

EL DEVENIR DE LA TV POR CABLE EN JUJUY

Iván Gustavo Lello

Resumen

La expansión de las redes de televisión por cable en la provincia de Jujuy registra intensa actividad desde sus orígenes a la actualidad. A la cobertura territorial en aumento se suma el ingreso de operadores y la disputa por el mercado en las ciudades más densamente pobladas.

El objetivo de este trabajo es demostrar como esa evolución consolida un modelo comercial en el campo de la televisión por vínculo físico y cómo esas lógicas orientan las decisiones de los prestadores.

En la transición entre el viejo marco legal de la radiodifusión y la Ley 26.522 se han generado una serie de movimientos empresariales entre cableoperadores con intereses en las ciudades de San Pedro y Libertador General San Martín.

Analizaremos en particular en caso de la firma Nortelevisa-Canal 2, que amplió su actividad primaria en la capital jujeña a una zona geográficamente estratégica por su densidad poblacional.

También damos cuenta de la incursión en la TV por cable de una cooperativa telefónica, hecho sin precedentes en nuestra provincia, favorecido por el reparto de las licencias en tercios entre el sector comercial, el de la sociedad civil y el Estado, previsto en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Finalmente caracterizaremos las estrategias empresariales de posicionamiento, describiendo sus características y algunos desafíos producto de metamorfosis que se avizoran en el sistema televisivo en su conjunto.

Palabras clave: cable, estrategias empresariales, Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, modelo comercial, televisión.

THE FUTURE OF CABLE TV IN JUJUY

Abstract

The expansion of cable television networks in the province of Jujuy registers intense activity from its origins to the present. The income of operators and the dispute over the market in the most densely populated cities must be added to the increasing territorial coverage.

The aim of this paper is to demonstrate how such development consolidates a business model in the field of television by physical link and how these logics guide decisions of providers.

In the transition between the old radio legal framework and Law 26.522, a series of business moves between cable operators with interests in the cities of San Pedro and Libertador General San Martín have generated.

The Nortevisa-Channel 2 firm will be analyzed as a particular case, which expanded its primary activity in the capital of Jujuy to a geographically strategic area because of its population density.

Also we realize the incursion of a telephone cooperative into cable TV, which is unprecedented in our province, favored by the distribution of licenses in thirds between the commercial sector, the civil society and the State, predicted under the Audiovisual Communication Services Law.

Finally we will characterize the corporate positioning strategies, describing their characteristics and some challenges that are product of metamorphosis that can be foreseen in the television system as a whole.

Keywords: business model, business strategies, cable, Audiovisual Communication Services Law, television.

La expansión de las redes de televisión por cable en la provincia de Jujuy registra intensa actividad desde sus orígenes a la actualidad. A la cobertura territorial en aumento se suma el ingreso de operadores y la disputa por el mercado en las ciudades más densamente pobladas.

El objetivo de este trabajo es demostrar como esa evolución consolida un modelo comercial en el campo de la televisión por vínculo físico y cómo esas lógicas orientan las decisiones de los prestadores.

En la transición entre el viejo marco legal de la radiodifusión y la Ley 26.522 se han generado una serie de movimientos empresariales entre cableoperadores con intereses en las ciudades de San Pedro y Libertador General San Martín.

Analizaremos en particular el caso de la firma Nortelevisa-Canal 2, que amplió su actividad primaria en la capital jujeña a una zona geográficamente estratégica por su densidad poblacional.

También damos cuenta de la incursión en la TV por cable de una cooperativa telefónica, hecho sin precedentes en nuestra provincia, favorecido por el reparto de las licencias en tercios entre el sector comercial, el de la sociedad civil y el Estado, previsto en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Finalmente caracterizaremos las estrategias empresariales de posicionamiento, describiendo sus características y algunos desafíos producto de metamorfosis que se avizoran en el sistema televisivo en su conjunto.

Lineamientos metodológicos

Los datos surgen de fuentes documentales primarias y bases de datos oficiales, en particular la de la Autoridad Federal de Servicio de Comunicación Audiovisual (AFSCA).

La base de información obtenida, correspondieron a dos listados obtenidos de áreas de Prensa de organismos públicos y el rastreo de las resoluciones del COMFER-AFSCA vinculadas a la situación de la televisión en la provincia de Jujuy. También accedimos a una grilla de medios audiovisuales de la Dirección Nacional Electoral del Ministerio del Interior de 2013, consultamos registros del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA), del Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), del Sindicato Argentino de Televisión (SATSAID), de la Cámara Argentina de Cableoperadores PyMES, en internet entre otros.

