

LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Aproximación teórico-práctica bajo la perspectiva bifocal de defensa de la competencia y pluralismo

MARÍA JOSÉ PÉREZ SERRANO

Universidad San Jorge

1. PLANTEAMIENTO INICIAL

La denominada Sociedad de la Información¹ es uno de los rasgos del nuevo siglo. Y, en ella, el conocimiento, y las posibilidades de adquirirlo, transformarlo y transmitirlo, se constituyen como un elemento cada vez más importante para el desarrollo de los países y sus gentes. Pero no solamente lo es en términos de fehaciente constatación, como demuestran los objetivos de la UE para el 2010 plasmados en la agenda de Lisboa, sino que, desde el punto de vista económico, la influencia de lo que se ha dado en llamar el sector de la comunicación, que incluye los medios de comunicación y sus empresas, adquiere cada vez mayor relevancia y no se

¹ Sociedad de la Información «es un término utilizado para describir los cambios sociales y económicos implicados en una transición de una economía industrial, basada en la fabricación o producción en masa a una basada en la información, especialmente electrónica». L. JOYANES, «Cibersociedad: la nueva sociedad de la información, orígenes, evolución e implantación», en *Revista Sociedad y Utopía*, 9, 1997, p. 84.

encuentra exento de ninguno de los cambios que vive el resto de la economía. Así, la globalización y los procesos de desregulación o la tendencia opuesta de profusión legislativa no resultan ajenos a las unidades económicas cuyo objeto social es la información en alguna de sus diversas formas y soportes.

Aparece, pues, un horizonte mediático cuyo perfil cambia en función de las transformaciones empresariales que se están produciendo en el tejido societario de la información. Y, en esta panorámica, los procesos de crecimiento externo se producen a ritmo análogo al de los avances tecnológicos, lo que origina unas modificaciones en las estructuras de las compañías, sistemas de difusión e interacciones, que merecen un meditado estudio para que esta dinámica se adecue a los límites constitucionales del derecho a la libre y plural información.

Robert McChesney ha señalado que en pocas industrias el nivel de concentración ha sido tan asombroso como en los medios de comunicación. Desde que a finales de la II Guerra Mundial se formasen los primeros grandes grupos informativos hasta hoy, el recorrido ha sido extenso; pero si hay que considerar una fecha a partir de la cual el proceso ha adquirido una nueva dimensión, tanto por el tamaño de las compañías, como por su carácter internacional y multimedia, ésa es 1980². En esta línea inciden factores económicos y mercantiles que hacen, en estos comienzos del siglo XXI, que sean muy pocos los medios informativos de cierto relieve que siguen actuando de forma independiente. Se tiende, como indica Ramón Reig, a que se produzca la vinculación con una gran empresa de la comunicación (los más influyentes ya están en esa órbita), dando lugar a una estructura en la que entidades financieras, empresas de telecomunicaciones y otras ajenas al mundo de la comunicación forman un entramado³ económico y mediático.

Estas circunstancias, junto con la búsqueda de la expansión de las empresas nacionales hacia los mercados internacionales, la diversificación en múltiples ramas empresariales y la ampliación de las actividades de las compa-

² Cfr. A. SÁNCHEZ-TABERNERO, «Publicidad y concentración informativa en Europa», en *Comunicación y Sociedad*, 1 y 2, 1991, p. 100.

³ Cfr. R. REIG, *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Paidós Ibérica, Barcelona 1998, contraportada.

ñas hacia diferentes campos o productos⁴, podrían resumirse en lo que –de *facto*– se denomina tendencia a la concentración que se ha instalado en el mercado europeo de la comunicación, y a la que, por supuesto, no es ajeno nuestro país. La consecuencia inmediata es la formación de conglomerados empresariales que modifican su estructura a una velocidad vertiginosa, cuya constatación y análisis constituye tanto la historia de la concentración mediática en los dos últimos decenios, como una radiografía del panorama actual. Prueba de ello es que, en 2003, los mayores grupos de comunicación habían crecido en términos absolutos y relativos al haber aumentado su tamaño y facturación, y simultáneamente habían incrementado su relevancia en el conjunto del mercado.

En este contexto, abordar el tema de la concentración de medios y el pluralismo informativo supone el intento de armonizar dos elementos en apariencia antagónicos⁵ y que, en términos económicos, pudieran denominarse «de suma cero»: lo que gana uno, lo pierde el otro y viceversa. Además, el esquema de confrontación entre ambos polos se plantea bajo un prisma político e incluso moral: la incidencia negativa representada por la concentración de medios y el plano positivo representado por el pluralismo. Mas antes de adentrarse en este punto, conviene sistematizar la teoría con el fin de aportar una definición del concepto objeto de estudio.

Un esbozo de los objetivos y el sustrato metodológico pueden contribuir a precisar ideas. La finalidad es triple: definir el concepto de concentración de medios bajo el prisma de la concentración de la propiedad y el reparto de capital social de las empresas informativas; enumerar los casos de concentración de medios sometidos a los organismos de Defensa de la Competencia españoles en el período 1999-2007, con incidencias en los tres más notorios,

⁴ Según Díaz Nosty, «la estructura de propiedad de los medios ha entrado en una fase de aceleración de la concentración, en la que los vectores del movimiento no son necesariamente las empresas especializadas del sector, sino las corporaciones mercantiles de referencia en los nuevos escenarios económicos. La desregulación ha producido la expansión del territorio de actuación de las compañías privadas, la diversificación de las líneas de negocio, pero también una superación de los escenarios nacionales en los que se acotaban los monopolios del audiovisual y las telecomunicaciones en Europa. A la desregulación, que tantas veces se ha producido en un sentido tan amplio que parece excluir de todo control los espacios de actividad surgidos o ampliados, ha sucedido una autorregulación de los nuevos titulares de la actividad, con matices que desmienten las preocupaciones por la competencia y la pluralidad que animaron la filosofía de la propia desregulación». B. DÍAZ NOSTY, *El Estado de los Medios*, 2001, en <http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/nosty07.htm>.

