobierno aun no ha determinado el coste de ese servicio y quién y cómo debe abonarlo.

<sup>6</sup> Las tarifas telefónicas de Telefónica han sido evaluadas como entre las más caras del continente europeo. Y sólo en el verano de 1998 las tarifas locales fueron elevadas más de un 100 por 100. Los elevados precios de conexión a Internet han provocado cuatro intentos de huelga de sus usuarios. Por su parte, la Comisión Europea de Bruselas ha exigido al Gobierno español la rebaja de las tarifas de interconexión a otros operadores porque su monto, permitido por el Gobierno, constituía un claro freno a la competencia. En concreto, Telefónica sigue controlando el “bucle local” o línea final al usuario, sobre el que no ha habido una liberalización efectiva. Además, se ha criticado recientemente al Gobierno por autorizar a Telefónica el uso de las técnicas ADSL (compresión de la señal digitalizada por teléfono) terreno en el que no tenía competencia posible y que podía incluso mermar la competencia en el cable.

<sup>7</sup> Desde Octubre de 1995 se había permitido la actuación de otra compañía de telefonía móvil, Airtel, pero la competencia sobre este mercado emergente apenas se había notado en el monopolio de Telefónica.

detenta hasta finales de 1999 el monopolio de las telecomunicaciones punto a masa para la radiotelevisión pública y privada. Pero Retevisión ha sido también privatizada desde el verano de 1997. Y su compradora es un grupo capitaneado por ENDESA (junto con Telecom Italia y otras compañías eléctricas y bancos), empresa nacional de electricidad, la mayor sociedad española por facturación y beneficios, que a su vez ha sido privatizada<sup>8</sup>, no sin mantener en la presidencia a otro hombre del partido gubernamental, el ex-ministro del Interior Martín Villa. De esta forma, el Partido Popular y su Gobierno mantienen, en medio de una presunta liberalización, el control del mercado de telecomunicaciones, pero también se aseguran el poder político permanente sobre las dos mayores empresas de España. Con enormes y trascendentales consecuencias también sobre la comunicación masiva, como veremos más adelante, que comienzan por el sistema español de satélites, Hispasat, indirectamente privatizado a la vez ya que sus dos accionistas principales son precisamente Retevisión y Telefónica (con porcentajes del capital del 30'3 y del 22'74 por 100 respectivamente). Además, en 1999 y aprovechando el lanzamiento de la televisión digital por ondas hertzianas, el Gobierno español ha concedido 14 canales de televisión a Retevisión (único aspirante al concurso) frente a las televisiones tradicionales públicas y privadas que disfrutarán durante años de un sólo canal digital para emitir simultáneamente (*en simulcast*) su programación abierta.

La gestión de Telefónica es ejemplar en esa línea. En Junio de 1998, Villalonga consiguió que la Asamblea de accionistas aprobara sus propuestas destinadas a “blindar” a su equipo: exigencia a partir de entonces de llevar tres años como consejero de la sociedad para ser Presidente, Vicepresidente o Consejero-Delegado (que ni el actual Presidente ni su equipo cumplen); necesidad de poseer 1.000 acciones como mínimo y durante tres años para ser consejero. Además, los pagos a los consejeros se triplicaron en los dos últimos años y se estableció una especial vía de remuneración a los cien máximos directivos (un “plan de fidelización”), con generosos regalos de acciones si se mantenían en Febrero del año 2000. Más aún, la política de gestión, caracterizada por una rápida rotación de los altos directivos, ha multiplicado a estos haciéndoles pasar de 108 a finales de 1996 a 392 en 1999. Mientras, un plan de jubilaciones anticipadas de los trabajadores pretende disminuir en 14.000 los empleos de la compañía en España (que ya ha pasado de 72.000 empleados en 1994 a 51.600 en 1999).