Los resultados muestran la emergencia de cableoperadores comerciales en localidades del interior provincial, llegando a once de los dieciséis departamentos en que se organiza políticamente la provincia.

Otro dato es el incremento de la competencia en las ciudades más densamente pobladas a través de la obtención de permisos para extenderse desde la localidad primaria de prestación del servicio hacia otras. En esto, la política del gobierno nacional durante la última década tuvo un rol protagónico.

Pantallazo general

Los cableoperadores son empresas privadas comerciales, resultando notoria la ausencia del tercer sector en este campo, lo que contrasta con el sector de las radios de frecuencia modulada en el que obtuvieron licencias establecimientos escolares públicos, comunidades aborígenes e iglesias de distinto credo.

El tipo societal de las empresas es diverso y es un indicio de la capacidad que cada una tiene en términos de renovación tecnológica y producción de contenidos para cumplir con las cuotas de pantalla exigidas por ley. Entre los competidores hay empresas unipersonales como sociedades anónimas que se han constituido como multimedios, y en todos los casos de manera independiente de los principales operadores de cable a nivel nacional.

El panorama actual sugiere que la distribución de la TV por cable va de la mano con el desarrollo urbano y el incremento de la densidad poblacional, como así también de los principales centros de producción y consumo.

A diferencia de lo que sucede con la televisión abierta en Jujuy, aún monopolizada por la empresa Radio Visión Jujuy licenciataria de Canal 7, la TV por cable tiene una multiplicidad de prestadores. Estos gozan de posiciones dominantes en mercados territorialmente bien definidos, aunque la capacidad económica y de producción de contenidos entre ellos es bien distinta.

Una novedad de la última década es la llegada de un tercero en discordia en mercados repartidos pacífica e históricamente entre dos operadores; el nuevo competidor llega autorizado por el organismo de aplicación de la ley audiovisual extendiendo su red a nuevas localidades con una capacidad ya instalada.

El caso que resulta particularmente interesante de analizar es el de Canal 2. La empresa opera desde 1985 un circuito cerrado de televisión y con los años logró la adjudicación de tres licencias de FM: Radio 2 (105.5 Mhz); Ciudad (88.1 Mhz) y Tropicalísima (98.7 Mhz); además, cuenta con un diario digital (Jujuy al Momento) y brinda servicio de internet a través de su red de cableado.

Socios y sociedades

La licencia de Canal 2 y de Radio 2 fue otorgada por el COMFER a Circuito Cerrado Jujuy SA (CCJ, en adelante) por Resolución N° 425-COMFER/84, para que operara en la capital jujeña. La empresa estaba integrada por Eduardo Carillo, Rafael Abraham, René Abraham y Ana María Millán de Barreiro. En marzo de 1986 se incorporan dos nuevos socios: Alberto Juan Cammuso y Eduardo Cammuso.

Rafael y René Abraham se desvincularon de la empresa transfiriendo sus acciones a Ricardo Sellei, quien fue reconocido por el COMFER como socio de CCJ en diciembre de 1993.

Eduardo Cammuso adquirió las acciones de Sellei y, a su vez, cedió la totalidad de su participación a la empresa Vivrestar SA, pero el COMFER objetó la transferencia porque Vivrestar era una firma uruguaya.

Frente a esto, Cammuso le compró a Vivrestar la totalidad de sus acciones en CCJ y la que tenía en poder Anselmo Singh. Así, a fines de 1999, la sociedad

licenciataria quedó compuesta por los socios Eduardo Carillo, Ana María Millán de Barreiro, Eduardo Cammuso y José Cammuso.

Cinco años después, CCJ se reconvierte en Telenor SA y en 2005 cedió la titularidad de la licencia a Iron Warehouse SA., ésta última modificó el 19 de agosto de ese año su denominación social por Nortelevisa SA. El COMFER autorizó en noviembre la transferencia de la titularidad de la licencia de sistema mixto de televisión adjudicado a Circuito Cerrado Jujuy a favor de Nortelevisa SA, integrada por Ángel Ramón Tejedor con el 90 por ciento del paquete accionario y José Manuel Carrión.

Tejedor vendió en 2005 el 67 por ciento de sus tenencias de Nortelevisa a José Peressín, y un año después transfirió el restante 23 por ciento del capital social a Telesistema SRL, representada por su socio gerente Natalia Fernanda Cammuso, hija de Eduardo.

Por su parte, Peressín transfirió en enero de 2007 a Telesistema todas sus acciones; en diciembre de 2008 José Carrión vendió el 50 por ciento de sus acciones a Natalia Cammuso y el resto a María Alejandra Cammuso.