⁵ Para Tallón, «el pluralismo no es el reverso de la concentración». J. TALLÓN, *Lecciones de empresa informativa*, Ediciones de las Ciencias Sociales, Madrid 1992, p. 302.

y delinear una secuencia discursiva encaminada a destacar, entre las consecuencias de la concentración, sus efectos sobre el pluralismo informativo.

Y respecto al método, señalar que si concentrarse en lo metodológico quizá no resuelve ninguno de los problemas con que tropieza el investigador, al menos le ayuda a saber cuáles son esos problemas⁶. En este trabajo, se parte de la hipótesis de que la concentración de medios es un tipo de concentración económica cuya peculiaridad no viene de su tratamiento normativo, sino de la esencia del producto-servicio de las empresas que forman parte de ella. Se aplica, así, el método científico; se incide en el hipotético-deductivo para su claridad y rigor intelectual, y se completa con el análisis –también gráfico– de las variables que sustentan la investigación y sus conclusiones.

La sistematización de los expedientes de concentración y el detalle descriptivo-sintético de las concentraciones de medios notificadas al Servicio de Defensa de la Competencia (SDC) desde julio de 1999 a julio de 2007, permite crear un ecosistema completo de estos procesos de crecimiento externo y ubicarlo en su contexto legislativo y económico. La opción del SDC deriva de sus funciones específicas y porque, hasta la entrada en vigor de la nueva Ley de Defensa de la Competencia, era el primero, desde el punto de vista cronológico, en el procedimiento legal diseñado para defensa de la libre competencia en España.

2. CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA

2.1. *Aproximación teórica al concepto*

Es cierto que las disquisiciones de tipo semántico conducen a una reducción del espectro real y, de algún modo, limitan y constriñen el actual paisaje mediático; no obstante, resulta imprescindible fundamentar teóricamente el *iter* explicativo para no incurrir en errores cognitivos de base. En este punto parece oportuno señalar que la empresa informativa, como cualquier otra,

⁶ Cfr. J.M. BUCHANAN, *What should economists do?*, Liberty Press, Indianapolis 1979, p. 37.

es una unidad económica que desarrolla una actividad productiva mediante la combinación de factores económicos, financieros, técnicos y humanos para alcanzar un beneficio. Su peculiaridad deriva de que su fin (es decir, su objeto social, ya estructurada jurídicamente en sociedad), no es otro que la información en su sentido más amplio y la utilización de soportes o medios de comunicación social para la ejecución de dicha tarea.

Y el signo distintivo de la información (insistimos, en sentido amplio) es que tiende a satisfacer una necesidad de índole puramente intelectual, detectada por el empresario en el mercado, que, tras ser plasmada en un producto-servicio igualmente singular, deberá condicionar los procesos –también los de crecimiento externo– que en ella se desarrollan. Si no existiera ya suficiente complejidad en conjugar estos factores, la incorporación al ámbito empresarial de la información de grupos procedentes de distintas áreas ha suscitado una revolución que ha obligado a pasar de la idea de empresa informativa como la hemos definido a tener que referirse a grandes grupos de comunicación cuya configuración accionarial está fuertemente influida por capitales procedentes de las más variadas disciplinas y cuya expansión ha provocado que la producción de cultura y de información haya tomado tintes cosmopolitas⁷.

Este sustrato de producto intelectual mercantilizado bajo una etiqueta societaria con pluralidad accionarial, nos lleva a que la concentración de medios, concepto por el que se opta en detrimento del de concentración informativa más reduccionista, no desde la definición sino desde la nomenclatura, constituye un tipo de concentración empresarial o económica que puede estudiarse tanto desde la óptica del mercado como desde la perspectiva de las empresas.

Siguiendo a Iglesias⁸, la concentración de medios se puede analizar desde diversas perspectivas: la de la concentración de audiencias; la de la inversión publicitaria en los medios; la concentración de la propiedad y reparto del capital social de las sociedades mercantiles propietarias de empresas informativas, y la incidencia de la tecnología en las expectativas de concentración mediática. En ningún caso, estos puntos de vista son excluyentes; sino complementarios, concatenados e imprescindibles; pero es la tercera de las pers-

⁷ Cfr. C.J. HAMELINK, «La comunicación social de los años 90», en *Apuntes. Fundesco. Boletín de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones*, 123, 1991, p. 10.

⁸ Cfr. F. IGLESIAS, *Concentración y pluralismo en la radio española*, EUNSA, Pamplona 2005.

pectivas la que resulta predominante y la que sirve de base para medir la concentración de un modo lo más real posible, puesto que no se trata tanto de conocer los márgenes marcados por la ley, sino saber quién posee el control efectivo de la empresa. Así entendida, la concentración de medios de comunicación se define como «la acción y el efecto de aglutinar empresas de comunicación bajo una misma corporación que puede afectar a la efectiva libertad de comercio, expresión, difusión y elección por parte del consumidor-receptor entre los diversos productos que concurren en el mercado de la información».

Son muy diversas las circunstancias que desencadenan procesos de concentración de medios: coyunturas económicas, deseo expansionista, producción a gran escala, sinergias, reducción de riesgos, innovación, razones personales, situación geográfica, cambios sociales, razones de mercado, tecnológicas, políticas, culturales, publicitarias, etc.). Por tanto, y para establecer referentes sólidos, se delinea una taxonomía causal de seis tipos: económico, tecnológico, legal, político, psicológico y comunicacional. Esbozada la tipología, el interés radica en lograr la armonía entre estos procesos de crecimiento externo, el pluralismo, el desarrollo de la industria informativa, los derechos, la política, la legislación y la propiedad, respetando, siempre, a un ciudadano que es, a la vez, fuente y consumidor de información.

En esta dinámica aparecen, históricamente, una serie de procesos de concentración que, al tratarse de acontecimientos de relevancia, adquieren eco más allá de los confines de cada país y caracterizan el mercado mediático internacional. Este dato se ejemplifica con los movimientos empresariales vividos en torno al año 2000 por AOL-Time Warner y las plataformas digitales Direct TV y Echo Star, en Estados Unidos, y Viacom-CBS (cuya fusión se anunció en 1999 y fue aprobada en la primavera del año siguiente), grupo RTL (Bertelsmann-Pearson), Vivendi-Universal, VNU-ACNielsen, Telefónica-Lycos-Endemol-mediaWays, y Telepiú-Stream, en Europa.