<sup>8</sup>El Estado vendió el 60 por 100 del capital de Retevisión por 116.359 millones de pesetas en el verano de 1997 al consorcio liderado por Endesa (22 por 100 del capital junto a la STET, con el 21'71 por 100), y le cedió el 30 por 100 restante a finales de 1998. En cuanto a ENDESA, que genera el 45 por 100 de la electricidad en España (en un duopolio casi completo con Iberdrola), el Estado vendió el 66 por 100 de sus acciones que poseía, con el consiguiente control posterior de la gran banca.

El Presidente de Telefónica no ha ocultado desde su llegada sus objetivos primordiales: “maximizar el valor del accionista”. Y ciertamente, en dos años el valor de la acción ha pasado de 4.300 a más de 7.000 pesetas a mediados de 1999. Pero los analistas comparan su gestión con la de un *broker* financiero más que con la requerida por un gran grupo industrial, señalando que sus fuertes pérdidas del mercado de telefonía fija están siendo sólo compensados por el crecimiento coyuntural de la telefonía móvil, que su endeudamiento se ha disparado y su inversión anual no cesa de descender. En definitiva, que su gestión empresarial está cargada de debilidades para el futuro.

Todo ello no quita para que los resultados de la compañía sigan siendo brillantes por el momento: en Noviembre de 1998, el Presidente Villalonga anunciaba un crecimiento de los beneficios del 15'2 por 100, hasta 217.584 millones de pesetas sobre una facturación consolidada del grupo de 2'9 billones de pesetas. Tales beneficios fueron puestos en duda contablemente por algunos analistas ya que la compañía imputaba con cargo a sus reservas una cantidad de 298.675 millones de pesetas para hacer frente al coste de prejubilaciones de sus trabajadores, solución que resultaba dudosamente legal según la legislación mercantil española<sup>9</sup> y que hubiera anulado los beneficios de ser imputada como costes. Pero los 9 billones de pesetas en que se valoraban los activos de la compañía permitieron que, incluso con el anuncio de no repartir dividendos entre los accionistas (pero regalando una acción por cada cincuenta), la cotización bursátil de las acciones, popularmente llamadas “matildes” en España, siguiera subiendo.

La audacia financiera es la divisa del grupo según la divisa popularizada por Villalonga: “el futuro será para aquellos que sean audaces en la toma de decisiones”. Pero esta osadía es sobre todo visible en el campo de los medios de comunicación en España, con la ayuda permanente e inestimable del Gobierno.

### **3.-El mayor grupo multimedia de comunicación, creado en dos años:**

En Noviembre de 1996, apenas cuatro meses tras su acceso a la Presidencia de Telefónica, Villalonga decide -en alianza con la Televisa mexicana- liderar la creación de una plataforma de televisión digital por satélite, en la que el Gobierno de la derecha tenía un especial interés para frenar el lanzamiento de Canal Satélite Digital, plataforma dirigida por el grupo PRISA<sup>10</sup>, sospechoso de haber apoyado electoralmente al Partido Socialista.

<sup>9</sup> Ver El País de 25-7-99

<sup>10</sup> Grupo editor del diario El País, el de mayor circulación de España, que posee también la cadena de radio SER y el 25 por 100 de Canal + España.

Pero ni siquiera la participación accionarial de la televisión pública central (RTVE) y de las televisiones regionales controladas por el Partido Popular permite un lanzamiento rápido y el Gobierno promulga un decreto-ley urgente sobre televisión digital justificado en la transposición de una directiva europea de 1995: los únicos descodificadores autorizados para la recepción de la televisión por satélite son justamente los planificados por este grupo, Vía Digital, ni siquiera disponibles en el mercado, mientras que no son aceptados los empleados por Canal Satélite Digital (idénticos a los de su socio Canal Plus en Francia); pero además, los operadores de televisión por satélite deben ser autorizados por el Gobierno e inscribirse en un registro oficial, y sus fianzas por descodificadores han de ser depositadas en una cuenta del Estado así como sus listas de abonados comunicadas a la Administración.

