

MEMORIA DE TITULO

"Análisis de la Cobertura Periodística Dada por
El Mercurio y La Epoca a la Puesta en Marcha
del Multiportador"

Alumna: Luz María Aguirre Astorga

Profesora Guía: Miriam Orellana

Noviembre, 1996

MEMORIA DE TITULO

"Análisis de la Cobertura Periodística Dada por
El Mercurio y La Epoca a la Puesta en Marcha
del Multiportador"

Alumna: Luz María Aguirre Astorga
Profesora Guía: Miriam Orellana
Noviembre, 1996

A mis padres por su incondicional apoyo y confianza.
Y a Luis Felipe por su constante respaldo y dedicación.

INTRODUCCION

La manipulación de la información es un tema bastante discutido cuando se analiza el ejercicio periodístico. Está claro que un periodista al informar sobre un hecho de interés público puede utilizar, de acuerdo a su criterio, los antecedentes recopilados sobre ese tema, pues generalmente es su ética el gran regulador de su trabajo. Claro está que también existen editores al interior de un medio de comunicación que podrían percatarse y detener una manipulación de información o, por el contrario, adherirse a ella. Pero ésta no tiene por qué ser una situación extrema, sino que pueden ser sutilezas que varían la percepción de la noticia difundida. Asimismo, la manipulación -acción que tiene una connotación negativa- no tiene por qué ser con fines negativos. Tal vez se podría hablar de control de la información.

El acelerado trabajo 'día a día' de los periodistas muchas veces ni siquiera les permite analizar la situación reportada como para decidir controlar los antecedentes que se entregarán a la opinión pública. Entonces, lo que generalmente ocurre, es que quienes reportan y despachan diariamente noticias, sólo 'traducen' la información, de manera de hacerla comprensible para su público. Aunque en algunos casos, las noticias destacan un determinado aspecto, surge la pregunta si efectivamente esto fue controlado por el periodista que desarrolló la información.

En este estudio se quiere lograr una aproximación a este tema, para lo cual se escogió analizar la cobertura que hicieron los diarios La Epoca y El Mercurio de la puesta en marcha del nuevo sistema de llamadas de larga distancia. La implementación del multicarrier fue uno de los temas más destacados por la prensa nacional durante 1994, por lo cual su cobertura periodística puede ser bastante demostrativa respecto a lo que ocurre en otros medios escritos e, incluso, en otros temas.

A través de un análisis de contenido de estas noticias se determinó cuáles fueron los aspectos más enfatizados, información que se contrastó con la entregada por los periodistas que escribieron esos textos. De esta manera, se intentó determinar si existe un control consciente en el énfasis de las noticias o, por el contrario, si efectivamente los resultados del análisis no tienen relación con la percepción que los periodistas tienen del trabajo que desarrollaron.

Además, se entrevistó a personas que estuvieron involucradas en el inicio de las operaciones del multiportador en el país, para determinar cuál fue su percepción respecto a los aspectos destacados en las noticias exclusivamente de este proceso.

Entonces, del análisis de este tema, que fue de gran interés tanto para los medios de comunicación como para la opinión pública, se espera lograr una primera aproximación a la relación entre lo que el periodista cree estar destacando -control ejercido sobre la información- y lo que efectivamente se desprende de las noticias que ha redactado.

Este trabajo busca, al menos, hacer reflexionar sobre el control de la información que pueden ejercer los periodistas, y su conciencia al destacar una perspectiva de la noticia por sobre otra. Ello es importante, pues en este estudio se recurrió a los tres 'frentes' involucrados en el proceso informativo: el periodista, la fuente y las noticias.

OBJETIVOS

Este trabajo tiene como objetivo general analizar la relación entre los aspectos enfatizados en la cobertura periodística de un tema y la percepción al respecto, tanto de los periodistas que han reportado dicho tema, como de algunos actores involucrados en ese proceso de interés público.

Para estudiar esta relación se escogió analizar las noticias publicadas sobre el proceso de puesta en marcha del sistema multiportador en el país en los diarios de circulación nacional, El Mercurio y La Epoca. De dichas informaciones se analizaron cuáles fueron los aspectos más enfatizados en dichas publicaciones.

Dentro de los objetivos específicos se consideró contrastar los resultados obtenidos en el análisis de contenido de las noticias, con las opiniones de los periodistas de ambos diarios que reportaron el tema sobre la manera cómo los medios de comunicación difundieron este proceso y, particularmente, cómo lo abordaron ellos.

Asimismo, se contrastaron las opiniones sobre dicha cobertura periodística de algunas personas que participaron en el proceso de puesta en marcha del multicarrier, tanto con la información obtenida del análisis de contenido, así como con la proporcionada por los periodistas involucrados.

El inicio del sistema multiportador en Chile fue un proceso que concitó la atención de los medios de comunicación, por lo que se constituye como un buen tema para analizar la relación entre los aspectos más destacados en las noticias que le dieron cobertura, los que los periodistas que reportearon esos hechos señalan haber enfatizado y los que personas involucradas en el proceso percibieron como resaltados.

Además, este trabajo puede ser una buena referencia sobre el control de la información por parte de los periodistas, en el sentido de intentar conocer si en este caso existe una manipulación consciente de la información para destacar algún aspecto especial de ella.

Este resultado puede servir como orientación para saber si los periodistas se limitan a ‘traducir’ y transmitir una información de interés público o si, además, en algunos casos le dan una determinada orientación con alguna razón establecida, es decir, teniendo plena conciencia de ello. Por ejemplo, en el caso del multicarrier, un periodista podría enfatizar el aspecto educativo en un intento por evitar graves problemas en el uso del nuevo sistema -y una potencial interrupción del servicio-, o destacar el aspecto económico para atraer un determinado segmento de lectores como pueden ser los empresarios y hombres de negocios.

MARCO TEORICO

El Multiportador

El multicarrier o multiportador es un sistema para realizar comunicaciones telefónicas de larga distancia nacional e internacional, que permite elegir a una determinada empresa -portador o carrier- para que curse la llamada.

Una vez que este sistema se puso en marcha en todo Chile el 29 de octubre de 1994, el mercado de la telefonía de larga distancia, que antes tenía una estructura monopólica regulada, se transformó en uno de competencia con libertad tarifaria.

Nuestro país es el segundo del mundo, después de Estados Unidos, que tiene este sistema con plena competencia, lo que lo pone a la vanguardia de las telecomunicaciones. Japón, Australia e Inglaterra cuentan con sistemas similares, pero son más restringidos. (1)

Para establecer cuáles llamadas del servicio público telefónico -excluida la telefonía móvil- son de larga distancia se separó al país en 24 zonas primarias de acuerdo a un concepto técnico que se hizo coincidir con divisiones geográficas. (2)

De acuerdo al Artículo 26 de la Ley N° 18.168, “toda comunicación que exceda una zona primaria será considerada de larga distancia para los efectos de esta ley”. (3) Por lo tanto, toda llamada que se realice dentro de una zona primaria se considera como local.

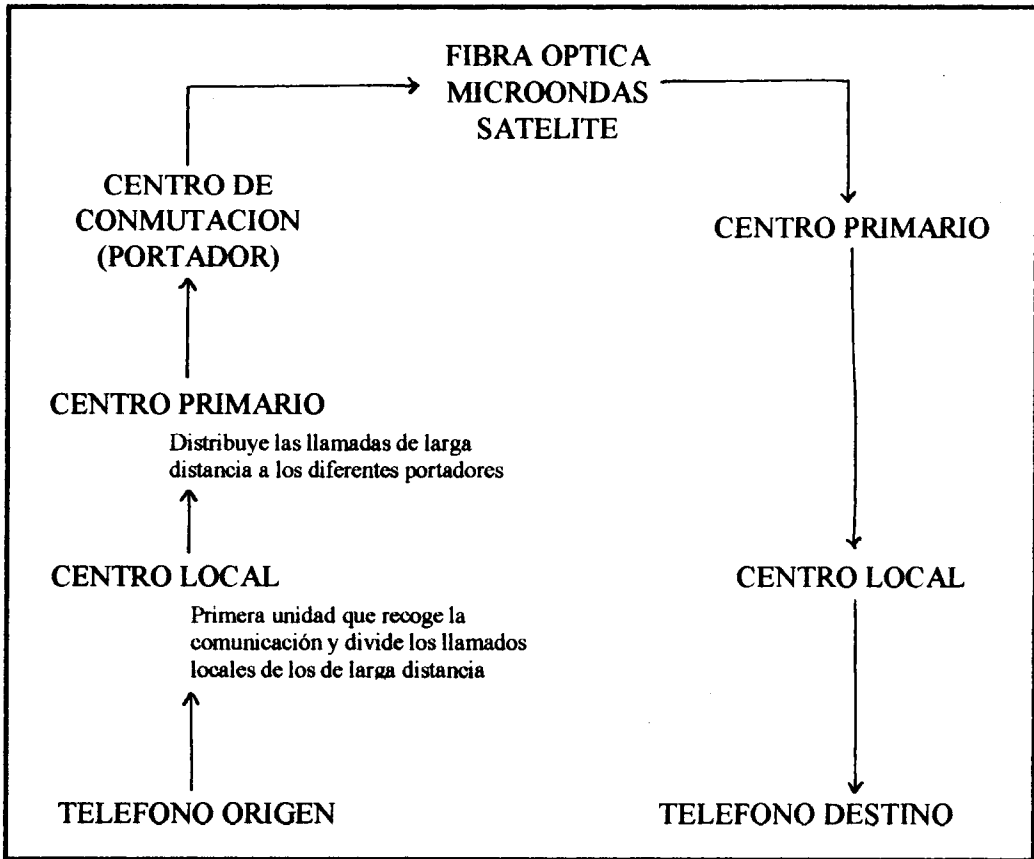
La ingeniera civil electrónica con mención en Telecomunicaciones, Eurídice Aliste, quien actualmente es Jefa de la Unidad de Reglamentos y Normas de la Subsecretaría de Telecomunicaciones y que durante la puesta en marcha de este sistema era asesora de la División de Planificación Estratégica y Estudios (A), precisa que la llamada telefónica es una onda electromagnética. Explica que los medios de transmisión utilizados para que la señal llegue a su destino dependen de si la llamada es de larga distancia o local y de la zona en que ésta se origina y hacia donde se dirige, pues considerando principalmente estos factores los portadores o carriers desarrollaron una evaluación técnico-económica para determinar qué medios de transmisión eran más convenientes para cada zona.

Las llamadas locales generalmente se transmiten a través de cables de cobre. En tanto, para lograr una comunicación telefónica de larga distancia, la ingeniera explica que la onda electromagnética es enviada por cable hasta una central local, desde donde es transmitida por microondas, fibra óptica,

satélite o multipar (cable de cobre) hasta el centro primario. Desde ese lugar, la señal generalmente es enviada por fibra óptica -aunque puede ser otro medio- hasta el centro del portador escogido por el usuario, donde está el centro de conmutación, lugar en el cual se desarrolla la conexión de la línea de origen de la llamada con la receptora de dicha señal.

Cuando el usuario va marcando en su aparato telefónico el número con el cual quiere comunicarse, automáticamente al digitar el 1, el centro local identifica que es una llamada de larga distancia, luego con el código individualiza al carrier. Una vez que la señal está en el centro de conmutación del portador escogido, automáticamente con los primeros dígitos del número telefónico se identifica la zona primaria a la cual pertenece la línea a la que se llama, los que le siguen indican el centro primario correspondiente, y los últimos individualizan la línea telefónica con la cual se establecerá la comunicación.

Desde el centro de conmutación, el llamado es enviado vía microondas, fibra óptica, satélite o una mezcla de estos elementos en la red -según la conveniencia de la compañía largadistancista- hacia el centro primario de destino y desde allí hacia el centro local, desde donde es enviado hacia el receptor.



Recorrido de la onda electromagnética durante un llamado telefónico de larga distancia.

De acuerdo a la Ley General de Telecomunicaciones, la autoridad puede otorgar todas las concesiones que le sean solicitadas, y no lo podrá hacer sólo cuando haya restricción en cuanto al uso del espectro radioeléctrico o alguna norma técnica haga necesario limitar la cantidad de operadores. (4)

Hasta el momento, once empresas portadoras han obtenido concesiones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), de las cuales ocho están ofreciendo sus servicios de larga distancia. Bellsouth Chile, Chilesat, Iusatel, CTC Mundo, Entel Chile, Transam y VTR Telecomunicaciones funcionan en la mayor parte del territorio nacional. En tanto, en la zona de la X Región opera la empresa filial de Telefónica del Sur, CNT Larga Distancia.

Previo a la puesta en marcha del multicarrier, los once portadores que tenían una concesión participaron en el sorteo de los números que los identificarían ante los usuarios, de manera de escogerlos al momento de realizar una llamada de larga distancia.

De acuerdo al artículo 14 del Reglamento del multiportador, el código asignado a cada empresa es inseparable de la respectiva concesión de servicio intermedio. En caso de que nuevas compañías se integren al sistema, la

Subsecretaría de Telecomunicaciones realiza trimestralmente -en caso necesario- sorteos de estos códigos de dos dígitos. (5)

Para usar este servicio existen dos modalidades, el multiportador discado y el contratado. En el primero, se puede escoger al momento de efectuar la llamada con qué compañía de larga distancia se operará. Esto se logra marcando el número uno más el código de dos dígitos que identifica al carrier o portador.

En tanto, el multiportador contratado consiste en que se puede suscribir un convenio con una empresa para que, por un plazo mínimo de dos meses, curse automáticamente las llamadas de larga distancia. Luego de ese período, se puede poner término al contrato de afiliación cuando el usuario lo estime conveniente mediante la firma de una solicitud de desactivación. La compañía deberá desconectar el servicio dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de esa petición.

En la práctica, los pasos que se deben seguir para realizar una llamada internacional vía discado directo son marcar los dígitos uno, el código del carrier y cero, seguidos de los códigos del país, de área y del número telefónico con el que se desea hablar.

En el caso de llamadas automáticas de larga distancia nacional, se debe digitar los números uno y el código del carrier, además del código de ciudad y número con el que se quiere comunicar.

Si se realiza la llamada vía operadora, se tienen que marcar los dígitos uno, el código del carrier, el dieciocho y el dos, en el caso de llamadas internacionales; y uno, el código del carrier, seguido del doce y luego el dos, para llamadas de larga distancia nacional.

En tanto, para cursar una llamada internacional vía discado directo, utilizando el sistema de multiportador contratado, se deben marcar dos ceros seguidos de los códigos de área, zona y teléfono deseado. De esta manera, el carrier convenido cursará la llamada automáticamente. Lo mismo ocurre en las llamadas de larga distancia nacional marcando sólo un cero, en lugar de dos.(6)

Los sistemas de llamadas de larga distancia discado y contratado no son excluyentes, es decir, aún cuando un usuario tenga un convenio con una determinada empresa puede también realizar cuando lo desee llamadas de larga distancia usando otra compañía. Para ello, basta cursar su llamada con los procedimientos de multiportador discado y marcar el código del carrier escogido.

Los portadores operan sistemas de información y de recepción de reclamos del servicio de larga distancia durante todo el día, los que pusieron en marcha tres meses después de la publicación del Reglamento en el Diario Oficial.

En lo que respecta a los cobros de los carriers, gracias a un convenio con las compañías telefónicas, se incluyen en una cuenta única, que además del valor de las llamadas locales, detalla las comunicaciones de larga distancia correspondientes a cada portador, agrupándolas cronológicamente y subtotalizándolas en orden decreciente según el código. De esta manera, la empresa telefónica traspasa el pago a los portadores. Sólo Chilesat factura sus llamadas a través de una cuenta propia.

Historia

En 1988, la Compañía de Telecomunicaciones de Chile (CTC) pidió una concesión a la Subsecretaría de Telecomunicaciones para operar el servicio de larga distancia nacional e internacional, situación a la que Entel -la empresa más importante que operaba hasta ese entonces en dicho segmento- se opuso rápidamente. De esta manera, se originó la discusión en torno al tema del multiportador.

En una primera etapa, se le dio la razón a Entel, pasando el litigio a la Comisión Resolutiva -dependiente de la Comisión Antimonopolios-, la que votó en favor de CTC.

Pero la discusión continuó. Entel sostenía que CTC no operaría lealmente en el mercado internacional al poseer el mayor porcentaje de la telefonía local y, por lo tanto, el contacto directo con el usuario final. Con ello -afirmaba Entel- podría monopolizar el mercado e ingresar las llamadas de larga distancia a su libre voluntad.

Después de haber pasado a la Corte Suprema, el fallo volvió a la Comisión Antimonopolios, decidiéndose esta vez que CTC podía ingresar a la

larga distancia bajo la condición de establecerse como sociedad anónima abierta, filial de una operadora local.

Junto a ese fallo, se estableció desarrollar un sistema denominado multicarrier o multiportador para efectuar las llamadas de larga distancia, en el que el usuario tuviera la posibilidad de elegir libremente la empresa operadora que cursara su llamado de larga distancia, ya sea nacional o internacional.