Con estos movimientos las hermanas Cammuso y la firma Telesistema SRL, que ellas integraban, se quedó con Nortelevisa, titular de la licencia de circuito cerrado de televisión.

La expansión

Con la firma licenciataria controlada por la familia Cammuso, Nortelevisa logró que la AFSCA resolviera un pedido para extender su servicio de circuito cerrado de televisión a la localidad de Libertador General San Martín. La autorización se efectuó el 7 de julio de 2010, en la que se fijó un plazo de 18 meses como máximo para el inicio de las transmisiones y se concedió por el período que abarca el de la licencia otorgada en 1984.

La empresa de los Cammuso consiguió otro objetivo estratégico en los albores del bicentenario. Logró la autorización oficial para extender sus servicios a las localidades de El Carmen, Perico, San Pedro y Monterrico. La resolución de la AFSCA está fechada el 9 de noviembre de 2011, y el inicio del expediente un año antes.

De este modo la empresa Canal 2 consolidó una expansión territorial sin precedentes hacia los principales conglomerados urbanos, desde San Salvador de Jujuy y Palpalá a otras cuatro ciudades. Esto representa un

mercado de 437.248 habitantes, o lo que es lo mismo, el 65% de la población provincial.

El último movimiento a favor de Telesistema -la adjudicataria de la licencia de televisión por cable Canal 2- fue recibir de Eduardo Cammuso la licencia de FM Radio 2 (LRK780) que el COMFER le había otorgado en agosto de 2001. En mayo de 2012 la AFSCA autorizó la transferencia a la firma integrada por Natalia Fernanda y María Alejandra Cammuso.

Resulta significativo que las decisiones tomadas por la autoridad de aplicación de la ley audiovisual se hayan tomado durante el período en que Eduardo Cammuso ocupó una banca en la legislatura jujeña. El empresario asumió como diputado en diciembre de 2009 por la alianza Frente Primero Jujuy, que había ganado cuatro escaños y reunía en su bloque nueve miembros.

Ese armado político-electoral fue un desmembramiento del Frente para la Victoria, encabezado por Carlos Daniel Snopek tras naufragar su intento de obtener la candidatura a diputado nacional en el oficialismo.

La actividad política de Cammuso estuvo signada por conflictos internos en el bloque, que tuvieron su punto más álgido en 2011, cuando fue expulsado en el marco de las pujas por la jefatura del grupo y el apoyo que le prodigó a su par de San Pedro, Carolina Moisés. En mayo siguiente el Superior Tribunal de Justicia rechazó un planteo del empresario para revertir esa decisión.

Otro eje de tensión fue el triunfo de la fórmula Eduardo Fellner – Guillermo Jenefes, quienes asumieron como gobernador y vicegobernador en diciembre de 2011. Jenefes, que había sido senador nacional, está vinculado al grupo Radio Visión Jujuy, titular del hasta ahora único canal de aire, la AM LW8 y la FM Trópico.

De este modo, la Legislatura fue el escenario de lucha entre los dos empresarios televisivos: uno presidente natural parlamento y el otro diputado por una línea del peronismo opositor al oficialismo.

Con escasa asistencia a las sesiones y a las reuniones de trabajo de las distintas comisiones, Cammuso fue objeto de críticas públicas de compañeros de bancada, hasta que en abril de 2013 presentó la renuncia a su cargo. Pocos meses después de haber conseguido todos sus objetivos empresariales para Nortevisiva.

Batalla perdida

La única pulseada en la que fracasó la empresa de la familia Cammuso fue en su intento de hacerse de una licencia de AM en San Salvador de Jujuy en un concurso público abierto en 2003, el cual fue declarado fracasado en 2011.

En ese proceso, para adjudicar una radio AM en el 740 del dial en San Salvador de Jujuy, se presentaron tres interesados: Abraham Pablo Llapur, Aires del Norte y Telesistema. La Comisión de Preadjudicación rechazó al primero por no reunir los requisitos exigidos para acceder a la titularidad de una licencia de radiodifusión.

Los socios de Aires del Norte eran Félix Rubén Salomón y Carlos Eduardo Noman, ambos de la provincia de Salta, quienes en 2009 fundaron la firma Polo SRL con actividad en el rubro inmobiliario. Como ya hemos señalado, la sociedad Telesistema estaba conformada por María Alejandra, Natalia Fernanda y Eduardo Cammuso.