La Unión Europea obligará al Estado español a cambiar esa legislación intervencionista, que atentaba contra la libertad de competencia y contra la propia legislación española. Pero el Gobierno abrirá inmediatamente un nuevo frente cuando la cadena privada de televisión Antena 3 TV, propietaria de la mitad de los derechos en exclusiva de la Liga de fútbol en España, decide aliarse con Canal + y Canal Satélite Digital, privando así a Vía Digital<sup>11</sup> de ese arma de competencia: siempre en presunto cumplimiento de la legislación europea promulga una nueva regulación, la llamada “ley del fútbol”, según la cual se prohibían las exclusivas deportivas en *pay per view* y se obligaba a sus propietarios a compartirlas con sus competidores<sup>12</sup>. Mientras esa ley era a su vez recurrida ante las instancias judiciales europeas, periodistas y personajes cercanos al Gobierno entablarán un proceso contra el grupo PRISA por irregularidades financieras y fiscales que, mediando el apoyo indisimulado de la propia fiscalía del Estado, durará ocho meses antes de ser finalmente sobreseído. Tal ataque contra los medios no gubernamentales, centrado en este caso en un grupo de orientación de centro-derecha, llegará a ser tan escandaloso que personalidades como Federico Mayor Zaragoza, Gabriel García Márquez o Umberto Eco firmarán un manifiesto público en solidaridad con PRISA y contra “el acoso a que está siendo sometido en España”.

---

<sup>11</sup>En 1999, y tras una ampliación de capital de 40.000 millones de pesetas para enjugar sus pérdidas, Vía Digital está participada al 68´6 por 100 por Telefónica, mientras que RTVE ha vendido sus acciones, Televisa ha bajado del 17 al 8´7 por 100, Direct TV posee un 6´9 por 100 y Recoletos mantiene su 5 por 100.

<sup>12</sup>La ley del fútbol no pudo finalmente ser aplicada ante el reconocimiento por Bruselas de la exclusividad del *pay per view* adquirida por Canal Satélite Digital, pero en 1999 las dos plataformas por satélite - tras un intento frustrado de fusión - llegaron a un acuerdo para compartir los derechos en *pay per view*. En todo caso, Vía Digital aparece por el momento como perdedora en la competencia, con unos 300.000 abonados en 1999 frente a unos 700.000 de CSD.

La “guerra del fútbol” se salda sin embargo, en el verano de 1997, con la sorprendente compra de la cadena Antena 3 TV, la primera privada por audiencias del mercado español, por Telefónica y dos socios financieros, los bancos Santander y Central Hispano, que por 62.500 millones de pesetas adquieren al tiempo el 43´7 por 100 de la cadena y los derechos del fútbol que mantenía en exclusiva. La gestión, realizada en solitario por Telefónica, exigía sin embargo que esta compañía acumulara la mayoría de las acciones de la empresa, lo que será posible poco después cuando el Gobierno eleva oportunamente el límite legal máximo de acciones en una concesionaria privada del 25 al 49 por 100.

Apenas tres meses después, Telefónica anuncia la compra por 23.000 millones de pesetas del 20 por 100 del grupo Recoletos, propiedad mayoritaria del Grupo británico Pearson, y editor del primer diario económico y del primero deportivo por lectores así como de numerosas revistas en España, en tanto que Recoletos, que ya participaba en Vía Digital, entraba con un 10 por 100 en Antena 3 TV. Poco después, Recoletos adquiría un 30 por 100 del diario El Mundo (por unos 7.500 millones de pesetas), considerado el diario básico de apoyo al Gobierno de la derecha, en lo que se dibuja formalmente para el futuro como una *joint venture* Pearson-Rizzoli (el grupo italiano editor de Il Corriere della Sera, que posee un 45 por 100 de El Mundo), pero con la insólita condición de respetar al administrador y al director al menos hasta el año 2006. Y, para redondear la alianza, en Junio de 1999, Telefónica adquiría el 5 por 100 del grupo Pearson, convirtiéndose así por 102.000 millones de pesetas en el primer accionista (por delante de Prudential, con el 3´75 por 100) del gigantesco grupo internacional dueño de Financial Times, The Economist o de las editoriales Penguin Books o Simons & Schuster, entre otras publicaciones.