La aprobación de la Ley 3A en marzo de 1994, luego de dos años de trámite legislativo, fue el punto de partida para que las empresas comenzaran a prepararse para la puesta en marcha del sistema meses más tarde, una vez que el reglamento respectivo fuera despachado. Esta normativa fue publicada en el Diario Oficial el 1 de agosto de ese año.

De acuerdo a la Ley 3A, la fecha original del inicio de operaciones del multiportador era en julio de 1994, la que fue retrasada debido a las modificaciones realizadas a esta ley marco.

Desde el comienzo, la competencia se planteó muy interesante para distintas compañías, las que concretaron importantes inversiones -se estima que en conjunto superaron los US\$ 2.000 millones en infraestructura y conformación de las redes nacionales e internacionales-. Además, iniciaron ofertas de nuevos servicios y tarifas a sus potenciales clientes.

Con este escenario, llegó el 27 de agosto, día elegido para que el sistema comenzara a funcionar progresivamente en el país. (7)

Puesta en marcha del multiportador

El 10 de junio de 1994, el Presidente de la República, Eduardo Frei, firmó el Decreto Supremo de los ministerios de Transportes y Telecomunicaciones y de Economía que regula el sistema multiportador discado para los servicios de larga distancia nacional e internacional, ingresando así el documento a la Contraloría General de la República para su trámite de toma de razón.

Transcurrido un poco más de un mes, con fecha 28 de julio, el organismo tomó razón del Decreto 189 que reglamenta el sistema del multicarrier. De esta manera, el 1 de agosto se publicó en el Diario Oficial el Reglamento del Multiportador, el que establecía un plazo de 30 días para que el sistema comenzara a operar.

El 6 de agosto, con la presencia de los ministros de Transportes y Telecomunicaciones, Narciso Irureta, y de Economía, Alvaro García, se realizó el sorteo de los códigos para los once portadores inscritos en este proceso. Las empresas participantes fueron: Chilesat, VTR, CTC Mundo, Entel Chile, TDI, Transam Comunicaciones, Visat Telecomunicaciones, Hewster Servicios Intermedios, ETSE S.A., CNT Larga Distancia y Bellsouth Chile.

Incluyendo el número uno, que identifica a todos los portadores, los códigos de las once empresas que prestan servicios de larga distancia son: Entel 123, Chilesat 171, Visat 180, TDI 155, CTC Mundo 188, VTR 120, ETSE 177, Transam 113, Hewster 110, Bellsouth 181 y CNT Larga Distancia 121. Al marcar el número 1 que se antepone a los códigos se solicita automáticamente el servicio de larga distancia.

De acuerdo al artículo 14 del Reglamento del Multicarrier, el código asignado a cada portador es inseparable de la respectiva concesión de servicio intermedio y sólo se podrá cambiar si futuras modificaciones de la normativa técnica así lo requieren. La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) -si es necesario- debe realizar trimestralmente sorteos de códigos para los nuevos portadores que se integren al sistema. (8)

El mayor impedimento para una implementación más rápida del sistema lo presentaban las compañías telefónicas, las que según la ley estaban obligadas a conectar a todos los carriers, lo que significaba que éstas debían realizar numerosos trabajos en la red nacional, que incluían interconexión física y cambios de software. En este sentido el presidente del directorio de las empresas CTC, Oscar Guillermo Garretón, “resaltó que la puesta en marcha de esta iniciativa no habría sido posible sin el esfuerzo de la CTC por modernizar

y extender sus redes, digitalizándolas en un 100 % y adelantando sus inversiones para dar acceso a todos los portadores y carriers a su red”. (9)

Dadas estas limitaciones, con fecha 8 de agosto, la Subtel remitió un proyecto de ley al Congreso que establecía el calendario para que la puesta en marcha del sistema se realizara en forma gradual por zonas primarias. El Presidente de la República lo envió para su “discusión inmediata”.

Este constaba de sólo un artículo que modificaba el plazo de 30 días para el inicio del multiportador en todo el país que contemplaba la Ley N° 19.302 -denominada 3A-, sustituyéndolo por un calendario de puesta en marcha gradual. De esta manera, se buscaba garantizar a los usuarios la calidad y continuidad del servicio de larga distancia nacional e internacional y prevenir un eventual colapso de la red telefónica pública.

Así, la autoridad propuso un inicio progresivo del multicarrier, es decir, la operación paulatina por áreas hasta cubrir la totalidad del territorio nacional, con el objetivo de evaluar los efectos en la redes y corregirlos rápidamente.

El mensaje presidencial que acompañaba al proyecto de ley señalaba que “la Subsecretaría de Telecomunicaciones, responsable de velar por el correcto funcionamiento de los servicios de telecomunicaciones, ha detectado,

de acuerdo con los estudios practicados al respecto, la imposibilidad técnica que el sistema de multiportador discado entre en funcionamiento en todo el país dentro del plazo de 30 días a que se refiere el inciso primero del artículo 3° transitorio de la Ley N° 19.302, sin grave perjuicio para los usuarios del servicio telefónico”.

El proyecto de ley de artículo único establecía un calendario que dividía las 24 zonas primarias del país en ocho grupos según su complejidad -de acuerdo al número de líneas telefónicas y de llamadas de larga distancia- a los cuales se les designaba distintas fechas para poner en marcha el multicarrier. (10)

Zonas Primarias	Fechas
1.- Curicó y Talca	27 de agosto
2.- Linares, Chillán, Los Angeles y Temuco	17 de septiembre
3.- Quillota, Los Andes, Valparaíso y San Antonio	24 de septiembre
4.- Arica, Iquique, Antofagasta y Copiapó	1 de octubre
5.- La Serena, Ovalle y Punta Arenas	8 de octubre
6.- Valdivia, Osorno, Puerto Montt y Coyhaique	15 de octubre
7.- Rancagua y Concepción	22 de octubre
8.- Santiago	29 de octubre

Este proyecto de ley fue aprobado por una amplia mayoría en la Cámara de Diputados el 11 de agosto de 1994.

Posteriormente, senadores de diferentes bancadas presentaron una indicación al proyecto, señalando la aplicación de multas de 10.000 UTM al concesionario que no cumpliera los plazos establecidos para la puesta en funcionamiento del multicarrier en cada zona.

El 17 de agosto, el Senado -en sesión plenaria- aprobó el proyecto en segundo trámite legislativo, el que además de establecer un calendario para la puesta en marcha del multiportador, modificaba el reglamento de dicho sistema.

(11)

Una semana más tarde (24 de agosto), la Subtel despachó un reglamento que limita en forma temporal la participación de los portadores en el mercado de la larga distancia.

El documento, que se remitió a las empresas concesionarias de larga distancia, se elaboró en cumplimiento de los artículos 5º, 6º y 7º transitorios de la Ley N° 19.302, aprobada en marzo de 1994.

(Ley) Para contribuir a la transparencia del sistema, esta normativa estableció cupos máximos de participación en el mercado de larga distancia nacional por un período de cuatro años y en internacional, por un plazo de tres años. Este cálculo considera la totalidad del tráfico telefónico recibido por un portador, independientemente de si es o no cursado por este mismo, pero se excluyen los servicios intermedios prestados a otros portadores. (12)

La ley define como portador vinculado a “las filiales, coligadas o empresas relacionadas pertenecientes al mismo grupo empresarial, de concesionarios de servicio público telefónico que originen al menos un 40 % de

los minutos tasables de telefonía de larga distancia nacional o internacional, respectivamente, medido dicho porcentaje sobre el total de minutos tasables”.

(13)

De esta manera, durante el primer año de operación del multicarrier ninguno de los portadores vinculados a las grandes telefónicas podía cursar más del 35 % del total de minutos tasables de tráfico de larga distancia nacional, cifra que aumentó a 45 % en el segundo año; y en los dos años siguientes alcanzará a 55 % y 60 %, respectivamente. Para los demás portadores las cifras son de 80 %, 70 % y 60 % (los dos últimos años).

En larga distancia internacional, durante el primer año de operación cada portador vinculado podía cursar un máximo de 20 % del total de minutos tasables, porcentaje que aumentaba 10 % durante los dos años posteriores, alcanzando a 30 % y 40 %, respectivamente. Para los otros carriers los porcentajes son de 70 %, 65 % y 60 %, respectivamente para los tres años.

La Subtel fiscaliza el cumplimiento de estas normas, mediante un análisis mensual de la información sobre el tráfico telefónico de larga distancia que le envían las compañías telefónicas y los portadores. (14)

Los transgresores pueden ser sancionados con multas desde 100 a 10 mil UTM de acuerdo a la cantidad de minutos en que excedan el tope

establecido y al número de veces que sistemáticamente sobrepase dichos volúmenes.

El subsecretario de Telecomunicaciones, Jorge Rosenblut, adelantaba que la competencia generaría importantes rebajas tarifarias, así como nuevos y mejores servicios a la comunidad. Además, indicaba que con el multicarrier se esperaba que el tráfico aumentara en 25 % sobre las tasas históricas de crecimiento, que hasta ese momento se situaban en un 20 %.

Se proyectaban positivos resultados para el gran cambio que sería introducido en el mercado de la larga distancia que generaba US\$ 600 millones anuales. “Creo que estratégicamente están considerando la posibilidad de que Chile se transforme en un centro de tráfico internacional telefónico, tanto de llamadas como de servicios de valor agregado”, preveía Rosenblut.

“En el caso de las llamadas, por ejemplo, a una empresa regional con mucho tráfico a Estados Unidos en vez de hacer el llamado desde un país vecino, ‘le puede convenir en un momento dado lanzar tráfico en el satélite, botarlo en Arica y que de allá en fibra óptica sea distribuido a los precios chilenos. Cuando uno está hablando de millones de dólares, eso puede ser de un gran ahorro, entonces uno se empieza a transformar en un centro de distribución de llamadas aprovechando la tecnología local’”.

Respecto a los servicios de valor agregado, Jorge Rosenblut, indicó que “cuando en el país existen seis o siete supercarreteras virtuales -que son los portadores- donde caben miles de llamadas y todas a un precio muy bajo, lo que empieza a ocurrir es que para la generación de servicios de valor agregado que ocupen esa carretera el peaje se empieza a hacer poco relevante y deja de ser un costo que inhiba el proveer competitivamente un servicio financiero desde Santiago en Miami, por ejemplo”. (15)

El subsecretario de Telecomunicaciones indicaba que el multiportador contribuiría al crecimiento del sector y serviría como “catalizador” del desarrollo del país, fortaleciendo la descentralización.

Finalmente, luego de menos de dos años de preparativos, Chile se convirtió en el segundo país del mundo con plena competencia en telefonía de larga distancia, al comenzar a operar el multicarrier a las 00:01 horas del 27 de agosto de 1994, en su primera etapa en las provincias de Curicó y Talca.

De las once empresas que contaban con concesiones, sólo seis iniciaron su marcha en esta primera etapa: VTR, CNT Carrier, Entel, Chilesat, Bellsouth y CTC Mundo.

Para velar por el correcto funcionamiento del sistema en esta primera fase, la Subtel instaló 20 fiscalizadores. Durante tres semanas debían observar

su operación, para corregir cualquier falla que se generase antes de iniciar el sistema en zonas primarias de mayor complejidad y tráfico. (16)

Y, efectivamente, los problemas no se hicieron esperar, pues el martes 30 de agosto, cuando el multiportador sólo llevaba cuatro días en operaciones se produjo una interrupción parcial del servicio telefónico de larga distancia en las provincias de Talca y Curicó. De acuerdo a explicaciones de la autoridad, esto se debió “a errores y a la lentitud de los usuarios al discar”. “Además, a ello se agrega que ese día el nivel de intentos de llamadas superó en 115 % al existente antes del multiportador”. (17) Este inconveniente no duró mucho, ya que a las pocas horas el sistema telefónico volvió a funcionar normalmente.

En la oportunidad, el Subsecretario de Telecomunicaciones, Jorge Rosenblut, explicó que debido a los problemas al discar se sobrecargó la central telefónica y para evitar copar la misma se debieron dejar de cursar algunas llamadas, lo que produjo un efecto llamado “avalancha” puesto que los usuarios siguieron intentando cursar sus comunicaciones, sobrecargando aún más la central. Lo que sucedió es que cada centro local tiene una determinada “capacidad de intento”, concepto que se refiere a la cantidad de llamadas erróneas que puede aceptar esa unidad. Entonces, esos centros debieron recibir

tantas comunicaciones mal hechas, en que marcaban como se hacía con el mecanismo anterior, se equivocaban con los códigos que identifican a los carriers o con los de las ciudades, que el sistema se vio saturado y colapsó.

La situación se solucionó habilitando más receptores de tono en la central telefónica. También se mejoraron algunas señalizaciones entre la central y los portadores.

Rosenblut destacó que habían previsto que se presentarían problemas de esa índole, y considerando eso se había definido que el mutiportador operaría en forma piloto en estas dos provincias durante tres semanas para detectar y corregir cualquier falla que surgiera antes de implementar el sistema en forma gradual en el resto del país. Incluso, adelantándose a la desinformación de los usuarios, el día de inicio del mutiportador se publicó en algunos diarios un inserto educativo sobre cómo utilizar el nuevo sistema de llamadas de larga distancia. Y, en definitiva, -señaló Rosenblut- ésa era la única manera de evitar ese tipo de problemas, pues no se debían a fallas técnicas, sino que a la falta de información de quienes usaban el multicarrier. (18)

A una semana de la puesta en funcionamiento del mutiportador, la Subsecretaría de Telecomunicaciones formuló los primeros cargos por

transgresiones a la normativa del multicarrier (2 de septiembre). Las empresas aludidas fueron Compañía de Teléfonos de Chile y Transam.

La Subtel le hizo llegar un oficio a CTC ordenándole habilitar en forma inmediata en los teléfonos públicos de las zonas primarias de Curicó y Talca el sistema multiportador discado, con el objeto de que los usuarios pudieran seleccionar el portador de larga distancia nacional e internacional de su preferencia.

Según lo dispuesto en el artículo 36° A de la Ley General de Telecomunicaciones de 1982, se le formuló a CTC un cargo por infringir los artículos 24° bis de la citada ley, que exige la habilitación del sistema multiportador y 3° transitorio, que establece plazos máximos para ello.

Además, se formuló a esa empresa un segundo cargo por cursar llamadas de larga distancia originadas en las provincias de Talca y Curicó bajo la modalidad del servicio complementario denominado de cobro revertido automático y número único nacional (“800”), sin que el suscriptor que contrató ese servicio seleccionara previamente un portador.

Asimismo, la Subtel envió un oficio al carrier Transam Comunicaciones, porque prestó servicios sin autorización el 27 de agosto y el 1° de septiembre de 1994. En él, se le ordena suspender los servicios por haber

infringido el artículo 24° A de la Ley General de Telecomunicaciones y sus modificaciones.

Además, la Subtel formuló un cargo a esa empresa, según lo dispuesto en el artículo 36° A de la referida ley, por “haber iniciado los servicios objeto de la concesión antes citada sin que se hubiere procedido a la recepción de las obras”. Es decir, este portador operó sin haber firmado el contrato de interconexión con la telefónica. (19)

Posteriormente, la Subsecretaría de Telecomunicaciones formuló, el 13 de septiembre de 1994, cargos al portador Entel Chile por haber discriminado entre portadores y otros usuarios en la aplicación de tarifas del servicio telefónico de larga distancia internacional.

El organismo gubernamental presentó un segundo cargo a Entel por haber reajustado sus tarifas de larga distancia nacional e internacional antes del plazo establecido y sin comunicárselo a la autoridad. (20)

La segunda etapa de este proceso comenzó sin problemas el 17 de septiembre a las 00:01 horas, cuando se dio inicio al nuevo sistema para llamados de larga distancia en seis nuevas provincias del país. Las localidades beneficiadas con el servicio fueron Bío Bío y Ñuble, en la Octava Región; Linares y Cauquenes, en la Séptima; y Malleco y Cautín, en la Novena Región.

De esta manera, las regiones Novena y Octava fueron las primeras en contar con ese servicio en todo su territorio, dado que el multiportador operaba hasta ese momento en el país sólo en Talca y Curicó. (21)

La progresiva puesta en marcha del multiportador fue avanzando sin problemas y entró en su fase de mayor complejidad a las 00:01 horas del 24 de septiembre de 1994, cuando se inició en la Quinta Región, segunda zona de mayor tráfico telefónico del país. Pero debido a dificultades técnicas, el multicarrier no comenzó a operar ese día en Isla de Pascua. (22)

Transcurrido casi un mes desde que se pusiera en marcha el multiportador, el Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Narciso Irureta, (24 de septiembre de 1994) indicó que este nuevo sistema significaba una mejor calidad de los servicios de larga distancia nacional e internacional. Además, informó que gracias a la libre competencia del mercado, “están previstas rebajas de un promedio del 30 % en relación a las tarifas que han implementado hasta aquí en la larga distancia”. (23)

Asimismo, destacó que en se había probado la utilidad de implemetar paulatinamente el multiportador, ya que la gradualidad había sido fundamental para que tanto los usuarios como los portadores y compañías telefónicas se

adaptaran a dicha modernización y estos últimos pudieran ir corrigiendo cualquier falla, de modo de no afectar el servicio.