2.2. Defensa de la Competencia y concentración de medios

Al afrontar la exégesis de un tema como el que nos ocupa, además de establecer una base teórica y conceptual, se hace preciso conocer los parámetros del mercado en los que se incardina este tipo de concentración económica.

En el siglo XVI, en su *Ensayo XXI*, Michel Eyquem, señor de Montaigne, describía la competencia como un juego de suma cero, en el que la ganancia de uno significaba la pérdida para el otro. A partir del siglo XVIII, Adam Smith, padre de la economía política, cambió esa concepción y acuñó la expresión «la mano invisible» para indicar que mientras los individuos y las empresas estén preocupados exclusivamente en su propio beneficio, estarán incentivados a través del ámbito de la competencia, como si fuera por medio de una «mano invisible», a promover el interés del público. Mas de lo que no cabe duda es que, en la actualidad, la experiencia ha demostrado que la competencia supone más bien una ganancia neta para los individuos, y «como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento sustancial al modelo de organización económica de nuestra sociedad y constituye, en el plano de las libertades individuales, la primera y más importante forma en que se manifiesta el ejercicio de la libertad de empresa»⁹.

De este modo, queda claro que la libre competencia, entendida según su etimología latina¹⁰, es un principio básico de la economía de mercado que tiene como presupuesto la libertad de iniciativa económica de los particulares, y que, como ya es sabido, esa libre iniciativa se considera un postulado esencial del Ordenamiento jurídico-constitucional¹¹. Además, el interés público y las raíces constitucionales que sustentan el entramado de la defensa de la libre competencia hacían del Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC) y del Servicio de Defensa de la Competencia (SDC)¹², y, ahora, de la Comisión Nacional de la Competencia, las piedras angulares de esta disciplina.

Conocidos ya los cauces del discurrir interpretativo, hay que abordar la conexión de ambas áreas, es decir, se parte de que la concentración de medios es básicamente una concentración económica y que está regulada de la misma forma que el resto, pero se hace imprescindible conocer un contexto *inter*

⁹ V. Preámbulo, Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.

¹⁰ Del lat. *competentia*; disputa o contienda entre dos o más sujetos sobre alguna cosa; oposición o rivalidad entre dos que aspiran a obtener la misma cosa.

¹¹ Admitido ese principio, el Ordenamiento jurídico ha de reconocer otro que deriva de él directamente: el de la libre competencia. Cfr. F. SÁNCHEZ CALERO-J. SÁNCHEZ CALERO-CALERO GUILARTE, *Instituciones de Derecho Mercantil*, McGraw Hill, Madrid 2004, p. 110.

¹² Estos organismos constituyen el sistema de Defensa de la Competencia español. A partir del 1 de septiembre de 2007, con la entrada en vigor de la nueva Ley de Defensa de la Competencia (Ley 15/2007, de 3 de julio), la Comisión Nacional de la Competencia integra a ambos y es el órgano competente para adoptar las decisiones sobre las operaciones de concentración y el Consejo de Ministros sólo puede intervenir, de forma motivada, por razones de interés general y únicamente en los casos en que la CNC prohíba una concentración o la sujete a condiciones.

pares para saber si es habitual la concentración en la industria de la comunicación y en qué medida son examinados estos casos por los organismos competentes.

En el ámbito supranacional, la Unión Europea ha mantenido, desde hace años, una actitud especialmente vigilante respecto al asunto de la defensa de la competencia y la concentración de medios. No obstante, la amplitud y complejidad de su desarrollo aconsejan contemplar algunas circunstancias y casos que la ejemplifiquen para tener una visión más precisa de su actuación.

Respecto a las circunstancias, conviene señalar que el Parlamento Europeo ya expresó su preocupación por este tema en las resoluciones de 15 de febrero de 1990 (*DOCE-C*, núm. 68) y de 16 de septiembre de 1992 (*DOCE-C*, núm. 284). Sin embargo, el constante aumento de la concentración de medios de comunicación en pocas manos, respaldado en algunos países europeos por los gobiernos de turno, motivó, en enero de 1994, la aprobación de una nueva Resolución para exigir que la Comisión elaborase una normativa que frenase estos procesos. El documento de Estrasburgo consideraba que vistos el *Libro Verde de la Comisión sobre Pluralismo y concentración de medios de comunicación en el mercado interior*¹³; el art. 51 del Reglamento sobre el control de las operaciones de concentración entre empresas; el informe de la Comisión de Cultura, Juventud, Educación y Medios de Comunicación, y las opiniones de la Comisión de Asuntos Económicos y Monetarios y de la Política Industrial, así como de la Comisión de Asuntos Jurídicos y de Derechos de los Ciudadanos, debían establecerse «inmediatamente» las premisas legales que permitiesen «poner coto a una concentración de medios de comunicación a escala europea que pusiera en peligro la diversidad de opiniones y el pluralismo»¹⁴.

Por su parte, la Comisión valoraba positivamente las concentraciones o empresas comunes que permitiesen al público acceder a nuevos productos o servicios, colaborando así al desarrollo de la Sociedad de la Información, pero consideraba que era necesario garantizar siempre la apertura del mercado de los medios de comunicación, especialmente en aquellos casos en que

¹³ COMISIÓN EUROPEA, *Libro verde de la Comisión. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior* (COM 92), 23 de diciembre de 1992.

¹⁴ «El Parlamento Europeo exige una legislación que ponga coto a la concentración informativa», *ABC*, 30-I-1994, p. 67. Para este tema, V.F. TOMÁS OLALLA, «Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales», en *ZER*, Revista de Estudios de Comunicación, Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 16, 2004, <http://www.ehu.es/zer/>.

podiese limitar el acceso a otros operadores, como el de la televisión de pago. En consecuencia, «la Comisión no se oponía a que se creasen grandes grupos de comunicación a escala europea, pero sí a que estos grupos alcanzasen una posición dominante que restringiera la competencia en la Comunidad o en un Estado miembro». Por ello, estableció una norma específica en esta materia y elaboró una propuesta de Directiva relativa a la propiedad de los medios de comunicación en el Mercado Interior, en la que propugnaba el establecimiento de sistemas de control para impedir la concentración si las empresas participantes controlasen previamente un determinado porcentaje de la audiencia.