En Septiembre de 1998 se produce un nuevo golpe de efecto cuando Telefónica a través de Antena 3 TV acuerda la compra del 100 por 100 de la cadena de radio Onda Cero, tercera en el mercado radiofónico español por unos 18.000 millones de pesetas, a la que sumará otras pequeñas cadenas. La operación se estanca durante meses por la legislación española que exigía acciones nominativas para controlar la concentración en las empresas concesionarias de radio, pero de nuevo el Gobierno acude solícito a su ayuda eliminando esas condiciones legales.

En suma, Telefónica en menos de dos años ha constituido lo que puede ser considerado el mayor grupo multimedia español en la comunicación masiva. Porque al 68´6 por 100 de Vía Digital, al 49 por 100 de Antena 3 TV, al 100 por 100 de Onda Cero, al 5 por 100 de Pearson (con su influencia en la prensa escrita española) ha añadido en el verano de 1999 la compra por 2.500

millones de pesetas de “Olé!” el primer portal en español en Internet. Sin contar con empresas de producción (Lola Films, Producciones Multitemáticas...), de derechos deportivos (Gestora de Medios Audiovisuales, Audiovisual Sport), de derechos de programas audiovisuales (Telefónica Medios de Comunicación, creada en Miami con un capital de 26.300 millones de pesetas), o para nuevos soportes. Y los rumores de nuevas compras, como la posible de la agencia de noticias Europa Press, la segunda en influencia (tras la agencia EFE en donde Telefónica es también accionista), no cesan en España. Además, la legislación española de telecomunicaciones le reconoce el derecho a operar el cable para telefonía y televisión en todas las demarcaciones constituidas en España, para lo que ha creado veinte sociedades (manteniendo siempre la mayoría) algunas de las cuales han comenzado ya a operar. Su competidor más fuerte en este terreno será de nuevo, en el 70 por 100 de las demarcaciones sacadas a concurso y para más de ocho millones de hogares potenciales, Retevisión de la que ya hemos hablado anteriormente.

Pero el terreno de los medios de comunicación doméstico no es, en cifras económicas al menos, más que menor en relación a la expansión internacional de Telefónica que sigue la consigna expresada por Villalonga recientemente ante sus accionistas: “Telefónica significa crecimiento y seguirá significando crecimiento por muchos años”.

#### **4.-La expansión de Telefónica en América Latina:**

La estrategia internacional de Telefónica, en un mundo en el que la desregulación ha impulsado alianzas transcontinentales de los mayores operadores de telecomunicaciones, no parece en principio haber sido muy feliz. En el período del Gobierno socialista, Telefónica se integró en Unisource, alianza de pequeños operadores europeos (KPN, Swiss Telecom, Telia..) y que mantenía relaciones privilegiadas con ATT. Pero Villalonga rompió ese acuerdo en Noviembre de 1996 (pagando una penalización de 14.000 millones de pesetas) para sellar una alianza con British Telecom y MCI. La compra de esta última por WorldCom apenas un año más tarde dará al traste con este convenio y hará que Telefónica firme un nuevo acuerdo de colaboración con MCI-WorldCom que teóricamente había de impulsar empresas y acciones conjuntas en Europa, Latinoamérica y hasta los propios Estados Unidos. Pero en la práctica, esa alianza no parece haber dado muchos frutos, más allá de alguna colaboración puntual como en Brasil.

La gran estrategia internacional de Telefónica, impulsada por la exigencia de crecer pero también de compensar en el exterior las pérdidas sufridas en el