Las empresas portadoras que estaban ofreciendo sus servicios habían entrado en una dura competencia, que los había llevado a invertir más de \$10.000 millones en difusión y algunas, incluso, ofrecían rebajas en sus tarifas de hasta un 50 %. (24)

Igualmente sin problemas, fue el inicio de las operaciones del nuevo sistema de llamadas de larga distancia en las regiones Primera, Segunda y Tercera -excluyendo la provincia de Huasco, donde comenzó con posterioridad-, el 1 de octubre del mismo año.

En la oportunidad, el Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Narciso Irureta, evaluó positivamente el primer mes de operación del multiportador en el país. Calificó el proceso como exitoso y destacó que la población ya había empezado a percibir los beneficios de la competencia. Asimismo, indicó que los usuarios de las provincias y regiones donde ya estaba habilitado el sistema no habían sufrido mayores trastornos y la calidad del servicio de larga distancia en estas localidades era normal. (25)

Respecto al aumento del tráfico de llamadas de larga distancia desde que empezó a funcionar el multicarrier, Irureta dijo que “es muy relativo. En

cuanto el sistema se puso en marcha, un poco por la publicidad, otro poco por la información que reciben los usuarios, la curiosidad que despierta en muchas personas y, además, por el interés en aprovechar rebajas promocionales, el tráfico aumentó en algunas partes al doble y en otras casi en 300 %. Esto no de un modo uniforme, sino que en determinados horarios”.

Además, agregó que “las tarifas de la telefonía local están fijadas en un decreto tarifario. Por el contrario, las de larga distancia -nacional e internacional- están entregadas a la libre competencia. En definitiva, las define el mercado, por lo que los usuarios son libres de preferir la empresa que les ofrezca una tarifa más barata”. (26)

Por su parte, el subsecretario de Telecomunicaciones, Jorge Rosenblut, informó que en el período entre el 27 de agosto y el 30 de septiembre (1994), sólo alrededor del 10 % del tráfico de larga distancia se cursó por el multicarrier. (27)

En tanto, de manera informal, “el presidente de Entel, Juan Ariztía, informó en Buenos Aires sobre la participación de mercado de las empresas del sector en el sistema multiportador entre el 27 de agosto y el 30 de septiembre.

“Según las mismas, en la larga distancia nacional, Entel lideraba con el 46,54 % del tráfico cursado, seguido por CTC Mundo con el 26,14 %,

Chilesat con el 13,7 %, VTR con el 9,26 % y Bellsouth con el 1,5 %, en tanto que no figuraría CNT Carrier.

“En el tráfico de larga distancia internacional, en tanto, el liderazgo pertenecería a CTC Mundo con el 39,26 %, seguido por Entel con el 36,41 %, Chilesat con el 16,17 %, VTR con el 6,26 % y Bellsouth con el 4,2 %”. (28)

A partir del 8 de octubre, comenzó a operar el multiportador en las regiones Cuarta y Décimosegunda, así como en la provincia de Huasco (Tercera Región). (29)

Asimismo, desde las 00:01 horas del 15 de octubre de 1994, la población de la Décima y Décimoprimer Region comenzó a beneficiarse con la competencia en telefonía de larga distancia, al empezar a operar el multiportador sin ningún contratiempo. (30)

Pero para poder enfrentar de mejor forma las fases de mayor complejidad de la puesta en funcionamiento del multiportador, el 17 de octubre, la Subsecretaría de Telecomunicaciones y los carriers participantes en el proceso iniciaron una campaña educativa sobre el uso del sistema multicarrier. Esta se realizó en forma complementaria a las campañas de publicidad individuales de las empresas y fue financiada por los mismos portadores.

La iniciativa, desarrollada por la agencia Walker y Zecchetto, duró aproximadamente 20 días y se realizó mediante avisos de televisión, prensa escrita, radio y volantes. Contó con el apoyo de la Asociación de Radiodifusores de Chile (Archi) y de la Asociación Nacional de Televisión (Anatel). Además, tuvo el respaldo de Copesa y de la red nacional de El Mercurio.

El objetivo central de esta campaña publicitaria era clarificar los errores más frecuentes cometidos por los usuarios al discar, de acuerdo a lo que se había detectado en las localidades donde ya operaba el multicarrier, para así enfrentar de mejor manera la puesta en marcha del sistema en las zonas de alto tráfico de Concepción y Santiago, reduciendo el riesgo de interrupciones del servicio telefónico.

A lo largo de todo el país, se difundieron dos spots televisivos de 30 segundos de duración, para explicar por separado las modalidades de multicarrier discado larga distancia nacional e internacional. El énfasis de la campaña estuvo en el primer tipo de llamadas, que hasta ese momento constituían más del 90 % del tráfico telefónico de larga distancia en el país.

(31)

La puesta en marcha del multicarrier llegó a su última etapa el 22 de octubre con su puesta en marcha en las provincias de Concepción y Arauco y en la VI Región, faltando sólo que se conectara la Región Metropolitana. Para esta última fase, ya se habían tomado todas las medidas técnicas necesarias para iniciar con éxito el sistema en la zona que concentra el mayor tráfico telefónico del país. (32)

Con una ceremonia presidida por el Presidente de la República, Eduardo Frei, se celebró la mañana del sábado 29 de octubre de 1994 el término de la puesta en marcha del multiportador en todo el país al comenzar a operar el sistema en la Región Metropolitana.

En el proceso de inicio del multiportador en todo Chile, que duró cerca de dos meses, se requirieron aproximadamente 340 mil horas de ingeniería casi exclusivamente nacionales, lo que equivale a 234 ingenieros trabajando tiempo completo durante 8 meses.

Aunque once empresas portadoras tenían concesión para ofrecer servicios de larga distancia en el país, sólo seis estaban operativas: VTR, CNT Carrier, Entel, Chilesat, CTC Mundo y Bellsouth. Las cinco primeras funcionando a nivel nacional, mientras que la última sólo en las regiones V, VII

y Metropolitana. Además, el portador Iusatel estaba a una semana de entrar en operaciones.

Al funcionar el multiportador en todo el país, Chile se convirtió en el segundo del mundo con plena competencia en telefonía de larga distancia y, por lo tanto, total libertad tarifaria. (33)

Al comenzar a funcionar el multicarrier en la Región Metropolitana -donde opera más del 50 % de las líneas telefónicas del país, las que alcanzan a 1,7 millón- (El Mercurio - 29 de octubre) se conectaron al sistema 900 mil teléfonos, así como la totalidad de los teléfonos celulares del país. Estos últimos son operados por las compañías CTC Celular, Cidcom, Telecom y VTR Celular, las dos primeras en la V Región y las dos últimas en el resto del territorio nacional. (34)

Para ser precisos, en la Región Metropolitana funcionan 866.344 líneas telefónicas, de las cuales al comenzar a funcionar el nuevo sistema, 108.329 ya tenían el servicio contratado con algunos de los seis carriers en competencia. En esta zona se concentra alrededor del 80 % de las llamadas de larga distancia que se realizan en el país. (35)

En el discurso de inauguración del sistema, ofrecido por el Presidente de la República en una ceremonia realizada en el Edificio Diego

Portales señaló que “hoy ponemos en marcha en todo el país el sistema multiportador para las llamadas internacionales. Se trata de un salto espectacular en telecomunicaciones no aquilatado suficientemente, ya que este sistema sólo opera en Inglaterra, Japón, Estados Unidos y hace poco en Australia”. Agregó que “es evidente que su puesta en marcha nos pone en un lugar de liderazgo en el desarrollo de las telecomunicaciones en el mundo y en pleno corazón de la modernidad”.

Finalmente, el Presidente Frei sostuvo que “la puesta en marcha del sistema del multiportador es producto de la dinámica del mercado, junto al esfuerzo y talento del Estado, que se ha esmerado en la aplicación de una regulación moderna, diseñada para promover la inversión privada, el aprovechamiento óptimo de los recursos técnicos y la capacidad empresarial, que quisiéramos ver reproducido en muchos campos de la actividad nacional”.

(36)

Por su parte, el Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, Narciso Irureta, enfatizó que además del avance modernizador que significa el multiportador, el sistema permitirá el desarrollo de nuevas actividades económicas vinculadas a las comunicaciones, lo que contribuirá a la creación de empleos y al crecimiento general del país. (37)

El mercado telefónico de larga distancia en Chile había mostrado un crecimiento promedio de 25 % desde 1990 y la tendencia se mantendría hasta finales del siglo, cuando se prevé que se moverán unos US\$ 1.000 millones anuales, según señalaron los ejecutivos de las principales compañías del sector. (38)

En tanto, el gerente general de CTC Mundo, Edmundo Crespo, sostuvo que a dos meses de la entrada en funcionamiento del sistema, las tarifas se habían reducido, en promedio, en 50%, comparadas con las vigentes en abril de ese año. (39)

Luego de que inició operaciones el multiportador en Santiago, el subsecretario Jorge Rosenblut informó que “en este momento, el número de llamadas fallidas alcanza a niveles del 20 ó 30 %, lo que es normal para un proceso nuevo y es bastante menos del 1.000 % que alcanzó en Talca el día en que colapsó la red”.

Agregó que el proceso de incorporación de la Región Metropolitana al sistema fue excelente. “El traspaso al nuevo sistema demoró diez minutos y fue hecho a través de medios magnéticos, prácticamente sin participación humana, lo que es una muestra del nivel sin precedentes de la ingeniería chilena”, expresó. (40)

Cuando ya habían transcurridos dos días de la puesta en marcha del multiportador en todo el país, el jefe de Fiscalización de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Hernán Saavedra, informó que el principal efecto del sistema en Santiago había sido el aumento del número de llamadas de larga distancia. De acuerdo a las cifras disponibles, el tráfico se incrementó en un 30% el primer día de funcionamiento del multiportador. Según el especialista, esto se debió, en gran parte, a las rebajas ofrecidas por los portadores, las que fueron sorprendentes, ya que se produjo una verdadera batalla entre las empresas. (41)

La única experiencia similar a la puesta en marcha del multiportador en Chile, se había desarrollado en Estados Unidos y se espera que ambos procesos sean similares. “En Estados Unidos a partir de la liberación del mercado en 1984 -hasta el momento dominado por la AT&T-, los precios de las llamadas de larga distancia prácticamente se derrumbaron, cediendo el paso a una gradual pero significativo aumento del volumen de tráfico”. (42)

Hasta 1994 se calculaba que los precios promedio del mercado estadounidense eran 40 % inferiores a los de diez años atrás.

De acuerdo a las proyecciones que las compañías chilenas habían efectuado, se esperaba que al funcionar el multiportador en todo el país, las

curvas de precio y volumen seguirían opuestas, de manera que en el corto plazo se superaría el total de 1.400 millones de minutos de entrada y salida (LD nacional e internacional) que consignaban las estadísticas y se llegaría a una rebaja de precios de entre 30 y 40 %. Según la experiencia estadounidense, eso es lo que sucede en la primera etapa. En dicho país, las tarifas se estabilizaron sólo cuatro años después de la segmentación del mercado. (43)

ENTREVISTAS

Entrevista al periodista que reportó la puesta en marcha del sistema multiportador para Economía y Negocios de El Mercurio, Germán Maldonado, y quien actualmente ocupa el cargo de subeditor de negocios de ese medio (B):

- ¿Qué le pareció la cobertura periodística de la puesta en marcha del sistema multiportador?

Se estaba preparando la introducción de este sistema durante algún tiempo, así que se trató de preparar un poco a la población como para que supiera qué era el sistema del multicarrier, los cambios que iba a traer aparejados a la hora de discar, qué es lo que esto podía suponer en materia de tarifas. De partida, fue una de las principales noticias del sector económico durante el año '94.

Yo creo que fue una cobertura bastante amplia que le dieron todos los medios de comunicación, dada la trascendencia que tuvo el tema. El Mercurio, en particular, trató de analizar los cambios que el sistema de larga distancia iba a experimentar, y también se tomó desde el punto de vista de las empresas, el efecto que esto iba a tener sobre el resultado de algunas de ellas, en particular sobre Entel, dado que todo decía que iba a ser la principal perjudicada.

- ¿Le parece que la manera de enfocar el tema por parte de los diarios fue correcta?

Yo creo que sí. Pero me parece que hubo una especie de cobertura que confundió mucho a la opinión pública, a lo mejor se dieron a conocer muchos estudios, lo que produjo fluctuaciones de las acciones en el mercado, tanto durante los meses previos a la puesta en marcha del multiportador como cuando entró en operaciones, tal vez porque la gente, y especialmente los inversionistas, temieron que esto iba a ser, como había dicho Entel, una guerra a muerte.

- ¿A qué diarios cree que se le “pasó un poco la mano” en este sentido?

No te podría decir, yo creo que a todos un poco. Todos caímos de cierta manera en el juego de las declaraciones y con tal de sacar noticias, de repente, difundimos muchos temas que podían alarmar, estudios alarmistas.

- ¿Por qué el proceso de lanzamiento del multiportador fue abordado en la sección económica de El Mercurio?

Porque el efecto iba a ser sobre empresas, entonces se tomó desde ese punto de vista, no tanto desde la perspectiva de los usuarios. Se tomó desde el

punto de vista de las empresas, del efecto que esto iba a tener ellas. Yo creo que a lo mejor ahí hubo un error de tratamiento por parte de los medios, pero anteriormente el tema de la Subsecretaría de Telecomunicaciones había sido analizado por la sección económica.

- ¿Al escribir la información relacionada con este tema enfatizaba algún aspecto especial?

Yo me acuerdo haber puesto en todos las notas que escribí sobre el multiportador, cualquiera que fuera, un párrafo en el cual explicaba lo que era el sistema multiportador. Ponía siempre algo así como: 'sistema mediante el cual a futuro los usuarios podrán elegir libremente el portador que les proveerá el servicio telefónico de larga distancia'.

Había siempre una parte de información, porque éste era un término nuevo, desconocido en muchas partes del mundo, o sea Chile es el cuarto o quinto en el mundo que lo tiene, y el primero en América Latina. Por ende, había una gran tarea informativa que tú tenías que cumplir, o sea, desafíos informativos.

- ¿El haber tenido que reiterar en todas las crónicas lo que era el sistema multiportador es una muestra de lo difícil que es explicar una tecnología nueva que va a ser de uso masivo?

Sí era difícil. Pero creo que la gente lo aprendió rápidamente en Chile. Al principio hubo problemas, pero yo creo que esta labor sirvió mucho.

- ¿En general, cree que los diarios cumplieron una labor educativa?

Sí, porque se preocuparon de entregar esa información no sólo en la parte económica, sino que también de entregarla en la parte de crónica general, y a través de suplementos especiales que sacaron todos los diarios.

Todos los diarios se preocuparon de enseñar a los usuarios a discar con el nuevo sistema, de explicar cómo se marcaba con el sistema antiguo y cómo se tenía que discar con la llegada del multiportador.

- ¿Piensa que puntualmente Economía y Negocios de El Mercurio hizo una buena labor educativa?

Sí (enfáticamente). Es un diario general, no sólo económico.

- ¿El hecho que haya sido necesaria una campaña educativa especial para enseñar a usar el nuevo sistema, es a su juicio una muestra de una deficiencia de los medios en el aspecto educativo?

Fue como un reforzamiento de la campaña que ya estaban llevando a cabo los medios. Hubo cosas que quedaron siempre en el aire, que a lo mejor la autoridad no explicó bien, como por ejemplo, que iba a pasar con la telefonía celular, nunca se dejó muy claro si el nuevo sistema de larga distancia incluía la telefonía celular. Hubo preguntas, siempre nos llamaron, entonces de repente tuvimos que agregarle información a los textos.

- ¿Ustedes fueron siempre el único nexo entre la autoridad y los usuarios?

Sí. Yo creo que no sólo los diarios, sino que todos los medios de comunicación fueron un nexo.

- ¿Cómo fue su relación con la autoridad?

Buena. Siempre estuvieron abiertos a darnos entrevistas y el flujo de información fue muy bueno. Lo que pasa es que la Subtel utilizó una oficina externa para que le manejara la relación con los medios, entonces siempre estuvimos al tanto de lo que pasaba con el multicarrier, eso fue muy positivo,

porque nos permitió tener información en forma continua que fuera fidedigna y clara, con lo que se evitan errores.

- ¿Hay algún aspecto que le haya llamado la atención sobre el proceso de puesta en marcha del multicarrier, desde el punto de vista de la prensa?

La guerra publicitaria fue demasiado fuerte y yo creo que nadie esperaba eso.

- ¿Y eso no fue en desmedro de los usuarios, en el sentido de confundirlos?

A lo mejor, pero a la larga creo que los principales beneficiados fueron los usuarios, porque se dio en un mercado tan pequeño como éste, una campaña en la que se pusieron en marcha seis o siete carriers, lo que no existe en ningún país, y se tiene todavía las tarifas más baratas del mundo.