En cuanto a situaciones concretas, de las más de setecientas concentraciones de dimensión comunitaria controladas por la Comisión desde la adopción, en 1989, del Reglamento comunitario 4064/89 de Control de Concentraciones hasta el año 1999, unas cuarenta de ellas estaban relacionadas con los medios de comunicación y más de veinte fueron autorizadas. Sólo ocho operaciones fueron prohibidas en su integridad y, de ellas, tres afectaban a empresas informativas, y una cuarta no fue prohibida porque se deshizo la operación¹⁵.

Circunscritos al plano nacional, resulta incontestable que nuestro tejido empresarial ha cambiado en los últimos tiempos. Muchas de las transformaciones se han logrado gracias al papel desarrollado por los procesos de crecimiento externo que han llegado a motivar, incluso, reestructuraciones sectoriales. A tenor de lo expuesto, los cambios han afectado a las áreas económicas más tradicionales (construcción, electricidad, inmobiliarias, químicas, alimentación, transportes o bancos), donde la reordenación intensa –a veces consecuencia de OPAs– ha originado que sus estructuras tengan poco que ver con las existentes al inicio de los noventa¹⁶, y, también, a aquel sector donde la información no es «sólo» el «elemento

¹⁵ Según el art. 2, la Comisión prohibiría la concentración si ésta crease o reforzase una posición dominante que restringiera la competencia en el mercado común o en una parte sustancial del mismo, que podría ser un Estado miembro o una provincia. El mercado geográfico que se toma en consideración para evaluar una concentración de medios de comunicación solía ser, por motivos culturales y lingüísticos, de ámbito nacional. Cfr. A. PÉREZ GÓMEZ, «El derecho comunitario de la competencia y los medios de comunicación», en *Las libertades informativas en el mundo actual. Actas del Congreso conmemorativo del 25 aniversario de la Facultad de Ciencias de la Información*, Universidad Complutense, Madrid 1999, pp. 444-445.

¹⁶ Cfr. M.J. PALACÍN SÁNCHEZ, «Las ofertas públicas de adquisición en España (1991-2002)», <http://www.personal.us.es/marpalsan/OPASBOLSADEMADRID.pdf>, p. 6.

investido de un carácter estratégico, en modo alguno novedoso, del que, según K.J. Arrow, no se había disfrutado con anterioridad»¹⁷, sino que es el fundamento, la materia prima y el objeto mismo de una industria, en la que se han generado, asimismo, procesos de concentración. «La creciente complejidad de la producción y el intenso proceso de transnacionalización por el que han venido avanzando las economías capitalistas desde hace algunas décadas es causa y consecuencia, a la vez, de la introducción de la información en los sistemas»¹⁸, pero ahora no se trata de una acción que ocasiona otras, sino que es el referente mismo de las sociedades mercantiles.

En España, existe competitividad y arraigo de las empresas multimedia, incluso alto grado de concentración en el sector radiofónico, por ejemplo, «dada la *troika* de cadenas todavía existente, a la que se ha venido a unir Punto Radio»¹⁹. No obstante, habría que observar el conjunto de los procesos de concentración para conocer, con la relatividad que da el empirismo, cuál es el panorama en que se desenvuelven los casos de concentración informativa más notorios. Desde el 1 de julio de 1999 al 1 de julio de 2007, el Servicio de Defensa de la Competencia ha referenciado 793 expedientes de control de concentraciones²⁰, distribuidos por años y según la fecha de notificación, del siguiente modo:

¹⁷ K.J. ARROW, «The organization of economic activity: issues pertinent to choice of markets versus non-market allocation», en *The Joint Economic Committee 31 st. Congress, 1st Session, The analysis and evolution of public expenditures: the PPB System*, USGPO, Washington 1969.

¹⁸ J.L. MILLÁN PEREIRA, *La economía de la información. Análisis Teóricos*, Trotta, Madrid 1993, p. 7.

¹⁹ F. IGLESIAS, *Concentración y pluralismo en la radio española*, o. c., p. 276.

²⁰ Para este análisis se ha tenido en cuenta las referencias aportadas en: http://www.dgdc.meh.es/control_concentra.html.

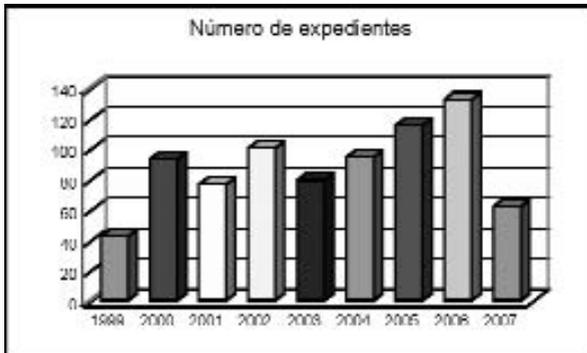


Gráfico 1

Años	Número de expedientes
1999	42
2000	93
2001	76
2002	100
2003	79
2004	94
2005	115
2006	132
2007	62
Total	793

Tabla 1

Los gráficos muestran la evolución y reflejan que el 3,28 % (26, en valores absolutos) han sido protagonizados por empresas pertenecientes al sector de la comunicación²¹.



Gráfico 2

Por períodos anuales (hasta julio de 2007), los momentos en que se han tramitado más concentraciones referidas a la industria de la comunicación han sido 2005 y 2006 como se aprecia en el siguiente gráfico:

²¹ Se entiende aquí los grupos de comunicación estrictamente hablando, a los que se han añadido aquellos procesos de concentración protagonizados por empresas que poseen alguna división (o son, en sí mismas, unidades de negocio de otras) relacionada con alguno de los modos de informar (también cine) y telecomunicaciones (internet).