mercado interno, se orientará pues permanentemente hacia América Latina. Para ello se había constituido ya en 1985 Telefónica Internacional (TISA) que, bajo los mandatos socialistas, había comprado empresas telefónicas en Argentina, Chile y Perú sobre todo, al filo de los procesos de desregulación y privatización de aquellos mercados. Pero Villalonga dará un impulso audaz a esta expansión, especialmente aprovechando la privatización de las telecomunicaciones en Brasil. Y para financiarla no ha dudado en realizar ampliaciones de capital (58.716 millones de pesetas en 1998, 427.000 millones en Mayo de ese mismo año) o la emisión de obligaciones (1.500 millones de dólares en euronotas en la bolsa de Londres), incrementando así notablemente el endeudamiento de la compañía. Ciertamente no es la única gran empresa española lanzada a esta nueva “conquista”, puesto que los bancos Banco de Santander y Central Hispano (ahora fusionados en el BSCH) o el Bilbao Vizcaya, o el grupo ENDESA<sup>13</sup> ocupan también posiciones predominantes en la inversión extranjera en Latinoamérica en los últimos años. Pero la peculiaridad de la estrategia de Telefónica es la de centrarse en dominios tan estratégicos y sensibles como las telecomunicaciones o los medios de comunicación masivos, con una inversión ya de más de dos billones de pesetas en la región latinoamericana.

En Argentina, TISA controla la gestión de TASA (Telefónica de Argentina), dominante en la telefonía básica y celular, pero también el segundo, tercer y cuarto operador de televisión por cable, con cerca de 1´5 millones de abonados. Su aliado fundamental, además de grupos de medios locales como Clarín, es el grupo Citicorp Equity Investment, personificado durante años en el financiero Raul Moneta, amigo personal del Presidente Menem; pero con la fuga internacional de éste a raíz de la quiebra fraudulenta de sus bancos, TISA ha intercambiado consejeros con el Citicorp estadounidense. A través de COINTEL participa además en cadenas de televisión abiertas (Canal 9 y 11, TeleFe), en editoriales (Atlantida Comunicaciones), en cadenas de radio (Radio Hit, Cadena Continental) en derechos deportivos (Torneos y Competiciones), en proveedores de Internet (Advanced Telecom)...

En Chile con CTC y STARTEL y en Perú con TDP, TISA mantiene una posición predominante en el sector de telecomunicaciones y ha tomado

---

<sup>13</sup>ENDESA, principal socio y gestor de Retevisión como hemos señalado, ha protagonizado una amplia expansión en el sector eléctrico latinoamericano y está presente actualmente en ocho empresas generadoras y diez distribuidoras de electricidad en la región. Especialmente, sus filiales están instaladas en Perú, Venezuela, Brasil, Chile, Argentina y la República Dominicana, con 12; 3 millones de clientes (frente a los 9´6 millones que posee en España). En Chile, ENDESA protagonizó recientemente una polémica operación al comprar ENERSIS (64 por 100) y desencadenar una OPA sobre Endesa Chile por unos 2.000 millones de dólares.

posiciones en la televisión por cable (Metrópolis en Chile, Cable Mágico en Perú), no sin problemas políticos, porque en Chile fue acusada de apoyar la campaña a favor del retorno de Pinochet y en Perú anteriormente de trabajar a favor de Fujimori, noticias siempre desmentidas por la empresa. Pero además participa en Venezuela de forma minoritaria en CANTV, gestiona llamadas de larga distancia en Puerto Rico (TLD) y adquirió recientemente el 51 por 100 de INTEL en El Salvador y un porcentaje igual de Rey Moreno en Colombia. Todo ello sin contar, fuera del continente, con el 5 por 100 de Portugal Telecom y el 25 por 100 de TSP en Portugal, o con el reciente 34´5 por 100 de MediTelecom en Marruecos.

Pero la estrella de la estrategia latinoamericana e internacional de la Telefónica de Villalonga -a falta de la “asignatura pendiente” mexicana- es sin duda Brasil, en donde aprovechó la privatización de Telebras para hacerse con la parte del león del mercado: Telesp (telefonía fija de Sao Paulo), Telesudeste (telefonía celular de Rio de Janeiro), el 20 por 100 de Embratel y otras compañías menores en Bahía y Sergipe (Telery), además del control anterior de CRT (Compañía Riograndese de Telecomunicaciones). En total, un desembolso de unos 865.000 millones de pesetas.