Sabes cuánto cuesta llamar de Estados Unidos a Chile, US\$ 1,20 en horario económico, son más o menos como \$ 500. Y desde Chile a Estados Unidos entre \$ 80 y \$90. Las empresas fueron muy impulsivas por cuidar sus intereses, y lanzaron una guerra.

- ¿Debió haber mediado la Subtel en este caso?

No, porque no le correspondía, a no ser que los usuarios hubieran quedado efectivamente muy desinformados, hubieran tenido problemas de comunicación, se hubiera creado confusión entre ellos al momento de discar, pero los usuarios rápidamente aprendieron, sobre todo en un mercado como éste, en un país como éste, donde ya se sabe lo que es la competencia.

Entrevista al periodista del diario La Epoca que cubrió el proceso del inicio del funcionamiento del multiportador, Rodrigo Martínez, y quien actualmente trabaja como analista de Toronto Trust (C):

- ¿Cuál es su opinión de la cobertura que le dieron los diarios de circulación nacional a la puesta en marcha del multicarrier?

Se trataba de algo muy importante, ya que hasta ese momento la larga distancia estaba dominada por una empresa, y además se daba un paso importantísimo en una economía de libre mercado, fomentando la competencia. El multicarrier marcaba un hecho bastante importante, primero por su implicancia en términos de mercado, ya que se abría un mercado que hasta ese momento estaba cerrado, pues aunque en Entel dijeran que ellos tenían una participación reducida, igual era la que tenía larga distancia, tal como hasta hace poco la CTC lo tenía en la parte local. Entonces, te marca un cambio muy importante en el mercado, lo que va a afectar mucho a las empresas, pues significaba que iban a entrar muchas empresas a la telefonía, invirtiendo bastante dinero. Segundo, era algo que para la ciudadanía era también vital, porque todos hablamos por larga distancia, todos tenemos que usar en algún momento este servicio.

Entonces, era importante cubrirlo por esos dos hechos. Darle un aspecto económico, o sea los que hacemos economía darle el énfasis en lo que involucraba esto en términos de negocios: el aumento en el tráfico de llamadas, las empresas que iban a entrar, los consorcios internacionales que vinieron a Chile para probar de qué se trataba el multicarrier, porque además el sistema está siendo replicado en estos momentos en otros lados. En México se va a partir luego con el multicarrier. Tengo entendido que en sólo dos países existe este sistema de telefonía de larga distancia, en Inglaterra existe algo parecido, pero si lo tomamos como el más libre, debe ser Estados Unidos y Chile, y ningún otro. Entonces, era importante y yo creo que los medios se acoplaron a esa importancia.

Los medios económicos efectivamente le dieron bastante cobertura, se preocuparon desde mucho tiempo antes, cuando esto todavía estaba en una batalla legal, en tribunales, cuando la posibilidad de acceder a la larga distancia era una pelea que había entre CTC y Entel. Desde hace mucho tiempo, y ya con el anuncio de la Ley 3A, esto se veía venir y no sólo los medios económicos, sino también todos los diarios de circulación nacional comenzaron a preocuparse de qué era el multicarrier. Por eso le dieron mucha cobertura, le

dieron harta cobertura en la parte económica y le dieron bastante más cobertura en la parte educativa.

- ¿El hecho fue abordado con la importancia que merecía por parte de los medios?

Absolutamente, esa noticia era tan importante que no había ningún medio que no llevara el multicarrier y todos los periodistas que cubrimos eso, nos preocupamos de entender para poder explicar, de entender por lo menos cómo funciona el sistema, porque igual es un sistema complicado. Ahora con el tiempo uno lo ve y no lo encuentra tan difícil, es cosa de avanzar, pero después de cien años de telefonía en Chile que te cambien el sistema como habíamos marcado los chilenos hasta ese momento, era difícil. Entonces, al principio debo reconocer que muchos hablábamos de multicarrier sin saber bien lo que era, pero fue un proceso que se fue dando junto con la puesta en marcha del sistema, o sea, a medida que se iba acercando la fecha teníamos mayor claridad, y ya el día del sorteo de los códigos y de partida todo el mundo tenía más o menos claro de qué se trataba todo esto. La verdad es que antes de eso, yo creo que la gente hablaba del multicarrier, hablaba de la libertad de la larga distancia, y no sabía muy bien qué es lo que era.

- ¿A su juicio fue bien abordado el tema?, ¿se le dio la cobertura que requería, y fue ésta bien orientada?

Yo creo que sí. Hay dos etapas, la que vino primero fue la parte del negocio, de describir en qué consistía el multicarrier en términos de negocios, o sea, que esto iba a permitir que el tráfico de llamadas se incrementara en tanto por ciento, que iban a entrar tantas empresas, que estas empresas tenían planeado invertir tanta plata. Y luego ya vino el aterrizar esta cosa tan etérea que era el multicarrier, a algo más concreto a medida que se iba acercando el día de la puesta en marcha. Creo que las dos cosas se dieron en forma muy adecuada, porque se dieron en el momento preciso, y bueno, se siguieron dando después.

Por ejemplo, el día que partió el sistema en agosto de 1994 en Talca, yo recuerdo que en El Mercurio, en Estrategia, en todos los diarios salía cómo discar. Reconozco sí que en algunos medios incluso había errores en la forma cómo enseñarle a discar a la gente por la novedad del sistema, se cayeron un par de veces, pero de todas formas estaba la intención y en la mayor parte de los casos fue correcto. Se le dijo a la gente así funciona el multicarrier, así hay que ocuparlo, son estas las empresas, o sea más educativo imposible y más

cobertura en términos empresariales también, o sea, se cubrió de las dos formas igual.

- ¿Cómo estuvo la labor de la prensa para explicar el multicarrier, del cual todos hablaban, pero nadie sabía bien qué es lo que era?

Claro, es que es lo mismo que si tú me preguntaras ahora qué pasa con la apertura de la telefonía local, con Entelphone, por ejemplo. Si tú me preguntabas hace dos meses atrás, yo te diría supongo que van a colocar unas casetas, en realidad no lo tendría muy claro, yo sabría básicamente qué es lo que va a hacer la empresa, pero en lo concreto no sé si yo voy a poder llamar desde mi casa a través de Entelphone, por ejemplo. Eso mismo pasó con el multicarrier.

Como el multicarrier no era tema nuevo, se estaba trabajando desde fines del gobierno de Aylwin en el proyecto del multicarrier, en la Ley 3A, al principio se veía como muy distante, como una cosa muy lejana y de repente te diste cuenta que faltaba un mes, faltaban dos semanas, y este proceso de ‘aterrizar’ el tema se fue dando a medida que se acercaban los plazos, y a medida que tú te dabas cuenta que la población iba a tener que empezar a funcionar con esto.

- ¿Y la idea era acercar a la gente al multicarrier o enseñarle bien cómo utilizarlo?, ¿qué era lo ideal?

Más que entrar a detallar el tema técnico, que existen centrales de conmutación, que estas centrales de conmutación están diseñadas para tal parte, que de todas formas se hizo, lo importante era lo cotidiano, o sea, era cómo hacer esa amalgama perfecta en que colocas la parte técnica, que debe ir sobre todo en los medios más especializados, con la parte práctica, con la parte que tiene que ver con todos nosotros. En el fondo, con la prensa pasó lo mismo que con el multicarrier, al principio hubo como mucho enredo, pero todo fue decantando y todos fuimos aprendiendo, es como casarse con un sistema nuevo.

- ¿Eso no implica que haya dejado de lado el aspecto técnico?

Si se caía el sistema en Talca, por ejemplo, que era algo muy grave, había que explicar por qué se había caído y eso era sumamente técnico, o sea que la central de conmutación se vio saturada por las llamadas mal hechas. Las llamadas mal hechas habían sido porque la gente estaba discando cero y ya no se debía discar el cero al usar el multicarrier discado, entonces necesariamente

había que compatibilizar, en el fondo estaban unidos. Algunos medios le dieron más a la parte técnica y al área electrónica. Por ejemplo, en La Epoca que es un medio más masivo, en que por una cosa obvia de a quien está dirigido el medio, yo no podía tratar en profundidad esos temas y trataba de mezclar las dos cosas, sin dejar de lado lo técnico, hacerlo lo más educativo posible.

- ¿A su juicio cuáles fueron los medios escritos que le dieron mayor cobertura al proceso de puesta en marcha del multiportador?

Yo diría que desde el punto de vista empresarial, Estrategia le dio bastante énfasis, desde mucho antes de la partida, también creo que desde antes, El Diario le dio bastante cobertura. Yo te diría que Estrategia y El Diario fueron los que más trataron el tema y años antes, ni siquiera meses antes de la partida. El Mercurio también le dio bastante cobertura.

Te diría que Estrategia, El Diario y El Mercurio eran los que por razones obvias, porque tenían más contacto en ese tiempo que el resto de los medios, más contacto en el sentido que ellos estaban acostumbrados a tratar con la Subsecretaría de Telecomunicaciones por otros temas, por las peleas de Entel, de CTC, etc.; ellos ya sabían de esto con bastante tiempo. Entonces, ellos venían preparando la cancha, pero era una cosa más referida a lo empresarial y,

yo te diría que si el sistema partió en agosto de 1994, en marzo de ese año el resto de los medios ya había asumido que lo del multicarrier venía en serio y, por lo tanto, había que acoplarse y empezar a trabajar no sólo en la parte económica, sino que también en la parte legal, educativa y técnica.

- ¿Y qué pasó con La Epoca?

En el caso de La Epoca, la situación era bien particular, porque había una periodista que cubría telecomunicaciones cuando yo llegué al diario y esa persona dejó de cubrir el sector como tres meses antes que empezara el multicarrier, o sea, me tocó asumir a mí ese proceso. Hasta ese momento, ella había escrito más o menos en la línea de Estrategia, El Diario y El Mercurio, en el sentido de enfocarlo mucho hacia los negocios. Y en La Epoca por un asunto de público al cual íbamos dirigidos, la definición de la sección económica era básicamente ‘hay que ser un medio específico, pero a la vez hay que ser un medio masivo’, entonces por definición buscamos la fórmula como entregar toda la información a la gente, que la pudiera entender, sin por eso ser menos rigurosos en términos económicos, que lo que eran los medios específicos. Eso se acordó por definición unos meses antes de la partida del sistema.

- ¿En cuánto al espacio que le entregaron, qué podría decir?

Yo te diría que desde la perspectiva de La Epoca, el multicarrier debe haber sido junto a deuda subordinada los dos temas económicos más importantes del año. El resto fue lo de todos los años, el crecimiento de la economía, pero como temas especiales destacaron sólo el multicarrier y la deuda subordinada. Fue una definición del medio, son dos temas que tuvieron bastante efecto en mucha gente, sobre todo el multicarrier. Yo, de verdad, conseguí los primeros títulos en la portada gracias al multicarrier.

- ¿Por qué el proceso de puesta en marcha del sistema multiportador fue tratado en la sección económica, cuando al parecer no era éste el aspecto que más se destacaba en esta etapa?

Yo creo que eso tiene mucho que ver con la base, con lo que yo te decía al principio, el tema empezó a ser tratado en los medios económicos y con una óptica económica, entonces ahí se armó un nicho y el tema quedó en economía. Cuando se pensaba en el multicarrier, se traducía a tráfico de llamadas, inversiones, empresas nuevas, era todo muy económico. La base de la cobertura del tema del multicarrier estuvo dada por los medios económicos y,

por eso, se trató en la sección económica en los medios no especializados que se acoplaron, usando el mismo sistema que venía de antes.

Cubrí temas relacionados con el nuevo sistema que eran muy poco económicos, como fue la campaña educativa, pero el trabajo ya se había estructurado así, y había mucho aprendizaje en el tema del multicarrier, para que la gente entendiera los periodistas de economía tuvimos que aprender bastante. Precisamente, esto nació en el área económica, fue como una 'guagua' del sector económico, la gente de economía comenzó a entenderlo de a poco y después lo mantuvo.

- ¿Esta era la base para desarrollar las otras noticias que se desprendían de ésta, como era entre otras la de las nuevas empresas que se estaban instalando?

Por eso mismo lo abordaron por el lado económico. Lo que pasa es que la puesta en marcha del multicarrier viene a ser como el corolario o la parte final de todo un proceso que venía de antes y donde, efectivamente, el tema eran las empresas, las inversiones y todavía siguen siéndolo, y lo fueron también durante la puesta en marcha. La sección económica había asumido la tarea de informar del multicarrier, entonces que lo informara completo, y qué

involucraba esto: la campaña educativa, puesta en marcha del sistema, cuáles eran los códigos; porque estaba todo ligado. Era mucho más complejo que nosotros tomáramos una parte y que otro equipo se hiciera cargo exclusivamente de la otra mitad del tema. Eran las mismas fuentes, o sea, la campaña educativa venía también de la Subtel y de las empresas, entonces era ridículo destinar dos periodistas para un mismo tema, para un macrotema.

- ¿Qué aspecto enfatizó al escribir la información sobre la puesta en marcha?

Yo lo tomé con menos dramatismo que otros medios, mi idea personal -y por lo que me había pasado a mí- era precisamente evitar que el multicarrier fuera esa amalgama de cosas que nadie podía entender y que más que una facilidad empezara a complicar la vida con respecto a lo que era antes. A mí me había pasado cuando como lector al principio leía los medios económicos y la verdad es que no entendía nada, entonces me tocó cubrir el sector telecomunicaciones y a medida que iba aprendiendo, iba haciendo notar ese aprendizaje a través de lo que yo escribía y trataba que la gente entendiera por muy complejo que fuera el tema o por muy obvio que para otros resultara, que

entendieran de qué estaba hablando cuando, por ejemplo, me refería a una central de conmutación.

- ¿Trató que primara el aspecto educativo?

Pero, yo creo que inconscientemente, no por una definición del medio. La definición del medio era que había que juntar las dos cosas, y yo creo que junté tanto la parte negocios como la educativa. Lo que pasa, es que no te puedo decir que hubo un énfasis especial, porque yo procuré armarlo tan bien como si fuera una sola cosa. Por ejemplo, traté de no desligar el tema de la inversión que igual es plata, pero es plata en gente, en equipos, en personal, o sea, traté de humanizar un poco el tema del multicarrier, en el sentido de las empresas y del usuario. Por ejemplo, tocó el sorteo de los códigos y yo me preocupé mucho de los detalles del sorteo, de la modelo, de los códigos y de hacerles un recuadro especial. Era un cambio tan importante que yo procuré dramatizarlo y hacerlo cotidiano para la gente, hacer cotidiano el aspecto de las inversiones que para un público importante era complicado, aunque para uno parezcan cosas obvias que van a invertir tanta plata, a la gente eso también puede complicarla un poco.

Estaban tan ligados los dos aspectos que si dos semanas antes, Transam también decía que iba a partir con el multicarrier, había que saber que Transam era otra empresa, qué código iba a tener, entonces estaba todo muy ligado y por eso era tan difícil separarlo.

- ¿La prensa cumplió el rol educativo que le cabía frente al ingreso de una nueva tecnología de uso masivo?

La prensa cumplió con su papel, en términos de comunicar lo que nosotros sabíamos, que es lo que nos decía la autoridad y las empresas. Yo creo que donde hubo un error al principio fue que, no sé si la autoridad y las empresas se confiaran demasiado en la prensa o adoptar una estrategia ya definida respecto al mensaje que iban a dar. Porque tres semanas después de la puesta en marcha del sistema se implementó una campaña educativa bien fuerte, porque se dieron cuenta que en realidad a pesar de todo el despliegue periodístico, la gente todavía seguía sin entender muchas cosas, y era precisamente por que este cambio era muy profundo. Yo creo que la prensa cumplió con su papel, hubo un vacío educativo aún así, que después trató de ser revertido con el apoyo gubernamental y de las empresas.

- ¿Entonces, el hecho que se haya tenido que realizar una campaña educativa por parte de la Subtel y las empresas no implica que la prensa no haya cumplido su rol educativo?

No, yo creo que sólo no fue suficiente. No toda la gente lee Estrategia, El Diario, El Mercurio o La Epoca, sino que simplemente hay quienes no leen diarios. Y resulta que hay alrededor de dos millones de abonados a la red fija que si imaginamos que no tienen prensa, cómo se enteran y por eso entonces hubo una campaña de la Subtel bastante fuerte, y sobre todo después de lo que pasó en Talca, pues había que enseñarle a la gente. Y ahí se mezclaron las dos cosas, el camino de la prensa y el camino de la campaña educativa.

- ¿Puntualmente, cree que La Epoca cumplió el rol educativo que le cabía?

Yo creo que más cobertura educativa dentro de la sección económica no se puede haber dado, más que eso habría sido hacer un folletín educativo de la Subtel. Igual, uno como periodista económico tiene un límite y ese límite está dado por la cobertura de la noticia económica, que al final son las empresas, y se buscó entregar la mayor información posible para la población, conjugado con lo que eran las empresas. Yo creo que más que eso no pudo haber sido.

- ¿Quedó satisfecho con ello?

Absolutamente.

- En las noticias de la puesta en marcha del multiportador, el aspecto que más enfatizó La Epoca fue el técnico (según el análisis realizado), por qué cree que ocurrió eso.