Gráfico 3

Además, cada año, la tendencia a la concentración en el sector tiende a incrementarse. Específicamente, los expedientes de esos 26 procesos relacionados con el mundo de la comunicación de los que ha conocido el Servicio de Defensa de la Competencia²², desde julio de 1999 a julio de 2007, son:

1. La notificación de la operación, fechada el 21 de octubre de 1999 (expediente N-025), que consistía en la adquisición por Telefónica Media, S.A. de la totalidad de las acciones de Uniprex, S.A. La resolución fue la autorización tácita²³ el 22 de noviembre de 1999.
2. La notificación de la operación, datada el 27 de octubre de 1999 (expediente N-027), que consistía en la adquisición por Antena 3 de Televisión de la totalidad de las acciones de Movierecord Cine. Se decidió remitir el expediente al TDC el 9 de diciembre de 1999 y posterior acuerdo del Consejo del Ministros de 26 de mayo de 2000 que resolvió subordinar la aprobación de la operación a la observancia de condiciones.

²² La enumeración puede parecer prolija; pero, como síntesis de la realidad, se entiende de interés para los estudiosos del tema.

²³ Según el art. 15 bis. 2 del Real Decreto-Ley 6/1999, de 16 de abril, de Medidas Urgentes de Liberalización e Incremento de la Competencia (*B.O.E.* núm. 92, de 17 de abril), «Se entenderá que la Administración no se opone a la operación si transcurrido un mes desde la notificación al Servicio, no se hubiera remitido la misma al Tribunal».

3. La notificación de la operación, promovida el 22 de diciembre de 1999 (expediente N-042), que consistía en la adquisición por Telefónica Media, S.A., de la totalidad de las acciones de Cadena Voz de Radiodifusión, S.A. Fue resuelta mediante autorización tácita el 22 de enero de 2000.
4. La notificación de la operación, producida el 30 de junio de 2000 (expediente N-081), que consistía en la creación de una empresa en participación, Suma de Letras, S.L., controlada al 50 % por grupo Santillana Ediciones, S.A. y Ediciones B, S.A. La solución fue la autorización tácita el 31 de julio de 2000.
5. La notificación de la operación, instada el 10 de octubre de 2000 (expediente N-112), que consistía en un proyecto de adquisición por el grupo Bertelsmann, a través de su filial en España Printer Industria Gráfica, S.A., de la totalidad del capital social de la compañía holding Novo Sistema Actuaciones y Servicios, S.L., pasando así a controlar a sus filiales Roteric, S.A. y Cobrhi, S.A. La solución fue la autorización tácita el 10 de noviembre de 2000.
6. La notificación de la operación, solicitada el 10 de octubre de 2000 (expediente N-196), que consistía en un proyecto de fusión por absorción de Prensa Española, S.A. por parte de Grupo Correo de Comunicación, S.A. La solución pasó por la remisión del expediente al TDC el 16 de noviembre de 2001 y la decisión llegó a través del Acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de diciembre de 2001 por el que se decidió no oponerse a la operación.
7. La notificación de la operación, elevada el 14 de enero de 2001 (expediente N-213), que consistía en el proyecto de adquisición por parte de Editorial Planeta, S.A. de la totalidad del capital social de CREDSA, S.A. La solución fue la autorización tácita el 14 de febrero de 2002.
8. La notificación de la operación, iniciada el 7 de febrero de 2002 (expediente N-225), que consistía en el proyecto de creación de una empresa en participación denominada RMB-Distel, S.L., controlada al 50 % por RMB Cine España, S.A. y Distel, S.A. El fin del proceso llegó a través de la Resolución del Secretario General de Defensa de la Competencia de 21 de febrero de 2002, indicando que no se trataba de una operación de concentración a los efectos de la ley 16/1989, de Defensa de la Competencia.

9. La notificación de la operación, habida el 4 de junio de 2002 (expediente N-256), que consistía en el proyecto de adquisición por parte de Liberty Media de una participación de control de Open TV. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 2 de junio de 2002, fue no remitir el proyecto al TDC²⁴.
10. La notificación de la operación, formalizada el 6 de agosto de 2002 (expediente N-275), que consistía en el proyecto de adquisición por parte de Wanadoo del 100 % del capital social de Eresmas. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 16 de septiembre de 2002, fue no remitir el proyecto al TDC.
11. La notificación de la operación, presentada el 16 de agosto de 2002 (expediente N-280), que consistía en un proyecto de integración de DTS Distribuidora de Televisión por Satélite (Vía Digital) en Sogecable. La opción del Ministro de Economía fue la remisión del expediente al TDC el 13 de septiembre de 2002 y la decisión llegó a través de dos acuerdos del Consejo de Ministros de 29 de noviembre de 2002: por el primero se resuelve subordinar la operación a la observancia de condiciones, y por el segundo se acuerda subordinar a la observancia de condiciones relativas al mercado de derechos de retransmisión de acontecimientos futbolísticos dicha concentración económica.
12. La notificación de la operación, iniciada el 10 de septiembre de 2004 (expediente N-04069), que consistía en la adquisición por Terra Firma Investments (GP) 2 Ltd. del 100 % de las acciones de United Cinema International Multiplex B.V., Cinema International Corporation (UK), Cinema International Corporation Lda. y la mayoría de sus filiales (entre las que se encuentra Cinesa-Compañía de Iniciativas y Espectáculos, S.A.) propiedad de Universal Studios Holding III Corp., Viacom International Netherlands B.V. y Cinema International Corporation N.V. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 7 de octubre de 2004, fue no remitir el proyecto al TDC.
13. La notificación de la operación, originada el 17 de enero de 2005 (expediente N-05004), que consistía en la adquisición por parte de Godó y Planeta del control conjunto de Corporació Catalana de

²⁴ Lo que supone que el SDC no considera que la operación pueda obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado español.