Ambos competidores acreditaron capacidad patrimonial suficiente, pero a criterio del Área Patrimonial de la Comisión de Evaluación, ninguno daba cuenta de manera acabada del origen de los fondos. Con la firma de Juan Gabriel Mariotto, el 3 de octubre de 2011, la AFSCA desestimó las tres ofertas y declaró fracasado el concurso público.

Telesistema interpuso un recurso de reconsideración contra esa decisión, el cual fue desestimado en abril de 2015 por la autoridad de aplicación, con la firma de Martín Sabbatella.

Un ramal disputado

Las ciudades de San Pedro y Libertador General San Martín integran el Ramal jujeño, una zona agroindustrial rica que gira en torno a dos producciones principales: caña de azúcar, tabaco y azúcar refinada. La población de ambas representa el 16 por ciento del total de la provincia. En cada una se transformó el escenario audiovisual.

Teleaudio SA opera TV por cable en Libertador desde 1990, y en 2007 había sido autorizada para extender a la ciudad vecina de Fraile Pintado el servicio de circuito cerrado de TV y llegar hasta allí con una FM. Como hemos señalado, en el año del bicentenario Canal 2 de San Salvador de Jujuy estaba en condiciones de operar en esa ciudad y en San Pedro.

Una decisión de la AFSCA habilitó a la Cooperativa Telefónica de Libertador General San Martín a instalar y explotar un sistema mixto de TV en esa ciudad en enero de 2014. La Cooperativa Telefónica también brindará servicios de Internet y operará el Canal 5 de aquella localidad, la tercera más poblada de la provincia, situada a 106 kilómetros de San Salvador. No obstante este logro, el organismo de aplicación difirió el tratamiento de la extensión de servicio a Calilegua, solicitada por la cooperativa.

De este modo, se presentan tres competidores en el mercado de la TV por cable en Libertador, con la inserción de actores no comerciales y, en este caso particular, la habilitación de la Cooperativa Telefónica, que tenían vedada esta actividad en el anterior marco legal.

En San Pedro operaba Cable Audio Visión desde 1987; la SRL estaba integrada por Carlos Ivar Rolf Lund, Victoriano García y Víctor Oscar García. En 2006 la firma obtuvo del COMFER la prórroga de la licencia por diez años. En ese momento inicia acciones para impedir que un cableoperador de Humahuaca se extienda a Libertador.

Enterada de las pretensiones de Cable Visión 2 de Febrero, de Carlos Alberto Arévalo, la prestadora ya instalada denuncia la falta de operatividad del servicio autorizado en Humahuaca y solicita el rechazo del pedido de extensión.

Pero la inspección realizada por dependencias del COMFER corrobora el funcionamiento del cable en la ciudad norteña, y con ello rechaza el planteo de Cable Audio Visión y autoriza a Arévalo a ingresar a la localidad de San Pedro.

La presencia de tres empresas de capital jujeño en el mercado de la TV por cable en San Pedro es consecuencia de la política nacional en materia audiovisual; si bien desmonopoliza la oferta, enfatiza aquí el carácter comercial.

Es muy pronto para evaluar el impacto de esta metamorfosis tanto en términos económicos como simbólicos, como para aventurar afirmaciones respecto de la respuesta de las audiencias.

Notas sobre las productoras

En San Salvador de Jujuy, desde donde transmite LW80 - Canal 7, del grupo Radio Visión Jujuy, y con la existencia de dos canales de cable, Canal 4 y canal 2, se radican 42 productoras audiovisuales; entre las comerciales y las de organizaciones de la sociedad civil, todas independientes.

Le sigue El Carmen con cinco productoras, y Libertador General San Martín con cuatro, y Tumbaya con dos. Según datos de la AFSCA, en Humahuaca hay dos; en Tilcara dos; mientras hay una sola productora en Palpalá, en Yavi, en Santa Catalina y en Susques.

Un dato interesante es el registro oficial de dos productoras pertenecientes a comunidades aborígenes, la de Olaroz Chico, en Susques, y la de Chorrillos de Tumbaya.

Observamos en este rubro el mismo patrón de concentración que en la distribución de la TV por cable, pero mucho más acentuado. Se puede clasificar a las productoras en unipersonales/familiares; colectivos de tipo cooperativos; las vinculadas a organizaciones sociales (aborígenes, asociaciones, fundaciones, etc.); y algunas pocas de estructura empresarial.

En otro estudio dimos cuenta de la escasa vinculación de los generadores de contenidos con los canales distribuidos, y su orientación mayoritaria hacia circuitos alternativos de exhibición.