Lo que pasa es que en una sección económica se estructura todo desde el punto de vista económico-técnico, ambas partes están ligadas. Ahora, efectivamente yo le di bastante al tema técnico, pero pensando que el tema técnico de alguna forma tenía que ser entendido por la gente, porque iba a ser vital para comprender el resto. O sea, efectivamente los titulares y el lead tenían que ver con asuntos técnicos, resulta que el sistema se cayó o el sistema funcionó mal al principio por asuntos técnicos; entonces, el sistema es técnico y el por qué fue técnico es porque había que hacer cotidiana esa cosa técnica. El multicarrier era muy técnico, entonces era imposible desligarse de ese aspecto.

El multicarrier es un conjunto de códigos, sistemas y enumeraciones, un asunto muy técnico que tenía que ser entendido de alguna forma por la gente. La clave está en cómo tú das a conocer ese aspecto técnico, porque si tú vas a

repetir lo mismo que te dice un técnico de la compañía X, yo como periodista quedó igual y la gente que me va a leer también queda exactamente igual.

- ¿Cree que el tema del multicarrier marcó de alguna manera al periodismo económico?

Te diría que desde agosto hasta octubre de 1994, o sea, desde que el multicarrier se comenzó a utilizar en Talca y finalmente en Santiago, sí fue un acto trascendente, por lo menos esa es mi impresión. Estábamos toda la semana al tanto de lo que iba a venir, que se iba a poner en marcha en Chillán, luego en Osorno, realmente hubo un seguimiento muy acabado.

Esto fue positivo, porque a medida que íbamos informando lo que iba pasando en las regiones, íbamos preparando el terreno en Santiago, donde estaba concentrado más del 50 % del mercado de la larga distancia y el mayor riesgo que fallara el sistema. Eso lo sabíamos todos los periodistas que cubríamos la noticia desde el principio, por eso se partió en Talca que tiene una densidad de llamadas bajísima.

- ¿Destacaría algún aspecto especial de todo este proceso?

Cuando yo empecé a cubrir el tema multicarrier en marzo del '94, la Subsecretaría de Telecomunicaciones no contaba con un equipo de relaciones públicas y ahí sí que era complicado reportear este sector. Era complicado para mí que no tenía idea de multicarrier y era difícil tener acceso a la única fuente que en ese momento sabía de multicarrier, que era la Subtel.

Entonces, me costó bastante en ese momento cubrir esta área hasta que se produjo el cambio y la Subtel contrató a un equipo de relaciones públicas, con el cual, indudablemente, y no sólo a mí, sino que a toda la gente que cubría esto se le facilitaron una enormidad las cosas en términos de acceso a la fuente, de contar con material, de saber los códigos, las fechas de partida, las magnitudes del sistema y, bueno, el contacto con el subsecretario de Telecomunicaciones y su equipo.

Yo creo que eso para mí fue vital, fue muy importante. Antes, la Subsecretaría de Telecomunicaciones trabajaba como en cualquier repartición gubernamental donde habían dos secretarías y si te tenían mala no te pasaban a Rosenblut, era algo tan aleatorio. Ese fue un cambio muy notorio. De hecho, el primer acercamiento que yo tuve con la Subtel fue pésimo, el primer día me peleé con las secretarías y tres semanas después contrataron a Extend

Comunicaciones y todo había cambiado. Y creo que el subsecretario también se dio cuenta que las cosas no andaban bien, por algo contrató esta empresa.

Eso yo lo destacaría como algo importante en el flujo expedito que hubo desde la autoridad hacia los medios y ese flujo expedito tuvo repercusión en las empresas, porque hablaba la Subtel después tenía que ser replicado de alguna manera por Entel, CTC o por las demás compañías. Afortunadamente, en el multicarrier antes, durante y después de la puesta en marcha, jamás hubo off the record y terrenos vedados. Es destacable también que las empresas, la autoridad y todo el mundo entregaron mucha información, salvo asuntos estratégicos como alguna campaña o un hecho sorpresivo, yo te diría que como pocos sectores en este país, en términos económicos, se abrió realmente a los medios. Yo creo que fue precisamente por la incidencia que tienen los medios en la población.

Entrevista a Isabel Lichnovsky, periodista de Extend Comunicaciones, quien asesoró a la Subsecretaría de Telecomunicaciones en el manejo de la prensa en el tema multicarrier (D):

- ¿Qué le pareció la cobertura periodística de la puesta en marcha del multiportador?

Creo que la cobertura de prensa de la puesta en marcha del multicarrier fue adecuada, yo soy muy exigente siempre digo que uno puede haberlo hecho mejor.

Pero mirado desde fuera, te podría decir que todos los medios estaban desde Arica hasta Punta Arenas, cubriendo bastante el tema en las páginas económicas; yo creo que en crónica fue poco o nada, prácticamente fue todo en páginas económicas, según recuerdo. Pero, yo creo que la cobertura fue más que adecuada.

- ¿Por qué cree que el tema se recogió en las páginas económicas?

Las telecomunicaciones son un tema económico, si te fijas nunca están en otra página, porque las empresas de telecomunicaciones son de página económica, siempre sus noticias se ven en la sección económica y no en

crónica. Por eso, todo el proceso que giró en torno a la puesta en marcha del multicarrier también se manejó en páginas de economía.

- ¿Le parece que los medios cumplieron un rol importante dentro de la puesta en marcha de este sistema?

Sin duda fueron importantes, además ellos estuvieron en la campaña educativa, aunque ésta se realizó bastante encima, también estuvieron ayudando, publicando avisos e información gratuitamente. Además, todos los diarios publicaban cosas de educación, no sólo publicaron las cosas económicas, sino que toda especie de 'datito' que nosotros quisimos transmitir a la prensa siempre tuvieron una buena acogida. En realidad, toda la información que mandamos tuvo excelente acogida en los medios, pero el análisis era más de los efectos del nuevo sistema sobre la industria, y el énfasis fue más sobre los precios, la guerra tarifaria que implicaba el multicarrier, más que los problemas de la puesta en marcha.

Más que la educación y lo que podía pasar con los usuarios, siempre el tema se centró mucho más en lo que implicaba respecto a la nueva competencia, siempre el tema de mayor interés fue ése. También hubo un poco de susto en el sentido que el sistema se podía caer, que podía no funcionar. Con

la experiencia en Talca por una congestión algo se tocó ese aspecto, pero fue poco.

En general, la guerra de precios fue lo más relevante, junto con la competencia entre las empresas. También, hubo bastante del concepto 'Chile como líder en las telecomunicaciones', en el sentido que en Chile se estaba haciendo algo que en los otros países de la región no se había hecho e incluso en muy pocos países en el mundo se estaba haciendo, y eso se repitió constantemente. Aunque también, creo que fue por la orientación que dio la Subtel hacia afuera y nosotros como su canal de información. No sé hasta qué punto fue iniciativa propia de los medios o éstos fueron recogiendo los mensajes que nosotros fuimos dando, tales como 'Chile: líder tecnológico' o 'multicarrier como una innovación en el mundo'. Estos mensajes, además, les hicieron aceptar que también se estaba aprendiendo, o sea, la puesta en marcha de este sistema no era algo en que se supiera lo que iba a pasar, incluso ni los técnicos sabían si el sistema se iba a caer. Eso hizo que la cobertura de prensa no pudiera ser tan planificada, porque la tecnología nos hizo tener que ser muy reactivos, actuar frente a coyunturas.

La puesta en marcha del nuevo sistema, primero supuestamente iba a ser simultánea en todo el país, pero después se acordó que eso no podía ser.

Entonces, tuvimos que convencer a la gente que el inicio del multicarrier tenía que ser gradualmente. Hubo gente que alegó y tuvimos que hacer toda una labor de convencimiento. La Subtel presentó un proyecto de ley de un artículo con un calendario de puesta en marcha gradual del multicarrier, así se convenció a la comunidad que no se podía poner en funcionamiento el sistema en todo el país de una sola vez. De esta manera, el proceso comenzó en las ciudades de menor tráfico, Talca y Curicó, hasta culminar en Santiago.

Pero hubo que manejar este tema, en el sentido de abstraerlo del debate político, aunque igual hubo políticos que intentaron algún tipo de conflicto con la autoridad, pero la verdad es que eso no fructificó mucho. Yo creo que con esa iniciativa legal se apeló un poco a la racionalidad de los políticos, que por mucho que ellos quisieran que todo el país tuviera el sistema al mismo tiempo, esto no podía ser, pues técnicamente era imposible.

- De sus palabras se desprende que la campaña de prensa era básicamente reactiva.

Era reactiva, pero también había cosas que tú podías anticipar y las cuales se hicieron anticipando, como por ejemplo, siempre que el sistema se ponía en marcha en una zona, se mandaba información anunciando este hecho

con algunas pautas básicas. Eso se coordinaba con la campaña educativa, que se hizo más bien en la Región Metropolitana, que era el lugar que más susto daba a la autoridad en el sentido de qué iba a pasar, porque el más alto porcentaje de teléfonos del país están en esta región.

- ¿Efectivamente no había en otros países un sistema de telefonía de larga distancia con una competencia tan abierta?

En Estados Unidos, en Australia estaban viendo y en Japón se limitaba a tres empresas solamente, lo que es bastante más fácil que los once carriers que tenemos en Chile. Acá la competencia es absolutamente abierta.

Se trajo a algunos ingenieros extranjeros, pero en general casi todos los ingenieros que estuvieron detrás de la puesta en marcha de este sistema eran chilenos.

Respecto a la prensa, estaba absolutamente preocupada por este tema, debido a lo que implicaba en términos de innovación, o sea que ponía a Chile en el liderazgo de lo que eran las telecomunicaciones de la región y un poco a nivel mundial. Esto causó mucha expectación, porque podían suceder sorpresas, entonces para la prensa era interesante hacer un seguimiento constante del tema. Pero esto se centró más que nada en economía, los diarios

económicos fueron los que le dieron más realce, o al menos, las secciones económicas de los diarios.

Nuestras fuentes estaban involucradas en el proceso técnico, por lo que eran fuentes muy ocupadas, entonces hubo que presionar mucho para que ellos le dieran un espacio a la prensa, aunque ellos sabían lo importante que era la prensa, a veces había que presionarlos para que hablaran con los periodistas.

Muchas veces hubo que reaccionar en la marcha. También hubo mucha conversación con las empresas de modo de evitar lo más posible conflictos entre la autoridad y las empresas, y poder así sumar esfuerzos.

- ¿Cree que la prensa trató adecuadamente este proceso de la puesta en marcha del sistema?

Yo creo que la cobertura fue correcta. Igual fue una revolución, o sea, el tema del multicarrier es una modernización como el tema de las isapres o de las AFP, significaba abrir el mercado de las telecomunicaciones, entonces había que introducir un concepto absolutamente nuevo.

A mi juicio, el multicarrier fue tan revolución como lo trataron los medios, y de hecho esto fue reconocido hasta por el Presidente de la República cuando inauguró el multicarrier en Santiago, pues dijo que realmente este sector

estaba dando la pauta de lo que deberían ser todos los sectores del país, en el sentido de abrirse a la competencia por los beneficios que ésta brindaba a la población.

- ¿La prensa abordó bien el aspecto educativo frente a un nuevo sistema de uso masivo?

Me parece que la parte educativa fue la más débil por problemas de recursos de la Subtel y porque se confió en que las empresas iban a hacer su propia labor educativa.

Creo que los periodistas pusieron algunas cosas al respecto, pero pocas. Si tú te fijas a nivel nacional, ellos ponían lo mismo que nosotros dábamos, con lo que igual estaban educando en cierta manera.

Uno de los problemas que tuvimos en esta materia fue con la tabla que enseñaba a discar, porque comunicacionalmente los códigos de las empresas deberían haber sido los tres números, pero legalmente eran dos. Entonces, como nuestra tabla era la entregada por la autoridad, los códigos tenían dos dígitos, lo que era complejo, pues enseñaba a marcar el 1 y después el código del portador, por ejemplo, el código de Entel ya no era 123 como decía su publicidad, sino que 23. Entonces, hubo un error comunicacional importante.

Pero en esto había problemas de normativas que se habían heredado del subsecretario anterior, así como otros vacíos legales que no podían ser modificados.

Pero de todas maneras, la prensa cumplió un rol educativo, pero yo creo que ellos tenían más interés en lo modernizador y en los negocios, porque el tema se trataba en secciones de negocios, más que en el rol educativo. Este aspecto se pudo desarrollar más cuando el tema se trató en portada o en algunos casos puntuales, pero en general no vi un énfasis especial en la educación del sistema.

Se trató el tema como un todo, pero no con un énfasis en educación, porque los medios también se veían limitados por la sección del medio en que trabajaban, que era economía. Por ejemplo, en Estrategia, El Diario y Economía y Negocios (El Mercurio) igual ponían datos de información general, pero resulta raro que eduquen, es innovador, pero lo tuvieron que hacer de una manera más sutil.

Yo creo que el rol de los medios en todo lo relacionado con el aspecto educativo estuvo dado por lo que hicimos nosotros y pocas veces fue por iniciativa de ellos, según recuerdo, aunque espero no estar siendo injusta con ningún medio.

- ¿Recuerda si los medios destacaron algún aspecto especial de este proceso?

No recuerdo bien, pero creo que la cobertura se tomó de una manera bastante global, ya que se tocaron distintos puntos, se vio la pelea legal, las opiniones de las empresas y de la autoridad, el tema de Chile como líder en las telecomunicaciones; hubo de todo, no recuerdo que hayan destacado nada en forma especial.

Pero yo creo que se le dio mucho al tema de Chile como líder, ese fue un aspecto que se enfatizó, de mostrar el sistema de multiportador como una iniciativa pionera en el mundo. Pero ése fue un concepto que también metimos nosotros. A los medios eso les gusta: 'Chile, jaguar'; 'Chile, líder'; 'Chile, primero'.

Otro tema que fue súper importante fue la guerra tarifaria, fue de todas maneras un tema muy tratado. También destacaron el desarrollo del sector, el conflicto entre las empresas y los beneficios para los usuarios.

- ¿Le llamó especialmente la atención algún medio porque le hubiera dado mucha cobertura al multicarrier?

Todos lo hicieron más o menos por igual, pero de todas maneras destacaron El Mercurio, Estrategia y El Diario, aunque también La Segunda. Mientras más económico, y más páginas de economía, más temas sobre el multiportador podían incluir.

- ¿Pero pensando proporcionalmente (espacio/publicaciones) y considerando los medios no “especializados”?

Todos lo tomaron como un tema absolutamente top, las conferencias-desayuno eran un lleno completo, no faltaba ningún medio. Siempre hubo muchas conversaciones con la prensa explicando todo este tema. Yo creo que casi todo lo que se mandaba, se publicaba. Había demasiado interés. Fue una campaña de prensa óptima.

Todos los diarios le dieron la importancia, fundamentalmente en página económica, según el espacio que tenían disponible. Lo que quizás varió entre los diarios fue el ángulo, en el sentido que cada uno lo fue viendo según su público, qué era lo que enfatizaba, si eran las tarifas, la competencia, lo tecnológico, si era algún patrimonio de la empresa o lo que fuera.

- ¿Cree que este hecho ameritaba realmente tanta cobertura?

Yo creo que sí. Es que poder elegir, tomar tu teléfono y elegir por qué compañía vas a hacer tu llamado es una cosa única. Creo que ni siquiera hemos dimensionado lo que significa, porque es algo que no puedes hacer en Inglaterra, Francia o Alemania, países que son desarrollados, pero en los que están obligados a que su compañía de telefonía local utilice la empresa de larga distancia que desee o ella misma lo cursa. Es la libre elección, la libre competencia.

- ¿Recuerda cómo abordaron este tema los diarios La Epoca y El Mercurio, y si destacaron algún aspecto especial?

El Mercurio publicó todas las etapas de la puesta en marcha, le hizo un seguimiento absoluto a la puesta en funcionamiento del sistema, por lo que yo recuerdo. Antes de eso, también habían hecho un buen seguimiento del tema multicarrier.

No me acuerdo tanto de La Epoca, pero sí recuerdo que hizo un seguimiento del tema multicarrier. Me pareció buena la cobertura, pues hay que pensar que no es un medio exclusivamente económico, es más, su sección económica es más bien pequeña.

Pero yo creo que no hubo problema de tratamiento de ningún medio. En general, el tema tuvo muy buena cobertura.

Tengo la idea que todos los diarios siguieron una línea similar en cuanto al énfasis que le daban a la información, que era la guerra tarifaria, el aspecto de Chile como líder tecnológico, el proceso de la puesta en marcha y sus distintos aspectos.

- ¿El interés por el tema del multicarrier hizo que esta campaña de prensa fuera sencilla?

No fue tan así. Cuando se hizo la campaña, yo te diría que el multicarrier ya estaba decidido, en el sentido que ya se hacía, no fue la etapa de la pelea previa. Entonces, lo que había que hacer era ir destacando las distintas etapas de puesta en marcha y también las cosas más relevantes de ésta. Tuvimos algunas peleas con empresas, pero la dificultad era no saber lo que iba a pasar, o sea el que tú no puedes hacer una campaña planificada con algo que está en evolución y que tampoco tú sabes qué va a suceder o con qué van a salir las empresas.