- Comunicación. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 17 de febrero de 2005, fue no remitir el proyecto al TDC.
14. La notificación de la operación, comenzada el 28 de julio de 2005 (expediente N-05067), que consistía en la toma de control exclusivo sobre Comunitel Global, S.A., por parte de Tele2 Telecommunication Services, S.L.U. La decisión del Ministro de Economía, de 16 de septiembre de 2005, fue no remitir el proyecto al TDC.
 15. La notificación de la operación, concretada el 28 de agosto de 2005 (expediente N-05067), que consistía en la adquisición del control exclusivo de Auna Telecomunicaciones, S.A.U., por parte de Grupo Corporativo ONO, S.A. La decisión del Ministro de Economía, fecha 10 de octubre de 2005, fue no remitir el proyecto al TDC.
 16. La notificación de la operación, presentada el 5 de septiembre de 2005 (expediente N-05081), que consistía en la integración de Antena 3 de Radio, S.A. en Sociedad de servicios radiofónicos Unión Radio, S.L. La decisión del Ministro de Economía fue la remisión del expediente al TDC el 31 de octubre de 2005 y la resolución llegó mediante Acuerdo del Consejo de Ministros de 27 de enero de 2006, que decidió subordinar a la observancia de condiciones la aprobación dicha operación.
 17. La notificación de la operación, deducida el 8 de noviembre de 2005 (expediente N-05098), que consistía en la oferta pública de adquisición de acciones de Sogecable, S.A. por Promotora de Informaciones, S.A. (PRISA). La decisión del Ministro de Economía, fecha 15 de diciembre de 2005, fue no remitir el proyecto al TDC.
 18. La notificación de la operación, demandada el 6 de marzo de 2006 (expediente N-06022), que consistía en la integración del grupo Mediapro y del grupo Árbol mediante la constitución de un nuevo grupo empresarial (NewCo) al que se aportarían las acciones correspondientes al 100 % del capital social de Mediaproductio Properties BV y Árbol Producciones, S.A. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 6 de abril de 2006, fue no remitir el proyecto al TDC.
 19. La notificación de la operación, pedida el 19 de mayo de 2006 (expediente N-06047), que consistía en la adquisición por parte de Planeta 2010, S.L., del control conjunto de Prisma Publicaciones 2002, S.L., perteneciente a grupo Godó de Comunicaciones, S.A. La decisión del

- Ministro de Economía, con fecha 19 de junio de 2006, fue no remitir el proyecto al TDC.
20. La notificación de la operación, requerida el 11 de julio de 2006 (expediente N-06067), que consistía en la adquisición por parte de Ona Catalana, S.A. de tres concesiones de radio y activos técnicos complementarios de Radio Ambiente Musical, S.A. La decisión del Ministro de Economía, con fecha 31 de julio de 2006, fue no remitir el proyecto al TDC.
 21. La notificación de la operación, gestionada el 4 de octubre de 2006 (expediente N-06094), que consistía en la adquisición por parte de Sogecable, S.A. del control exclusivo de Audiovisual Sport, S.L. La decisión del Ministro de Economía, adoptada el 28 de diciembre de 2006, fue su remisión al Tribunal de Defensa de la Competencia, con acuerdo final del Consejo de Ministros de 23 de marzo de 2007 subordinando a la observancia de condiciones esta operación de concentración económica.
 22. La notificación de la operación, generada el 6 de octubre de 2006 (expediente N-06097), que consista en la adquisición por parte de la Sociedad Española de Radiodifusión, S.A. del control exclusivo de Propulsora Montañesa, S.A. La decisión del Ministro de Economía, fecha 23 de noviembre de 2006), fue la no remisión del proyecto al TDC.
 23. La notificación de la operación, propiciada el 6 de noviembre de 2006 (expediente N-06109), que consistía en la adquisición por parte de la Editorial Planeta, S.A. y Enciclopedia Catalana, S.A. del control conjunto sobre Ediciones 62, S.A. La decisión del Ministro de Economía, fecha 7 de diciembre de 2006, fue la no remisión del proyecto al TDC.
 24. La notificación de la operación, solicitada el 8 de noviembre de 2006 (expediente N-06111), que consistía en la adquisición del control exclusivo de Open TV Corp. por parte de Kudelsi, S.A. La decisión del Ministro de Economía, de 11 de diciembre de 2006, fue la no remisión del proyecto al TDC.
 25. La notificación de la operación, datada el 22 de diciembre de 2006 (expediente N-06132), consistía en la adquisición del control exclusivo de varias filiales y activos de VNU Business Media Europe B.V., incluidas las filiales españolas VNU Business Publications Espana S.A. (dedicado al negocio de las revistas) y Publicaciones Profesionales S.A.,

por parte de 3i Group PLC. La decisión del Ministro de Economía, fecha 5 de febrero de 2007, fue la no remisión del proyecto al TDC.

26. La notificación de la operación, formulada el 2 de marzo de 2007 (expediente N-07021), que consistía en la toma del control exclusivo de Recoletos Grupo de Comunicación, S.A. por parte de Unidad Editorial, S.A. mediante la adquisición de la totalidad de su capital social. La decisión del Ministro de Economía, de fecha 2 de abril de 2007, fue la no remisión del proyecto al TDC.

En la secuencia cronológica se observa que 15 de las resoluciones adoptadas por el Ministerio de Economía (57,69 %) fue no remitir el expediente al Tribunal de Defensa de la Competencia; en cinco casos (19,23 %) se decidió su remisión al TDC; en otros cinco (19,23 %) se les otorgó autorización tácita, y en uno (3,85 %) la resolución estimó no tratarse de una operación de concentración a los efectos de la Ley 16/1989, de Defensa de la Competencia. En síntesis, las decisiones finales reflejan la siguiente distribución sectorial:



Gráfico 4

Y, de los expedientes remitidos al Consejo de Ministros por el Tribunal de Defensa de la Competencia, el Gabinete acordó «subordinar a la observancia de condiciones la aprobación de la operación de concentración económica» en el 80 % de los casos²⁵, mientras que en el 25 % restante decidió no oponerse²⁶. Dato destacable es que de los cinco expedientes remitidos al

²⁵ Expedientes referenciados bajo las firmas: N-027 Antena TV / Movierecord Cine (fecha de notificación 27 de octubre de 1999), N-280 Sogecable / Vía Digital (fecha de notificación 16 de agosto de 2002), N-05081 Unión Radio / Antena 3 de Radio (fecha de notificación 5 de septiembre 2005), y N-06094 Sogecable, S.A. / Audiovisual Sport, S.L (fecha de notificación 4 de octubre de 2006).