En síntesis, Telefónica se ha convertido hoy, como rezaba su publicidad televisiva en España hace un año, en la mayor multinacional española en el exterior. Con 36´5 millones de líneas de telefonía fija (19´1 millones en América Latina y 17´5 en España), con 12´3 millones de líneas celulares (6 millones en España), con más de 2´2 millones de clientes de televisión de pago y más de cien mil empleados. Pero el orgullo de este “campeón nacional” de la era de la globalización transnacional no elimina los interrogantes que se acumulan en su actuación y su presencia.

## 5. Conclusiones: la “convergencia multimedia” en cuestión:

La historia reciente de Telefónica suscita en efecto numerosas cuestiones políticas y económicas que permiten aquí una ejemplificación viva e ilustrada de los riesgos de una política neoliberal a ultranza en el campo de las telecomunicaciones y de su convergencia “natural” con la comunicación social.

Telefónica y Retevisión-Endesa sólo son, en efecto, los casos más ostentosos y perfeccionados de todo un proceso de privatizaciones que, aunque con antecedentes y traducciones en otros países, está constituyendo todo un modelo sutilmente perfeccionado en la reciente experiencia española. Empresas públicas, las “joyas” del patrimonio público sobre todo, que los socialistas habían en muchos casos comenzado a privatizar, pero manteniendo

un núcleo de acciones de control en manos del Estado, y que el Partido Popular ha privatizado totalmente y a corto plazo según un esquema invariable: engordamiento de la empresa mediante compras e inversiones, a veces de otras empresas públicas privatizadas, enquistamiento de su equipo de dirección designado gubernamentalmente que negocia la privatización y determina los núcleos “duros” de accionistas dominantes y, finalmente, tras la privatización, abigarrada mezcla de dinámica económica y lógica política que ninguna instancia democrática puede ya controlar<sup>14</sup>. En la hipótesis de un cambio electoral futuro de gobierno, el partido ganador no sólo se encontrará con que ha perdido resortes importantes de la política económica y la soberanía nacional sino también, muy probablemente, con empresas claves en sectores estratégicos que pueden actuar a la contra de su estrategia y hasta en consonancia con la oposición. En todo caso, las mayores empresas del país han salido definitivamente del ámbito público. Y ello sin que “liberalización” sea sinónimo ni de des-regulación ni de ausencia de intervencionismo gubernamental.

Se plantea además toda una grave problemática nacida del proceso de “liberalización” y privatización. En primer lugar, directamente sobre las telecomunicaciones, como ya veíamos en la acelerada reestructuración de tarifas de Telefónica: subidas acumuladas de las llamadas locales, descensos continuos de las llamadas de larga distancia. Proceso típico en definitiva del final del servicio público y de sus subvenciones cruzadas o perecuación tarifaria, pero que en países como España, que nunca gozaron de un auténtico servicio público en las telecomunicaciones y que mantienen por tanto desequilibrios geográficos notables en su red y sus servicios de telecomunicaciones, está comenzando a mostrar sus frutos acelerados: desigualdades crecientes en los servicios mínimos y efecto de exclusión incrementado por los servicios avanzados sobre las zonas menos rentables. Pero ¿qué ocurrirá en países en donde ni siquiera se dió una práctica de servicio universal mínimo y que se ven abocados ahora a una pura dinámica de mercado y de rentabilidad? En términos más generales aun, ¿será compatible la dinámica especulativa transnacional de estos grupos y operadores con las necesidades industriales y de servicios de un país?

El problema no es sólo que la competencia, contra la teoría del libre mercado, parece llevar consigo un encarecimiento de los precios para la mayoría de los consumidores, sino que también habría que preguntarse ¿qué efectos tendrá para el despegue de la tan proclamada “sociedad de la

---

<sup>14</sup>Sobre las privatizaciones de las empresas públicas en España desde 1997, ver E. Bustamante. “La privatización del Reino de España”. *Le Monde Diplomatique*. Edición española. Año III, nº 31, Mayo/Junio de 1998.

información” en países secundarios del sistema internacional esa dinámica de rentabilidad a corto plazo y de desequilibrios? En España por ejemplo, ha comenzado a culparse a Telefónica, al deficiente ancho de banda de sus redes y en general a las altas tarifas de un retraso en el despegue de Internet y del comercio electrónico.