Otro problema era que en el sector telecomunicaciones, las empresas tienen mucho poder, entonces tienen mucho contacto con la prensa. Eso es

difícil, en el sentido que todos tienen su espacio en los medios, entonces las peleas de la autoridad con las empresas de telecomunicaciones no eran fáciles, sobre todo con CTC, pero como estaban todas embarcadas en el proceso finalmente se superaban.

Lo que fue fundamental en la campaña de prensa es que nosotros éramos la única fuente de información desde la autoridad hacia los periodistas, o sea nosotros manejábamos toda la información. Eso te hace todo mucho más fácil, porque cuando hay distintas voces, los mensajes salen muy dispares, pero cuando el flujo de información viene desde un solo canal, tú puedes transmitirla con mucha más claridad y con menos ruido.

Entrevista al Jefe de Gabinete de la Subsecretaría de Telecomunicaciones durante el ejercicio de los subsecretarios Jorge Rosenblut y Gregorio San Martín (actualmente en el cargo), Claudio Gambardella (E):

- ¿Qué tal fue la cobertura de la puesta en marcha del multiportador?

A mí me sorprendió el interés que había por el tema. Yo creo que tenía dos componentes, uno era una propaganda fuerte, una discusión previa muy acalorada sobre la legislación que traspasó todas las instancias tanto políticas como sociales. De una u otra manera, las dos empresas más grandes de telecomunicaciones en Chile, CTC y Entel, habían logrado que todo el mundo se interesara en esta verdadera ‘pelotera’, en esta pelea que unos decían que no y otros que sí, que la Fiscalía Nacional Económica, que la Subsecretaría, que el Ministerio, que la Comisión Antimonopolios y la Cámara de Diputados. Se había armado mucho ‘bombo’ con el cuento y eso creo que facilitó o favoreció el interés que hubo por el tema multicarrier. De alguna manera era la culminación de una larga pelea de ‘pesos pesados’ que se había dado en todas las instancias.

De por sí eso no explica lo masivo, porque en realidad uno puede apreciar que también hay otras ideas más o menos grandes que no trascienden

al público, que no logran interés. No te sabría decir la razón de por qué tuvo tanta cobertura, aunque nosotros tratamos de que hubiera la mayor cobertura posible. Yo creo que hubo una mezcla, por una parte esta preparación del camino que había, con una batalla ya dada, donde las empresas se gastaron todo en lobby y propaganda para atraer gente hacia su área de interés. Por otra parte, creo que el nombre pegó mucho, o sea fue una cosa divertida, salieron chistes sobre el multicarrier, como que se patentó ese nombre; tal vez si se le hubiera llamado sistema multiportador a lo mejor no hubiese tenido esa llegada, como ocurrió con el término multicarrier.

Y por último, tengo la impresión que la larga distancia es algo muy deseado y querido por los chilenos, el hecho de poder comunicarse para afuera es algo que va más allá de los simples contactos que normalmente existen y yo creo que eso tiene una valoración importante.

Cuando ya se pasó de la etapa de saber que iban a operar otras empresas, que se trataba de un sistema que a uno le permitía elegir desde su teléfono la empresa a utilizar para realizar la llamada de larga distancia, entonces al usuario se sintió afectado. En Chile hay 1.800.000 teléfonos, eso quiere decir que multiplicado por dos o tres personas alrededor del teléfono, hay seis o siete

millones que de alguna manera tuvieron que decir aquí va a haber un cambio importante.

Yo creo que esos son los factores que hicieron que este tema tuviera un altísimo interés.

Por último, además, está el hecho que la ejecución fue parcializada, entonces eso motivó a que cada región tuviera su fiesta propia, lo que obligó a editoriales enormes. Fue un tema complejísimo, toda su organización, la logística de los actos que hubo. Además, fue un sistema que partió con muchas dudas, de si se tendría la capacidad para fiscalizar, si se podría implementar a más zonas, era un desafío técnico toda la modificación de las plantas y centrales para cambiar el sistema de numeración. Y todavía hoy nos damos cuenta que es un sistema bastante único en el mundo, hay multicarrier en algunos países, pero el hecho que uno pueda elegir el carrier por el cual comunicarse es algo que llama mucho la atención.

-¿Por la alta oferta de empresas?

Más que por la oferta de empresas, es el hecho que tú puedes elegir cada llamada. Aquí realmente la competencia es completa, porque las empresas no tienen ninguna seguridad de cuál vas a elegir.

- A su juicio la cobertura periodística de este tema fue bastante completa, pero ¿cuál fue el rol que le cupo a la prensa en este proceso?

La prensa especializada traía el tema ya muy encima y para ellos la puesta en marcha del multicarrier era claramente la conclusión de un conjunto de cosas que ellos venían reportando hace cinco años. Es un tema terminal o culminante, que lo trataron muy en profundidad, porque además sabían que era un cambio estructural en la industria de telecomunicaciones.

- ¿Qué entiende por prensa especializada?

La prensa económica: Estrategia, El Diario y el Cuerpo B (Economía y Negocios) de El Mercurio, además de algunos periodistas que están vinculados a la televisión o a la radio y que siguieron muy de cerca el tema.

Ahora, en la medida que se fue acercando la fecha fueron entrando otro tipo de periodistas que se dieron cuenta que el tema tenía algún impacto, porque es un sector que generalmente llama la atención.

- ¿Cree que los medios de comunicación tuvieron un rol importante en este proceso?

Yo creo que fue complicado porque la expectativa que generó de alguna manera hizo olvidar que había un aspecto muy importante que era que la gente aprendiera, o sea que no era sólo que se aprendiera del multicarrier, sino que se aprendiera a discar. Entonces, el punto más crítico pasó cuando se inauguró la central de Curicó y Talca, que fue el 17 de agosto de 1994, y el sistema se vino abajo, porque la gente empezó a llamar, lo hacía a cualquier parte, y no hay que olvidar que la gente estaba acostumbrada a poner el cero nacional, el que desapareció. Por ejemplo, Valparaíso era 032, y la gente marcaba y el código de Valparaíso para ellos seguía siendo 032 y no 32 como era con el nuevo sistema. Entonces, desde ese momento se trató de dirigir a la prensa a enseñar, para eso hubo una campaña publicitaria y se enfatizó en que la gente aprendiera a discar y que, sobre todo, no se aprendiera a marcar probando en el teléfono, pues las centrales se habían diseñado para un margen de error que fue superado ampliamente en la primera etapa.

Si se ve en las distintas etapas del proceso los llamados erróneos que fueron entrando en un comienzo eran muy altos, pero fueron en curva descendente y no se cayó en ninguna otra zona, creo que sólo se cayó además en Chillán por un par de horas. La Región Metropolitana tiene más del 50 % de todo el tráfico, lo que nos tenía un poco asustados.

- ¿Entonces en un comienzo, la prensa no había sido capaz de transmitir a la gente esta nueva tecnología de uso masivo y enseñarle cómo usarla?, ¿y fue capaz al final?

La prensa no fue el tema. Nosotros tal vez no lo enfatizamos con suficiente fuerza y finalmente cuando ya tuvimos claro lo de Talca y Curicó, creo que se pudo superar el problema, pero yo no diría que la prensa no fue capaz, porque en el fondo tampoco era tan claro que debía cumplir ese rol.

- ¿Pero cumplió un rol educativo importante?

Al final sí. Generó interés y eso motivó que la gente aprendiera rápidamente a usarlo. No he visto las cifras, pero no me extrañaría que en la primera etapa se haya usado sólo para probar el sistema. En ese sentido, el interés que se despertó, al cual contribuyó la prensa, creo que fue positivo.

- ¿Pero en definitiva la prensa enseñó a discar?

De lo que yo me acuerdo, me parece que la prensa regional tuvo mucho cuidado en eso, cada vez que había inauguración, recuerdo que siempre salía

con mucha claridad como marcar. La santiaguina no me queda claro, es que la verdad no recuerdo.

Lo que sí recuerdo fue cuando se cayó el sistema en Talca, que produjo un cierto impacto, de esa característica que tenemos los chilenos de decir algo malo de las cosas nuevas, y qué bueno si se cae, se produce casi un agrado, es divertido.

De la prensa nacional, me llamó personalmente la atención que lo pusieran tanto, tuvo mucha cobertura, tampoco era para tanto. Me llamó la atención tanta cobertura, el interés, muchas preguntas y la cantidad de periodistas que querían hablar.

- ¿Dentro de los medios escritos recuerda cuál le dio más cobertura a este tema?

Te diría que desde luego los que yo llamo especializados y, después, casi todos por igual.

Un hecho que no había comentado es que las empresas acompañaron esto con rebajas tarifarias ridículas, tú comprendes que hablar por \$ 5 a cualquier parte, en el hecho es como no pagar, y efectivamente muchas facturas nunca llegaron. Eso también ayudó a que el sistema del multicarrier fuera

mucho más propagandeado, pues las ofertas partieron fuertemente junto con el sistema. Y esta rebaja tarifaria se preveía, pero no tan fuertemente, porque si tú revisas la propaganda muchas empresas apostaban al multicarrier contratado, por ejemplo Chilesat hizo un tremendo esfuerzo en posicionar el multicarrier contratado con publicidad que comenzó más de un año antes que se diera inicio al sistema. Por otro lado, CTC hizo lo suyo. Pero, la gente se empezó a dar cuenta que esto no les convenía tanto cuando comenzaron a ver grandes ofertas por parte de todas las empresas, entonces se vino abajo el sistema contratado, y la competencia fue siendo cada vez mayor, y recién ahora el sistema contratado se está posicionando a nivel de empresas (usuarias). Por supuesto, eso no era algo esperado.

- ¿Qué aspecto especial recuerda de la cobertura que le dieron los diarios El Mercurio y La Epoca a la puesta en marcha del sistema multiportador?

Diría que, en general, El Mercurio fue el más serio de todos, y siempre ha sido el más realista, el que refleja mejor, por lo menos cuando uno decía algo, salía eso.

La Epoca hizo buenos esfuerzos, tuvo suplementos. También hubo muchos suplementos, ahora que me estoy acordando.

- ¿Después del multicarrier cambió la cobertura periodística hacia el sector de telecomunicaciones?, ¿el nuevo sistema sirvió para acercar a la opinión pública a ese sector?

Difícil contestar eso, porque yo prácticamente debuté con el multicarrier, entonces no podría decirte qué tratamiento tenía antes. Yo de alguna manera tenía vinculación con el sector de telecomunicaciones desde antes, ya que trabajé en Naciones Unidas en el programa de telecomunicaciones, y siempre me ha dado la impresión que hay bastante cobertura, pero no sé si aumentó, yo creo que desde luego no disminuyó, pero se puede haber mantenido.

- ¿Le gustaría destacar algún aspecto especial sobre la cobertura periodística del proceso de puesta en marcha del multiportador?

No, sólo que aprendí a conocer más la prensa. Me llama la atención el periodismo y los periodistas, pues viven al día; cómo desaparecen de repente las cosas y no hay mucha memoria, me imagino que es una cosa de funcionamiento. Hay días que un tema parece de una relevancia enorme, una semana después nadie se acuerda y no sale nada. Esto no es una cosa a propósito del multicarrier, pero me llama mucho la atención esto del

periodismo. Los periodistas viven con una especie de ansiedad de estar al día en lo que vende, en lo que está en la noticia; y hay una especie de interacción entre lo que ellos crean como noticia y lo que es noticia.

Pero ahora haciendo recuerdo de lo que me estás preguntando, el multicarrier también quedó en el pasado. Pero creo que cambió un poco el escenario, lo que pasa es que cambió la litigiosidad del sector, ya no era esta pelea frontal entre las empresas. Entonces, desde esa perspectiva dejó de ser el centro del conflicto y, por eso, la prensa volvió a sus cauces normales; y encontraría muy anormal que nosotros estuviéramos en la prensa común y corriente, aunque es normal que estemos en la prensa especializada. Creo que el multicarrier fue una isla en ese sentido, y desde esa perspectiva probablemente podríamos decir que influyó. Nunca más hemos tenido esa cobertura, ni creo que nunca más la vayamos a tener, al menos por el momento. Pero en la prensa especializada la cosa se mantiene.

- ¿La prensa se preocupó de explicar los aspectos técnicos del multicarrier?

No, eso no me llamó para nada la atención. Me da la impresión que los periodistas tienen una complicación, que viven demasiado rápido, entonces no

pueden. Uno se sentaba y trataba de explicarles como funciona, y después escribían una cosa que parecía que no habían entendido ni la mitad. Entonces, no eran muy buenos los artículos desde el punto de vista técnico.

- ¿Y qué pasó con el aspecto económico, por ejemplo, con la rebaja tarifaria?

Eso lo enfatizó la prensa especializada. Cualquier otro medio que estaba más conectado a las noticias nacionales, la verdad es que venían un poco despistados, ‘los habían mandado’ y hacían su reportaje enfatizando sólo los conceptos formales: quiénes eran los autorizados, dónde iban a operar, cuáles eran los códigos, que se iba a introducir competencia en la larga distancia y punto. Los otros hacían más análisis. Pero hay que tener presente que la memoria es frágil..

Entrevista a quien fue Subsecretario de Telecomunicaciones durante el período de la puesta en marcha del multicarrier, y actualmente es Subsecretario del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Jorge Rosenblut (F):

- ¿Cuál es su opinión sobre el rol de los medios de comunicación en la puesta en marcha del multicarrier?

Cuando sucede algo que implica cambiar una situación cotidiana, como es el marcar, ninguna campaña singular de prensa te resuelve el problema, tú necesitas que la prensa se involucre: que el cambio es bueno para la gente, lo cual ocurrió; que la prensa se involucre para educar cómo marcar, para lo cual la prensa también se prestó y actuó muy eficientemente; y para que la prensa ayude fuera de la divulgación a cofinanciar campañas específicas de cómo se debe actuar, ir entregando información cuando los hechos ocurrían para que la gente se sienta parte del cambio.

En este caso, la campaña de puesta en marcha demoró nueve semanas, en las que cada fin de semana que inaugurábamos una región o un área distinta, la prensa acompañaba muy fuertemente el hecho, salía muy destacado, la gente ya esperaba: 'oye la otra semana me toca a mí'. El par de veces que hubo

problemas, la prensa no lo tomó como un festín, que podría haber desalentado o confundido a la gente.

En ese sentido, yo te puedo decir que para mí es notable como fue clave la manera como la prensa se incorporó en estos tres ámbitos.

- ¿Cree que los medios de comunicación cumplieron con su rol educativo?, ¿más allá de la forma de discar, logró transferir a la opinión pública esta tecnología que iba a ser de uso masivo?

Claro, la televisión en todos sus programas, matinales, etc., incorporaba el cómo marcar y cada fin de semana como lo hacen con la restricción vehicular, indicaba ahora parte el multicarrier en tal lugar y recuerde que debe marcar de tal o cual manera. Muchos diarios de motu proprio publicaban el lunes siguiente el cómo discar, indicando todas las ofertas. Así es que yo me atrevería a decir que sí, la prensa escrita en particular fue muy notable en focalizarse, uno, en que es bueno para la gente y, dos, cómo hacerlo.

- ¿Los medios respondieron como ustedes esperaban que iba a ser?

No, yo creo que mirado retrospectivamente, la atención que le dio la prensa a este tema fue notable, fue muy positiva, venían a reuniones los

directores de medios con nosotros, los canales, yo creo que fue muy positiva. O sea, nosotros no hubiéramos tenido el éxito, de eso no te quepa duda, sin la cobertura periodística. Porque cuando una compañía te enseña cómo discar, la gente es reticente porque al haber intereses de por medio no cree mucho en esa información, mientras que en los medios de prensa salía esto es lo que tiene que hacer y para esto sirve.

Ahora, aquí hay algo importante que ya no es de la prensa, sino que viene por el lado de las compañías largadistancistas, pero que también ayudó a través de la prensa, que es el que las ofertas eran muy brutales. Entonces, otro elemento que sirvió es que la prensa comunicaba un hecho muy dramático, cuando algo que valía \$ 1.000, una llamada a alguna parte, pasa a costar \$ 20, ya la cuestión era un chiste. Entonces, yo te digo que en ese momento mi impresión es que la prensa se vio apoyada por que comunicaba un hecho muy dramático, como era la gran baja de precios.

- ¿Se notó alguna evolución en el tratamiento dado por la prensa hacia este tema durante el proceso de puesta en marcha del multiportador?

Lo que yo recuerdo es que sí. Primero, porque hay una etapa pre partida -que es el 28 de agosto-, en la cual hay una campaña la semana antes, tratando

un poco el tema del contrato, pero era más o menos, porque esto estaba orientado exclusivamente a Talca y Curicó. Pero a medida que van pasando las semanas y el universo de gente que tiene acceso al multicarrier va creciendo, la prensa se va poniendo más vehemente, cuando termina en la Región Metropolitana, que tenía prácticamente un millón de teléfonos, en ese momento la prensa se vuelca sobre todo el evento.