²⁶ N-196 Grupo Correo de Comunicación, S.A. / Prensa Española, S.A. (fecha de notificación 17 de octubre de 2001).

TDC, tres enuclean los casos más relevantes vividos en España en los últimos años: la concentración de Antena 3 y cadena SER en Unión Radio, la de Correo y Prensa Española en Vocento, y la de Vía Digital y Canal Satélite Digital en Digital +. Hay que añadir, ya en 2007, la concentración de Recoletos Grupo de Comunicación y Unidad Editorial por constituir otro de los pilares en el espectro de la comunicación española.

3. PLURALISMO: UN EFECTO DE LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS

A pesar de las reticencias, los procesos de concentración vienen obligados por la necesidad de supervivencia y expansión de las sociedades. Sólo desde un cierto numantismo se pueden rehuir esos fenómenos que, sin negarles un legítimo afán de poder, responden a una concepción moderna, viable y competitiva de la empresa de comunicación, insertada en agrupaciones societarias con prestaciones multimedia.

Con la cautela de que semejantes iniciativas no eludan la transparencia, las concentraciones se entienden como el procedimiento más adecuado para cimentar un sector español de la comunicación saneado, que esté presente en el concierto europeo, sirva al fortalecimiento de nuestro idioma, con capacidad de desarrollarse en la América de habla hispana²⁷, y sitúe a Europa en las condiciones necesarias para competir en información con Estados Unidos y Japón²⁸.

No se trata de sugerir que la concentración sólo tiene consecuencias positivas o negativas en conjunto; antes al contrario, «importa llamar la atención sobre el valor relativo de sus efectos positivos, que nunca se dan aislados, sino que aparecen acompañados de otras consecuencias negativas»²⁹, sobre todo porque las estrategias suelen diseñarse en función de criterios económicos y pueden repercutir en la limitación del pluralismo informativo y cultural³⁰. Ese «pueden»³¹, del que también se participa en este trabajo, colisiona

²⁷ Cfr. J.M. BERGARECHE, *El consumo de información en Europa*, Cátedra Ortega y Gasset, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Zona Impresa, Madrid 1999, pp. 24-25.

²⁸ Cfr. J.F. BEAUMONT, «Hacia el mercado único de la información», en *El País*, 6-5-1991, p. 26.

²⁹ J. TALLÓN, *idem*, p. 303.

³⁰ Cfr. A. SÁNCHEZ-TABERNERO, «El comportamiento ético en las empresas de comunicación», en *De la ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona 2001, p. 36.

³¹ Cfr. definición en la p. 3.

frontalmente con algunas opiniones, bastante drásticas, que estiman, según la idea tradicional de la concentración, que «cuando los medios dejan de ser empresas aisladas y aparecen los grupos multimedia directamente se multiplicaban los efectos nocivos». En esta línea, Ignacio Ramonet presenta un análisis aún más inquietante al escribir:

«Todas estas concentraciones amenazan el pluralismo de la prensa y la democracia. Llevan a privilegiar la rentabilidad y a situar en los puestos de mando a gestores cuya principal preocupación es la de responder a las exigencias de los fondos de inversión que poseen una parte del capital. Uno de los derechos más preciados del ser humano es el de comunicar libremente sus ideas y opiniones. En las sociedades democráticas, la libertad de expresión no solo es una garantía, sino que va acompañada de otro derecho fundamental: el derecho a estar bien informado. Ahora bien, la concentración de los medios de comunicación mediante la fusión de periódicos, antes independientes, en el seno de grupos que se han convertido en hegemónicos, ponen en peligro ese derecho»³².

Y Ángel Benito acentúa esta impresión al decir que «no cabe duda de que esta concentración de medios, en manos de grandes emporios económicos, es hoy uno de los principales enemigos de la vieja y ansiada libertad de información»³³.

Comentarios extraídos de la sección de opinión de algunos medios de comunicación, ahondan en la idea de situación preocupante. Así, Ángel García Castillejo en 1997 afirmaba:

«El proceso de concentración de medios al que asistimos, que ha sido apadrinado por los sectores políticos concretos a lo largo de la última década, es el capítulo español del proceso que se experimenta a nivel mundial y que es reflejo de una auténtica ofensiva ideológica. El objetivo es palmario: ¿quién controla a los medios de comunicación? Quien controla los medios, controla la difusión de la información y así en cascada llega a formar la opinión de los ciudadanos; de ahí al voto, no hay trecho»³⁴.

³² I. RAMONET, «Otro peligro: Concentración de los medios», en *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 81, 2003, <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui199.htm>.

³³ A. BENITO JAÉN, «La concentración de medios y el pluralismo social», en *Estudios de Empresa Informativa, Homenaje al Profesor José Tallón*, Universidad Complutense, Madrid 2000, p. 32.

³⁴ A. GARCÍA CASTILLEJO, «Concentración de medios contra la democracia», en *El Mundo*, 27-3-1997, www.elmundo.es.

Sin llegar a cataclismos dialécticos, incidimos en el pluralismo que aparece como uno de los temas transversales a la hora de hablar de concentración de medios, contemplado desde la óptica de sus consecuencias. La preocupación más importante en torno a este asunto es conocer si existe posición dominante de una empresa en el mercado de la información, ya que esto se traduciría en una excesiva capacidad de influir en las ideas y en las decisiones de los ciudadanos³⁵, con lo que puede suponer para la satisfacción de una necesidad de orden intelectual, como es la de información.

Según esta postura, la concentración está relacionada con lo cuantitativo y el pluralismo con lo cualitativo; pero, además, puede observarse cómo al intentar establecer algunos nexos entre los dos conceptos, encontramos dos planos distintos: lo que es contable y objetivable (número de propietarios y diversidad de soportes), y esos otros elementos de más difícil medida y cuantificación, como puede ser la reacción del público. Desde la perspectiva de las ciencias de la comunicación, lo que realmente determina el pluralismo son los contenidos, la variedad de informaciones ideas, opiniones y modelos de vida que reflejan los medios en una determinada sociedad, y el derecho de todos los ciudadanos a acceder a estos contenidos en igualdad de condiciones. Este sería el pluralismo social real ante el pluralismo empresarial que defiende el Derecho de la Competencia³⁶.