La falta de control parlamentario y democrático de estas compañías privatizadas es especialmente grave en el campo de la comunicación social<sup>15</sup>, porque los recursos acumulados durante décadas de cómodo monopolio son ahora empleados muchas veces para forzar una “convergencia empresarial” (que no de contenidos ni de usuarios, ni de usos sociales) de las telecomunicaciones con los medios de comunicación masiva y para impulsar así un nuevo salto inédito en la concentración que pone en cuestión todas las bases del pluralismo mediático y del espacio público democrático. La construcción de “campeones nacionales” de la economía de un país (algunos sostendrán que también de su cultura) puede hacerse a costa de oligopolios internos insostenibles desde una perspectiva política (pluralismo) e incluso económica (transparencia, garantías de libre competencia).

El caso español y el de Telefónica mantienen ciertamente peculiaridades importantes en el contexto internacional. En primer lugar, por el intenso intervencionismo político de un gobierno que sostiene oficialmente una ideología neoliberal y de mercado puro, pero que ha ido apoyando legislativamente a sus peones en la comunicación masiva, despejando su camino de obstáculos legales, atacando incluso a sus competidores. También por la estrategia de Telefónica de actuar fuertemente en el ámbito de los medios clásicos, incluso cuando se trata de mercados saturados y en pérdida como la prensa diaria o la radio. Una actuación que se sitúa por encima de todas las sospechas políticas, tanto por el origen de sus compras<sup>16</sup>, como por su línea informativa progubernamental, a salvo de las críticas en tanto medio privado y que, en la televisión sobre todo, viene a sustituir con menor “visibilidad” política a unas televisiones públicas desprestigiadas por la manipulación gubernamental sistemática. El mercado muestra así que la

---

<sup>15</sup>Ante las peticiones de la oposición parlamentaria, por ejemplo, de que el Presidente de Telefónica acudiera ante las Cortes de Madrid a explicar sus compras de medios de comunicación, el Gobierno alegó que se trataba de una empresa privada que no estaba obligada a explicar sus operaciones comerciales. La oposición acusó entonces al gobierno de financiar esas maniobras con subidas de tarifas bruscas, autorizadas por la administración.

<sup>16</sup>El dueño anterior de Antena 3 TV, Antonio Asensio, propietario del Grupo Zeta, había denunciado en el Parlamento un mes antes las amenazas lanzadas contra él desde el Gobierno, aunque vendió también ahogado por un fuerte endeudamiento de la cadena; la propietaria de Onda Cero, vendida también a Telefónica, era la organización Nacional de Ciegos, que depende del Gobierno enteramente para las tarifas y condiciones de su monopolio legal de los sorteos diarios.

política, aparentemente expulsada por la puerta de la libre competencia, vuelve por la ventana.

Más allá de esas características específicas, la entrada de los operadores de telecomunicaciones en la comunicación social, especialmente en el campo audiovisual (en el cable como ATT o Deutsche Telekom, en la televisión por satélite, en la televisión de pago en general...) plantea enormes y trascendentales interrogantes. En la teoría económica, la ausencia de un *know how* sobre un campo tan específico como la fabricación de contenidos culturales puede llevarlas al fracaso o al menos a un fuerte endeudamiento. Pero la facturación de estos gigantes supera en diez-veinte veces a los mayores grupos de comunicación de cada país (los beneficios de Telefónica, por ejemplo, casi igualan los ingresos publicitarios de todo el sector televisivo español). De forma que esa potencia financiera puede permitir una competencia a pérdida durante muchos años, con la consiguiente desestabilización de todo el sistema mediático de un país.

La expansión internacional acelerada de estos grupos gigantes y sus alianzas transcontinentales lleva consigo también numerosas cuestiones. En principio puede elogiarse la “coherencia” de unos grupos que se dirigen preferentemente hacia sus zonas afines lingüísticas y culturales, como es el caso de Telefónica. Se ha querido ver también en ello una alternativa europea frente a las grandes multinacionales de origen estadounidense, con operadores más cercanos a una tecnología intermedia y a las necesidades de zonas en desarrollo. El problema es que esta expansión de las grandes operadoras europeas se produce por imperativos ineludibles de la desregulación y, en su caso, de la privatización parcial o total. Es decir, que obedecen a una arquitectura de transnacionalización en la que el origen cuenta poco frente a la necesidad de maximizar el beneficio a corto plazo, a la exigencia de captación de nuevos mercados y a la obligación de realizar alianzas cada vez más globales.