- ¿Qué le llamó la atención de la cobertura de los diarios en este tema?

Yo diría, principalmente, la preocupación positiva por los precios, que ha significado los temas de ofertas. También, algunos temas de dudas, comunicando que la gente no sabía cuanto valía el servicio, que no eran claras las ofertas, entonces nos ayudó mucho a nosotros a pedirles a las empresas que corrigieran la forma de promover sus precios.

- ¿Entonces llegaron a ser en algún momento un nexo entre los usuarios y la autoridad?

Sí, sin duda. Como esto era muy rápido y no te da el tiempo para hacer focus group o encuestas, nosotros a través de la comunicación, de los propios

reclamos o preguntas de la gente bien canalizados por la prensa, nos iban entregando información muy rápida de lo que estaba ocurriendo.

- ¿Dentro de los medios escritos hubo alguno que le llamara la atención por darle mayor énfasis al tema?

No recuerdo, la verdad no podría nombrar uno en especial.

- ¿Recuerda algún aspecto especial de la cobertura que dieron de este proceso los diarios El Mercurio y La Epoca?

Tengo buen recuerdo de ambos medios en lo que se refiere a esta etapa. Los dos siempre publicaban fotos, hacían análisis, con reclamos, editoriales, yo creo que hubo de todo en ambos, con una cobertura bastante amplia. Trataron temas estructurales sobre las ventajas de este cambio, críticas sobre la información que no era transparente, el tema de las tarifas y los cobros. Yo me atrevo a decir que ambos estuvieron bastante preocupados, pero no tengo una nitidez de cual más, cual menos, pero ambos trataron varios ámbitos.

- Mirado desde fuera parece que el multicarrier marcó un hito en cuanto a la cobertura del área telecomunicaciones. ¿Después de este proceso, cambió efectivamente la cobertura periodística hacia ese sector?

Sí, se acercó el tema a la opinión pública. Yo creo que con el multicarrier las telecomunicaciones se hicieron más común a la gente, más cotidiano. Las telecomunicaciones siempre se habían visto como un tema muy técnico, por lo tanto, muy ajeno a la gente, y yo creo que el multicarrier llevó a la gente a entender para qué le sirven las telecomunicaciones en la vida diaria.

Creo que hoy día la gente está más metida en el quehacer de la Subtel, del ente regulador, sirvió para conocer al ente regulador, mucha gente entiende hoy qué es la Subtel. Mucha gente tiene más claridad de lo que significa la parte telefónica, al igual que la prensa, entonces ahora tiene el tema del Pcs, de los teléfonos públicos, de las tarifas y de las conferencias, entre otros. Ahora, tú ves en la prensa que las telecomunicaciones son noticia una vez a la semana como mínimo. Eso yo creo que se produce fuertemente después del multicarrier.

- ¿Eso se debería a que la gente no se había acercado al tema, más que a una falta de interés?

Yo creo que eso más que el interés, era tan abstracto que la prensa no tenía mucho que comunicar. Este es un evento muy cotidiano que hay que mostrar: ‘Señora, señor, lo que antes le costaba \$ 400, ahora le cuesta \$ 20’, ‘Ahora usted puede llamar libremente’ o ‘Señores hay problemas de cobro, llevan dos meses y nadie cobra las facturas del multicarrier’.

- ¿Hay algún punto que quisiera destacar en especial sobre el tema?

Sí, el rol de las comunicaciones. El hecho que una institución pública tuviera una agencia privada de comunicaciones en esta materia -Extend Comunicaciones- fue clave para entregar una información pareja, no discriminatoria entre medios, un castellano, o sea comunicativa y no solamente un jeroglífico técnico.

En forma permanente, siempre estábamos entregando comunicados, haciendo reuniones, y eso tuvo un impacto, porque la prensa también tiene su quehacer, tiene sus dificultades de recursos, y en la medida que tú ayudas a acercar tu tema hacia ellos, te transmiten más. Y, en ese sentido, yo creo que haber contado en un evento de cierta complejidad, nuevo, con una agencia profesional en esto, marcó una diferencia que hasta el día de hoy sigue viva. El hecho de haber contado con un instrumento profesional y no solamente jugar al

amateur en esto: 'yo salgo, ahí están los periodistas, me pasan el micrófono, yo digo mira esta cosa va por allá ... y sale como sale'. Nosotros teníamos nuestras notas de prensa formales, muy redondas, muy analizadas, entregando información lo más completa posible y bien traducida, sin discriminar a ningún medio, y, por supuesto, entregada oportunamente.

- Eso sirvió para acercar a los periodistas al tema.

Pero por favor. Organizaban desayunos, reuniones, yo no podía abrir la boca sin la autorización de Extend. Yo no fui a nada público sin comunicarme antes con alguien de Extend, sin su OK yo no me movía. Y tuvo un resultado impecable. La prensa reconoció el profesionalismo con el cual nosotros nos acercábamos a ellos, eso de no preferir un medio versus otro. Creo que fue muy útil esa asesoría. Mi comentario es que no hay que subestimar, que independiente de la habilidad o no habilidad que tenga uno como comunicador, el secreto está en traducir lo que uno quiere comunicar a lo que la prensa requiere para informar, y esa traducción la hace un equipo profesional, que no la hace en forma amateur.

ANALISIS DE ANTECEDENTES

Este estudio es de tipo exploratorio, ya que sólo pretende ser una primera aproximación a un aspecto del periodismo pocas veces cuestionado, cómo es la relación entre la percepción del periodista sobre la cobertura noticiosa que ha desarrollado sobre determinado tema, y lo que efectivamente se desprende de la información que éstos han entregado al respecto. Asimismo, se establecerá una relación entre estos dos aspectos y la percepción sobre dicha cobertura periodística de personas involucradas en el tema de interés nacional reportado por los medios de comunicación.

Para desarrollar este trabajo se escogió uno de los temas más importantes del periodismo económico nacional durante 1994: la puesta en marcha en Chile del nuevo sistema de llamadas de larga distancia a través del multiportador. Este proceso tuvo un largo período de gestación, básicamente en el aspecto legal, y posteriormente en el técnico, pues implicó que las empresas de telecomunicaciones instalaran los equipos necesarios para ofrecer el servicio telefónico de larga distancia. Pero el período de inicio de operaciones del sistema fue de un poco más de dos meses, específicamente, desde el 27 de agosto al 29 de octubre de 1994.

Para abordar las relaciones antes mencionadas, utilizando como tema de estudio la puesta en funcionamiento del multiportador, se escogió analizar las

noticias sobre este proceso publicadas en dos diarios de circulación nacional: El Mercurio y La Epoca. El corpus seleccionado comprende los ejemplares consecutivos de ambos diarios desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre (incluidos ambos).

Se realizó un análisis de contenido de todas las noticias del proceso de puesta en marcha del multicarrier publicadas en ambos medios de comunicación durante este período. La información estudiada se limitó a la que se relacionaba directamente con la evolución de este proceso, excluyendo aquéllas que hacían alusión a él tangencialmente, como por ejemplo toda la cobertura periodística entregada sólo a las empresas largadistancistas involucradas.

El Mercurio fue escogido para realizar este trabajo, porque es un diario con casi un siglo de existencia y que está muy arraigado en ciertos segmentos de la sociedad chilena, especialmente en aquellos de más altos ingresos y más elevado nivel cultural, dentro de los que generalmente se encuentran los personajes más influyentes y de más poder en esta sociedad. Esta percepción está avalada por un estudio desarrollado por Testmerc durante mayo de 1992, a petición de la gerencia comercial del medio, el que arrojó que un 60,3 % de los lectores de El Mercurio de Santiago pertenece al estrato socioeconómico

más alto de la sociedad chilena, un 26,7 % al nivel medio y un 13 % al bajo.

(44)

Por su parte, un folleto preparado en 1984 por este medio y distribuido a las agencias publicitarias indica que “a través de El Mercurio, el anunciante comunica su mensaje a la población de mayor cultura, mayor educación y mayor disponibilidad de ingreso”. Además, agrega que un 74 % de los lectores de diarios de altos ingresos leen El Mercurio, cifra que aumenta a un 86 % el día domingo. (45)

Una encuesta desarrollada a mediados de los ochentas por un diario de la competencia a un universo de 500 personas estableció que “un 32 % del total respondió que el diario más influyente es El Mercurio, contra un 45% que dio a La Tercera como más influyente. Pero entre los que pertenecían al estrato socioeconómico alto, un 62 % consideró que el más influyente era El Mercurio. Entre los de mayor educación, un 54 % dijo que El Mercurio era el más influyente. En ambos casos, el más cercano competidor era La Tercera con un 29,6 % y un 38 %, respectivamente”.

En el caso de La Epoca, se escogió para realizar este trabajo porque es un diario más nuevo, circuló por primera vez el 18 de marzo de 1987, y que tiene un público socioeconómicamente más amplio que El Mercurio. Asimismo,

su sección económica -en la que todos los medios trataron el tema del multicarrier- no es tan especializada como Economía y Negocios, a pesar de lo cual abordó la puesta en marcha del multiportador con bastante profundidad y frecuencia, llegando con el tema a muchos lectores que necesariamente no eran tenían grandes conocimientos en telecomunicaciones, en economía o negocios.

Con la elección de estos dos medios se buscó tener una muestra representativa de los diarios chilenos de circulación nacional, para poder analizar el tratamiento periodístico dado al inicio del nuevo sistema telefónico de larga distancia, la percepción al respecto de los periodistas y algunas autoridades involucradas en el proceso.

Se realizó un análisis de contenido de todas las noticias exclusivamente del proceso gradual de puesta en marcha del multiportador publicadas en El Mercurio y La Epoca en el período comprendido entre el 01 de agosto y el 30 de octubre.

De estas informaciones se definió cuáles eran los aspectos más enfatizados en ellas, teniendo cuatro grandes categorías para clasificarlas. Estas no eran ni exclusivas ni excluyentes, por lo tanto, una noticia podía enfatizar más de un aspecto.

Los cuatro aspectos considerados son:

- **Económico:** la información que destaca este aspecto es aquella que profundiza en explicar los beneficios económicos o financieros que traería el nuevo sistema telefónico de larga distancia a los usuarios. Asimismo, aquella que enfatiza los cambios que producirá el multicarrier en el mercado de las telecomunicaciones y las repercusiones que esto tendría.
- **Legal:** la información enfatiza el marco legal que rodea al sistema multiportador, sus implicancias, repercusiones y beneficios. Además, considera alusiones a todo el proceso legal que se debió atravesar para poder poner en marcha el sistema.
- **Técnico:** la noticia resalta el funcionamiento y requerimientos del sistema. Además, considera las especificaciones sobre las necesidades tecnológicas para su puesta en operaciones.
- **Educativo:** la información enfatiza el enseñar a los usuarios a utilizar el sistema para poder realizar llamadas telefónicas de larga distancia. Este

aspecto incluye la identificación de los códigos de cada uno de los portadores y todos los antecedentes prácticos sobre el uso de este sistema.

Aplicación del instrumento

Dentro del análisis de estas noticias, se consideró a las infografías (ilustraciones informativas) como un elemento importante que refuerza un aspecto de la noticia.

Para este trabajo, sólo se analizó el contenido de las informaciones sobre la puesta en marcha del multiportador, sin considerar elementos de diagramación involucrados en esas noticias, como por ejemplo su ubicación en la página o si ésta era para o impar.

El instrumento en el que se recopilarán los datos de las noticias seleccionadas de los diarios El Mercurio y La Epoca, distinguirá la siguiente información:

- Día de publicación de la noticia
- Aspecto enfatizado de la información
- Infografías publicadas
- Total publicaciones
- Totales parciales de publicaciones de acuerdo a su énfasis

Se utilizaron dos tablas, una con información obtenida del análisis de contenido de las noticias escogidas de El Mercurio, y la otra, con las de La Epoca.

Análisis de las noticias sobre la puesta en marcha del multiportador, publicadas por el diario **El Mercurio** entre el 1 de agosto y el 30 de octubre de 1994.

Día (1994)	A. Económico	A. Legal	A. Técnico	A. Educativo
4 de agosto		Sí	Sí	
6 de agosto			Sí	Sí
7 de agosto				Sí (infog.)
9 de agosto		Sí	Sí	Sí (infog.)
10 de agosto		Sí	Sí	
12 de agosto		Sí	Sí	
25 de agosto		Sí	Sí	
27 de agosto	Sí		Sí	Sí
28 de agosto	Sí	Sí	Sí	
1 de sept.				
2 de sept.			Sí	Sí (infog.)
3 de sept.		Sí	Sí	
6 de sept.		Sí	Sí	
14 de sept.		Sí		
17 de sept.			Sí	Sí
24 de sept.				Sí
24 de sept.				
25 de sept.	Sí			
29 de sept.			Sí	
1 de octubre		Sí	Sí	
2 de octubre				
8 de octubre				
11 de octubre			Sí	
14 de octubre			Sí	
17 de octubre				
18 de octubre			Sí	
22 de octubre				Sí
22 de octubre				
27 de octubre	Sí	Sí	Sí	
29 de octubre	Sí			Sí (infog.)
Total = 30				
	5	11	18	9 (4 infog.)

Análisis de las noticias sobre la puesta en marcha del multiportador, publicadas por el diario **La Epoca** entre el 1 de agosto y el 30 de octubre de 1994.

Día (1994)	A. Económico	A. Legal	A. Técnico	A. Educativo
4 de agosto		Sí	Sí	
6 de agosto			Sí	
7 de agosto		Sí		Sí
9 de agosto		Sí	Sí	
10 de agosto		Sí	Sí	
12 de agosto		Sí	Sí	
18 de agosto				
25 de agosto	Sí		Sí	Sí
27 de agosto			Sí	Sí
28 de agosto	Sí			
1 de sept.			Sí	
3 de sept.		Sí		
6 de sept.		Sí	Sí	
7 de sept.		Sí	Sí	
14 de sept.		Sí		
17 de sept.			Sí	Sí
24 de sept.				Sí
29 de sept.			Sí	
1 de octubre		Sí	Sí	Sí
2 de octubre			Sí	
9 de octubre			Sí	Sí
11 de octubre			Sí	
17 de octubre			Sí	Sí
18 de octubre			Sí	
23 de octubre				Sí
27 de octubre	Sí		Sí	
28 de octubre			Sí	Sí (infog.)
29 de octubre	Sí			Sí
30 de octubre	Sí			
Total = 29	5	10	20	11 (1 infog.)

Aspectos más destacados de la cobertura periodística sobre el lanzamiento del multicarrier, según el número de noticias de cada diario:

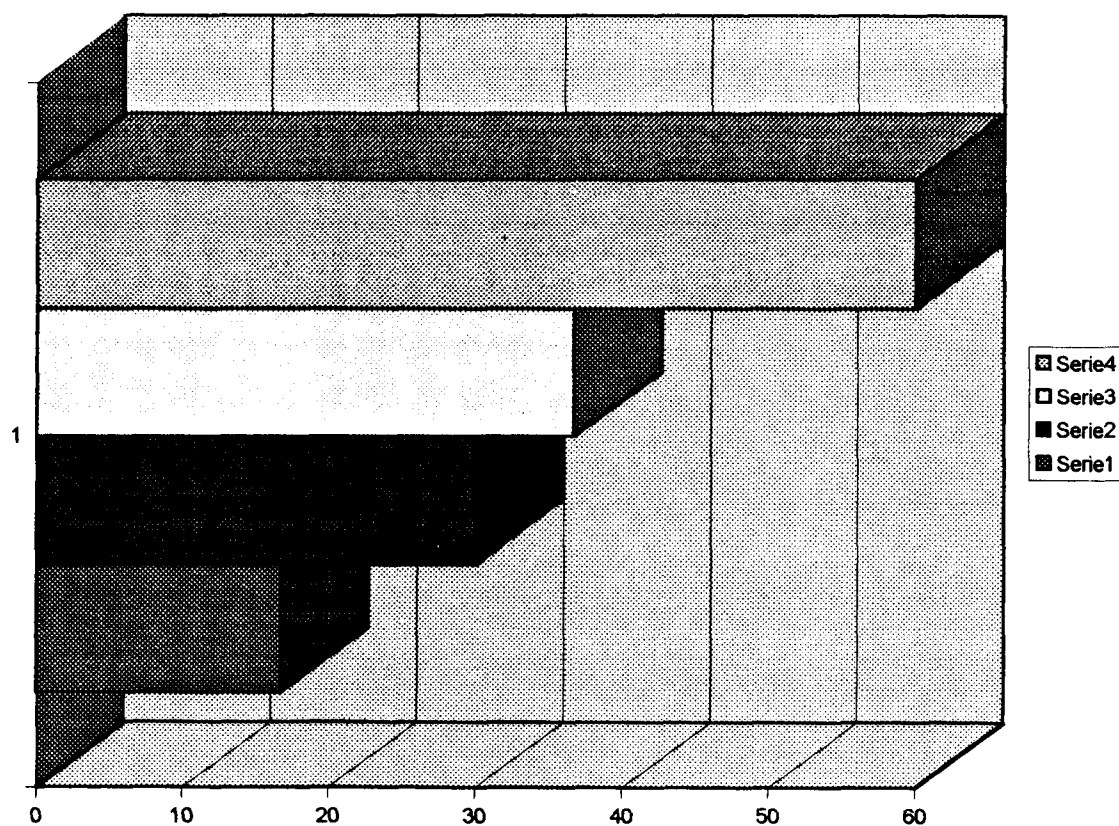
El Mercurio (30 publicaciones)

- Aspecto Económico 16,7 %
- Aspecto Legal 36,7 %
- Aspecto Técnico 60 %
- Aspecto Educativo 30 %
- Infografías 13,3 %

La Epoca (29 publicaciones)

- Aspecto Económico 17,2 %
- Aspecto Legal 34,5 %
- Aspecto Técnico 69 %
- Aspecto Educativo 37,9 %
- Infografías 3,4 %

Aspectos destacados en la cobertura periodística de El Mercurio sobre el lanzamiento del multicarrier.