Conclusiones

La estructura del sistema de la TV por vínculo físico muestra la preponderancia del modelo comercial, con lo cuál la asignación de licencias en el marco del 33 por ciento reservado a los operadores sin fines de lucro, sigue siendo una asignatura pendiente.

La estrategia expansionista de las empresas de cable depende de la capacidad económica y financiera para afrontar las inversiones que demanda la extensión de sus redes y lograr sostenerse hasta alcanzar una escala de rentabilidad. No se han producido adquisiciones de unas empresas por otras, ni la incorporación de inversores ni de otras compañías nacionales ni de capital extranjero.

Si bien los cableoperadores de las principales ciudades apostaron a un crecimiento conglomeral, reuniendo frecuencias de FM, diarios digitales y/o prestaciones de internet por cable coaxial, ninguno apostó al desarrollo de una productora propia ni a asociaciones con productoras independientes a fin de generar contenidos para sus pantallas, más allá de los informativos. La producción de ficciones es una asignatura pendiente en la televisión local.

Esto parece indicar que el modelo de negocio se basa en captar abonados más que la participación de la torta publicitaria, oficial y privada.

En las localidades menos pobladas los canales de cable son emprendimientos unipersonales, con menos personal y por lo tanto, con capacidades más limitadas para producir programación propia. Si bien la proliferación de emprendedores de este tipo es un dato positivo en términos de acceso a la comunicación por parte de población, encuentra un límite en términos de derecho a la palabra y a la expresión de la propia voz.

El mercado de la TV por cable enfrentará desafíos considerables, producto de transformaciones en la televisión abierta. Por una parte está el acecho de la televisión digital terrestre (TDT), con su alta calidad de imagen y la gratuidad de su acceso producto de las políticas comunicacionales del gobierno.

El otro dato relevante es el ingreso en el mediano plazo de por lo menos dos canales de televisión abierta: el de la Universidad Nacional de Jujuy y el del poder ejecutivo provincial. Aunque aún no están operativos, una vez que comiencen las transmisiones van a tensar aspectos sensibles como el reparto de la audiencia y de la publicidad.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación por los Derechos Civiles (2008): Publicidad Oficial en Jujuy, proyecto del programa de Libertad de Expresión. Buenos Aires.

Becerra, M. (2014): ¿En qué quedó la “Ley de medios”? (serie de notas publicadas el blog de Lucas Carrasco). Recuperado de <https://martinbecerra.wordpress.com/2014/08/20/en-que-queda-la-ley-de-medios-serie-de-notas-publicadas-el-blog-de-lucas-carrasco/>

Brunet, M. (s/d). El complejo-industrial televisivo. La TV hertziana pública y privada argentina: breve historial.

Lello, I. G. (2014). ‘Haciendo TV en Jujuy’, en Revista *La Trama de la Comunicación*, Volumen 18, enero a diciembre de 2014. Páginas 273 a 291. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Universidad Nacional de Rosario. ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634. Disponible en: <http://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/3254/Lello.pdf?sequence=1>

Ley Nacional N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, Buenos Aires, 2010.

Mastrini, G., Bizberge, A, y de Charras, D. (Eds.) (2013): *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía ediciones.

Polos Audiovisuales Tecnológicos (2013). Estudio sobre la TV en una muestra de localidades de la Argentina: Inversión publicitaria, costos de producción y alternativas de financiamiento local. Buenos Aires: Autor.

Polos Audiovisuales Tecnológicos (2012). Informe Red de Nodos Audiovisuales Tecnológicos, julio-2012. Quevedo, L.A. y Vacchieri, A. (1994). El sistema de medios en Jujuy. Jujuy. Ed. Universidad Nacional de Jujuy.

Sistema de Información Cultural de la Argentina (2012). Relieve cultural NOA. Cartografía y estadísticas culturales de Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. Buenos Aires.

VVAA (s/d). Relieve cultural del NOA. Cartografía y estadísticas culturales de Catamarca, Jujuy, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. Sistema de Información Cultural de la Argentina. Disponible en: <http://sinca.cultura.gov.ar>

IVÁN GUSTAVO LELLO

Magister en Teoría y Metodología en Ciencias Sociales y Especialista en Docencia Superior, ambas por la Universidad Nacional de Jujuy. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba. Es co-director de la Unidad de Investigación en Periodismo, Acción Colectiva y Esfera Pública (UNIPACEP). Docente ordinario de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Ha escrito numerosos libros, capítulos de libros y artículos que fueron publicados en diversas revistas científicas. Actualmente se desempeña como Secretario Académico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. iglello@gmail.com