El caso de Telefónica, como el de otros grandes operadores europeos ilustra así la contradicción abierta entre un discurso europeísta oficial que choca frontalmente con alianzas transatlánticas y hasta mundiales que enfrentan inevitablemente a los operadores europeos entre sí. Y la pregunta pertinente por tanto es si realmente esos operadores europeos, integrados en tales dinámicas globales, tendrán un comportamiento diferente en los países en desarrollo del que asumirían directamente las multinacionales americanas. O, simplemente, si los países latinoamericanos, como otras naciones en desarrollo lanzadas a “liberalizar” sus mercados de comunicaciones, encontrarán ventajas prácticas en esa competencia internacional, más allá de la puja inicial en la subasta de privatización. Pero esos interrogantes se integran en la problemática general

de una desregulación exportada a sociedades de grandes desequilibrios tradicionales, en donde la “mundialización” de las comunicaciones atrae grandes inversiones pero al mismo tiempo agudiza las desigualdades.

Más específicamente en el caso de Telefónica en América Latina, su modelo de privatización y sus influencias políticas españolas, así como su particular estrategia de “convergencia” multimedia dejan entrever nuevos problemas para su presencia internacional, que no borran sino incrementan sus alianzas con grupos mediáticos nacionales (Clarín o Cointel en Argentina, RBS en Brasil...) o con grupos financieros internacionales (Citicorp). Los interrogantes que nacen de una mezcla abigarrada entre la dinámica económica y la lógica política, entre su tradición en las redes y sus aspiraciones al control de contenidos. Y los generados por una nueva articulación más desequilibrada entre mercado y Estado.

En Julio de 1999 se producía el último golpe de efecto de Telefónica cuando Villalonga, desde una rueda de prensa en Bruselas, anunciaba el fichaje como asesor ejecutivo del Comisario de las Telecomunicaciones de la Unión Europea, Martín Bangemann, por una millonaria cantidad de dinero anual. El escándalo suscitado en toda Europa se centró en el hecho de que Bangemann, que había decidido en el pasado diversos asuntos conflictivos relacionados con Telefónica, debía permanecer todavía dos meses en su cargo y sumaría a su retiro diversas pensiones oficiales. Nadie subrayó sin embargo en esta ocasión que, bajo el largo mandato de Bangemann, la Comisión Europea popularizó su triple mandato oficial de “privatizar, liberalizar y desregular” y que las comisiones de trabajo por él presididas realizaron, con la ayuda de grandes empresarios privados como Carlo di Benedetti o Etienne Davignon, algunos de los documentos más influyentes y desreguladores sobre la sociedad de la Información (como el llamado “Informe Bangemann” de 1994). El anunciado “fichaje de nuestro Ronaldo”, en palabras de Villalonga, se convirtió ciertamente en un boomerang de contrapropaganda, de dudosa rentabilidad futura para Telefónica. Pero se puede convenir que estaba inscrito en la lógica natural de la “convergencia”, no en términos multimedia en esta ocasión sino de convergencia entre el mercado y el Estado. Aunque quizás el problema reside en que esta última forma abarca necesariamente a la primera. O dicho de otra forma, que la convergencia -aparentemente tecnológica- abarca en realidad todo un proyecto social<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup>Esta es la principal conclusión de Jean Guy Lacroix, Bernard Miège y Gaetan Tremblay en su obra *De la télématique aux autoroutes de l'information. Le grand projet réconduit*. Presses Universitaires de Québec. Sobre la convergencia puede verse también Enrique Bustamante (Ed.) *Telecomunicaciones y audiovisual. Encuentros y divergencias*. Fundesco. Madrid. 1992.