Por tanto, y dadas las características de estos complejos procesos, no se trata de hacer una valoración apriorística del tipo «a más concentración menos pluralismo», sino proceder al análisis particular del caso para obtener conclusiones pegadas a la realidad cambiante, si bien con la premisa de que mayor número de empresas, y soportes, no implican más pluralismo, porque pueden existir múltiples medios pero que todos respondan al mismo poder de informar. Habrá que conseguir, pues, una armonización real entre estos procesos de crecimiento externo, el pluralismo, el desarrollo de la industria informativa, los derechos, la política, la legislación y la propiedad, para lograr, así, unos medios respetuosos, siempre, con la dignidad humana.

³⁵ A. SÁNCHEZ-TABERNERO, «Los medios de comunicación y la sociedad del futuro», en *Mediacion*, Documento 0409-02, Universidad de Navarra, pp. 5 y 6.

³⁶ Cfr. F. TOMÁS OLALLA, *idem*, 2004, <http://www.ehu.es/zer/>.

4. CONCLUSIONES

Este estudio está orientado a concretar que la concentración de medios es un tipo de concentración económica en la que inciden, como en cualquier otra, los mismos organismos de Defensa de la Competencia, pero su diferencia radica en la singular naturaleza del producto informativo que confiere a estos procesos un rasgo peculiar que proyecta sus consecuencias tanto sobre los destinatarios de la información como sobre el pluralismo informativo. Como resumen conclusivo conviene precisar que:

La teoría expuesta en estas páginas tiende a definir el concepto de concentración con base en el análisis de la estructura de la propiedad empresarial.

El mapa mediático español derivado del estudio de los expedientes del Servicio de Defensa de la Competencia, en los últimos años, muestra una profusión de procesos de concentración y una creciente preocupación por este asunto habida cuenta de su repercusión y trascendencia en el contexto nacional y global, lo que da a nuestro país un perfil impregnado de las mismas sinergias que fluyen en la coyuntura internacional.

Se infiere que el pluralismo debe ser entendido como multiplicidad de medios y de voces, más allá de la pura acumulación de soportes.

Los criterios apriorísticos han de evitarse al interrelacionar el binomio concentración de medios y pluralidad informativa, y ampliar la investigación a otras opciones que posibiliten ahondar en futuras vías aunque puedan resultar tangenciales a lo expuesto. En este horizonte abierto, sería interesante conocer cómo el individuo recibe estos procesos y asimila, o rechaza, las decisiones empresariales que se plasman a través de la línea editorial y tienen su consecuencia directa en la compra, visión o escucha del medio de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- K.J. ARROW, «The organization of economic activity: issues pertinent to choice of markets versus non-market allocation», en *The Joint Economic Committee 31 st. Congress, 1st Session, The analysis and evolution of public expenditures: the PPB System*, USGPO, Washington 1969.
- J.F. BEAUMONT, «Hacia el mercado único de la información», en *El País*, 6-5-1991, p. 26.
- A. BENITO JAÉN, «La concentración de medios y el pluralismo social», en *Estudios de Empresa Informativa, Homenaje al Profesor José Tallón*, Universidad Complutense, Madrid 2000.
- J.M. BERGARECHE, *El consumo de información en Europa*, Cátedra Ortega y Gasset, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Zona Impresa, Madrid 1999.

La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo

- J.M. BUCHANAN, *What should economists do?*, Liberty Press, Indianapolis 1979.
- COMISIÓN EUROPEA, *Libro verde de la Comisión. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior* (COM 92), 23-XII-1992.
- B. DÍAZ NOSTY, *El Estado de los Medios*, 2001, en <http://www.infoamerica.org/teoria/articulos/nosty07.htm>.
- A. GARCÍA CASTILLEJO, «Concentración de medios contra la democracia», en *El Mundo*, 27-3-1997.
- C.J. HAMELINK, «La comunicación social de los años 90», en *Apuntes. Fundesco. Boletín de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones*, 123, 1991.
- F. IGLESIAS, *Concentración y pluralismo en la radio española*, EUNSA, Pamplona 2005.
- L. JOYANES, «Cibersociedad: la nueva sociedad de la información, orígenes, evolución e implantación», en *Revista Sociedad y Utopía*, 9, 1997.
- J.L. MILLÁN PEREIRA, *La economía de la información. Análisis Teóricos*, Trotta, Madrid 1993.
- M.J. PALACÍN SÁNCHEZ, «Las ofertas públicas de adquisición en España (1991-2002)», <http://www.personal.us.es/marpalsan/OPASBOLSADEMADRID.pdf>
- A. PÉREZ GÓMEZ, «El derecho comunitario de la competencia y los medios de comunicación», en *Las libertades informativas en el mundo actual. Actas del Congreso conmemorativo del 25 aniversario de la Facultad de Ciencias de la Información*, Universidad Complutense, Madrid 1999.
- I. RAMONET, «Otro peligro: Concentración de los medios», en *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 81, 2003, <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/chasqui/paginas/chasqui199.htm>.
- R. REIG, *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*, Paidós Ibérica, Barcelona 1998.
- F. SÁNCHEZ CALERO-J. SÁNCHEZ-CALERO GUILARTE, *Instituciones de Derecho Mercantil*, McGraw Hill, Madrid 2004.
- A. SÁNCHEZ-TABERNERO, «Publicidad y concentración informativa en Europa», en *Comunicación y Sociedad*, 1 y 2, 1991.
- , «El comportamiento ético en las empresas de comunicación», en *De la ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona 2001.
- , «Los medios de comunicación y la sociedad del futuro», en *Mediacion*, Documento 0409-02, Universidad de Navarra.
- J. TALLÓN, *Lecciones de empresa informativa*, Ediciones de las Ciencias Sociales, Madrid 1992.
- F. TOMÁS OLALLA, «Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales», en *ZER, Revista de Estudios de Comunicación, Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 16, 2004, <http://ehu.es/zer/>.
- http://www.dgdc.meh.es/control_concentra.html.
- Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia.
- Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.