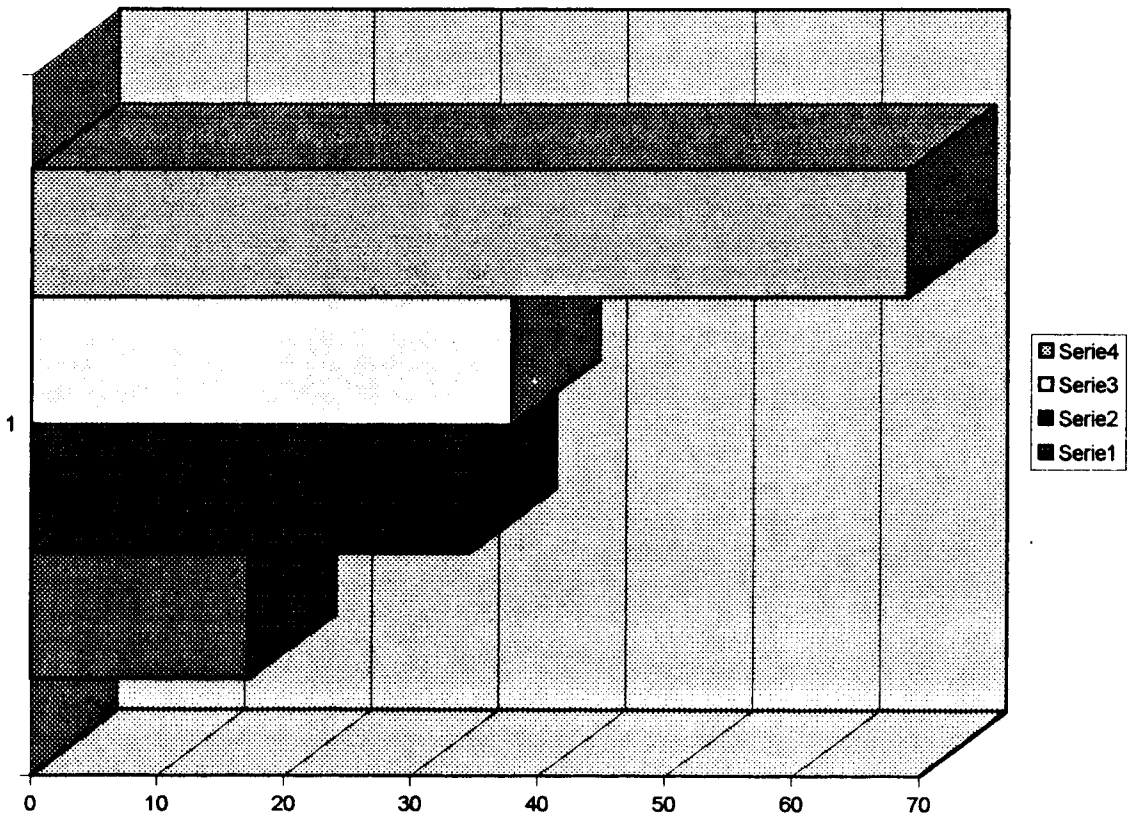
Serie 1 = Aspecto Económico

Serie 2 = Aspecto Educativo

Serie 3 = Aspecto Legal

Serie 4 = Aspecto Técnico

Aspectos destacados en la cobertura periodística de La Epoca sobre el lanzamiento del multicarrier.



Serie 1 = Aspecto Económico

Serie 2 = Aspecto Legal

Serie 3 = Aspecto Educativo

Serie 4 = Aspecto Técnico

Análisis de los antecedentes recogidos en las entrevistas

De las conversaciones con los periodistas de El Mercurio y La Epoca se extrajeron los aspectos que más interesaban para este trabajo y se agruparon bajo distintas áreas, de manera de poder contrastarlos con los resultados obtenidos en el análisis de contenido de las noticias que ellos escribieron sobre el inicio de las operaciones del nuevo sistema telefónico de larga distancia.

Extractos de la entrevista al periodista de El Mercurio, Germán

Maldonado:

- **Cobertura periodística del tema:** “Fue una de las principales noticias del sector económico durante el año '94”. “Fue una cobertura bastante amplia que le dieron todos los medios de comunicación, dada la trascendencia que tuvo el tema”.

Le parece que la manera de enfocar el tema por parte de los diarios fue correcta, aunque “todos caímos de cierta manera en el juego de las declaraciones y con tal de sacar noticias, de repente, difundimos muchos temas que podían alarmar, estudios alarmistas”.

Opina que los diarios cumplieron con su labor educativa, “porque se preocuparon de entregar esa información no sólo en la parte económica, sino que también de entregarla en la parte de crónica general, y a través de suplementos especiales que sacaron todos los diarios. Todos los diarios se preocuparon de enseñar a los usuarios a discar con el nuevo sistema”.

- **El Mercurio:** “El Mercurio trató de analizar los cambios que el sistema de larga distancia iba a experimentar, y también se tomó desde el punto de vista de

las empresas, el efecto que esto iba a tener sobre el resultado de algunas de ellas, en particular sobre Entel, dado que todo decía que iba a ser la principal perjudicada”.

En cuanto al énfasis de estas noticias, destaca el aspecto educativo. “Yo me acuerdo haber puesto en todas las notas que escribí sobre el multiportador, cualquiera que fuera, un párrafo en el cual explicaba lo que era el sistema multiportador. Ponía siempre algo así como: ‘sistema mediante el cual a futuro los usuarios podrán elegir libremente el portador que les proveerá el servicio telefónico de larga distancia”.

“Había una gran tarea informativa que tú tenías que cumplir, o sea, desafíos informativos”.

Piensa que su sección, Economía y Negocios, hizo una buena labor educativa, considerando que “es un diario general, no sólo económico”.

- **Tema abordado en sección económica:** el periodista sostuvo que este proceso fue cubierto por esta sección porque “el efecto iba a ser sobre empresas, entonces se tomó desde ese punto de vista, no tanto desde la perspectiva de los usuarios”. “Yo creo que a lo mejor ahí hubo un error de tratamiento por parte de los medios, pero anteriormente el tema de la

Subsecretaría de Telecomunicaciones había sido analizado por la sección económica”.

Análisis:

No cabe duda que a juicio del periodista de El Mercurio, la puesta en marcha del multiportador fue un hecho de gran importancia, lo que destacó señalando que fue uno de los temas de mayor trascendencia para el periodismo económico durante 1994. Esto avala que ese diario, y en general, todos los medios de comunicación, le dieron una importante cobertura.

Germán Maldonado señaló que el aspecto que él más había destacado en este proceso era el educativo, que -precisó- estaba presente en todos sus textos. Además, él tenía muy claro el gran cambio que el multicarrier significaba para los usuarios y el desafío educativo que se le presentaba a los medios de comunicación. En este sentido, dijo haber cumplido el rol que en esta materia le cabía.

Pero al momento de observar las cifras obtenidas en el análisis de contenido llama la atención que sólo el 30 % de las noticias destacaban efectivamente el aspecto educativo, aunque también se debe considerar que éstas fueron apoyadas por infografías que ayudaban a la comprensión tanto del

funcionamiento como del uso del nuevo sistema. De las 30 noticias analizadas, el 13,3 % iba acompañada de estos dibujos informativos.

El periodista no se refirió a aquellas áreas que según el estudio fueron más destacadas por El Mercurio, como es el caso de la técnica con 60 % y la legal con 36,7 %. Pero también hay que considerar que no se le preguntó directamente por ellas.

Estas cifras demuestran que no hay concordancia entre lo que el periodista cree haber destacado más en su información y lo que efectivamente se puede percibir de esas noticias. Además, demostró no tener conciencia de la relevancia que tuvo en sus textos el aspecto técnico, el cual duplicó en presencia al educativo, que a su juicio era el más destacado.

En lo que respecta al bajo porcentaje de noticias que demostró haber enfatizado el aspecto económico, un 16,7 %, a pesar de encontrarse en una sección económica, el periodista precisó que el tema multiportador era abordado por esta área del diario, porque el gran efecto de este nuevo sistema iba a estar sobre las empresas de telecomunicaciones. En este sentido, se debe considerar que la información analizada dice relación sólo con el inicio de las operaciones del multicarrier, excluyendo a aquellas noticias que abordaban el tema de las compañías y que probablemente resaltarían básicamente el aspecto

económico de este proceso. Aunque, a juicio del periodista, tal vez se cayó en un error al incluir este proceso de puesta en marcha del sistema en Economía y Negocios, pues ello básicamente se hizo sólo porque la Subtel -fuente informativa del tema- siempre había sido un sector cubierto por economía.

Extractos de la entrevista al periodista de La Epoca, Rodrigo Martínez:

- **Cobertura periodística:** “Se trataba de algo muy importante”. “Los medios económicos efectivamente le dieron bastante cobertura, los medios especializados se preocuparon desde mucho tiempo antes, cuando esto todavía estaba en una batalla legal ... con el anuncio de la Ley 3A, esto se veía venir y no sólo los medios económicos, sino todos los diarios de circulación nacional comenzaron a preocuparse de qué era el multicarrier. Por eso le dieron mucha cobertura, le dieron harta cobertura en la parte económica y le dieron bastante más cobertura en la parte educativa”.

“Esa noticia era tan importante que no había ningún medio que no llevara el multicarrier y todos los periodistas que cubrimos eso, nos preocupamos de entender para poder explicar”.

A su juicio la cobertura periodística dada al proceso de puesta en marcha del multicarrier fue adecuada.

En cuanto a la labor educativa desarrollada por los medios: “se le dijo a la gente así funciona el multicarrier, así hay que ocuparlo, éstas son las empresas, o sea, más educativo imposible y más cobertura en términos empresariales también, o sea, se cubrió de las dos formas igual”. “Más que

entrar a detallar el tema técnico ..., lo importante era lo cotidiano, o sea, era cómo hacer esa amalgama perfecta en que colocas la parte técnica, que debe ir sobre todo en los medios más especializados, con la parte práctica, con la parte que tiene que ver con todos nosotros”. “Yo creo que la prensa cumplió con su papel, hubo un vacío educativo aún así, que después trató de ser revertido con el apoyo gubernamental y de las empresas”.

- **La Epoca:** “La Epoca es un medio más masivo, por una cosa obvia de a quién está dirigido el medio, yo no podía tratar en profundidad esos temas (técnicos) y trataba de mezclar las dos cosas, sin dejar de lado lo técnico, hacerlo lo más educativo posible”.

“En La Epoca por un asunto de público al cual íbamos dirigidos, la definición de la sección económica era básicamente ‘hay que ser un medio específico, pero a la vez hay que ser un medio masivo’, entonces por definición buscamos la fórmula como entregar toda la información a la gente, que la pudiera entender, sin por eso ser menos rigurosos en términos económicos, que lo que eran los medios específicos. Eso se acordó por definición unos meses antes de la partida del sistema”.

“Yo te diría que desde la perspectiva de La Epoca, el multicarrier debe haber sido junto a deuda subordinada los dos temas económicos más importantes del año”. “Conseguí los primeros títulos en la portada gracias al multicarrier”.

Respecto al énfasis de las noticias que escribió al respecto: “mi idea personal era precisamente evitar que el multicarrier fuera esa amalgama de cosas que nadie podía entender y que más que una facilidad, empezara a complicar la vida con respecto a lo que era antes”. “Trataba que la gente entendiera por muy complejo que fuera el tema o por muy obvio que para otros resultara”.

En relación al aspecto educativo, cree que primó inconscientemente, no por una definición del medio. “La definición del medio era que había que juntar, y yo creo que junté tanto la parte negocios como la educativa. Lo que pasa, es que no te puedo decir que hubo un énfasis especial, porque yo procuré armarlo tan bien como si fuera una sola cosa”. “Yo creo que más cobertura dentro de la sección económica no se puede haber dado, más que eso habría sido hacer un folletín educativo de la Subtel”.

En cuanto a destacar el aspecto técnico: “En una sección económica se estructura todo desde el punto de vista económico-técnico, ambas partes están

ligadas. Ahora, efectivamente yo le di bastante al tema técnico, pero pensando que el tema técnico de alguna forma tenía que ser entendido por la gente, porque iba a ser vital para comprender el resto”.

- Tema abordado en sección económica: “El tema empezó a ser tratado en los medios económicos y con una óptica económica, entonces ahí se armó un nicho y el tema quedó en economía”. “La base de la cobertura del tema del multicarrier estuvo dada por los medios económicos y, por eso, se trató en la sección económica en los medios no especializados que se acoplaron, usando el mismo sistema que venía de antes”.

“Cubrí temas relacionados con el nuevo sistema que eran muy poco económicos, como fue la campaña educativa, pero el trabajo ya se había estructurado así, y había mucho aprendizaje en el tema del multicarrier, para que la gente entendiera, los periodistas de economía tuvimos que aprender bastante”.

Análisis:

El periodista que reportó la puesta en marcha del multicarrier para el diario La Epoca también tiene muy claro la relevancia que tuvo esta noticia,

tanto así que destacó que “no había ningún medio que no llevara el multicarrier y todos los periodistas que cubrimos eso, nos preocupamos de entender para poder explicar”. Resaltó que en la sección económica de ese medio, el multicarrier fue el tema más importante del año, junto con deuda subordinada; es más indicó que sus primeras portadas las obtuvo con artículos sobre el multiportador. Señaló que cree que la prensa entregó una cobertura adecuada a este tema y cumplió una buena labor educativa al respecto. En su opinión, la perspectiva que los medios de comunicación más enfatizaron fue la educativa, lo que no coincide con los resultados del análisis de las noticias de El Mercurio y La Epoca. De acuerdo a éste, el aspecto más resaltado es el técnico con más de 60 % en ambos casos, en cambio, el educativo se reduce a casi la mitad.

En cuanto al tratamiento que le dio La Epoca a este proceso, Rodrigo Martínez señaló que de acuerdo al público al cual estaba orientado el diario, se había definido la sección económica como específica, pero a la vez masiva. Precisó que en sus informaciones no dejaba de lado el aspecto económico ni técnico, pero lo trataba de hacer lo más educativo posible.

Personalmente, trató que todas las informaciones fueran comprendidas por los lectores, por complejas que éstas fueran, lo que demuestra un especial énfasis en el aspecto educativo. Aunque reconoce que esta última área primó

inconscientemente en sus textos, él trató de buscar un equilibrio del aspecto educativo con lo económico y lo técnico de este proceso, por lo que no puede decir que esta cobertura haya tenido un énfasis especial.

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de contenido de las noticias sobre el inicio de las operaciones del multiportador publicadas en La Epoca, se puede apreciar que el equilibrio entre los aspectos educativo, informativo y económico que señala el periodista, ciertamente no existe. En la mayoría de las crónicas al respecto se destacó el aspecto técnico, específicamente en el 69 % de ellas. Este porcentaje dista bastante de los obtenidos por las materias educativa y económica, con un 37,9 % y 17,2 %, respectivamente. El aspecto educativo fue enfatizado en un importante porcentaje de las informaciones, e incluso una noticia fue repaldada con una infografía, pero éste no responde a la importancia que tuvo según Rodrigo Martínez. Estas cifras demuestran que efectivamente no se produjo el equilibrio al que se refiere el periodista de La Epoca.

Al ser consultado sobre lo destacado que había sido el aspecto técnico en esta cobertura -de acuerdo al análisis de contenido desarrollado-, el periodista señaló que “en una sección económica se estructura todo desde el punto de vista económico-técnico, ambas partes están ligadas. Ahora, efectivamente yo

le di bastante al tema técnico, pero pensando que el tema técnico de alguna forma tenía que ser entendido por la gente, porque iba a ser vital para comprender el resto”. Pero estas palabras tampoco encontraron respaldo en el estudio de las noticias, ya que la presencia de la perspectiva técnica superó por más de tres veces a la económica. Por lo tanto, la relación entre ambas áreas -al menos en este proceso- no es tan estrecha como lo indicó el profesional.

Al igual que en El Mercurio, llama la atención el bajo porcentaje de crónicas que enfatizaron el aspecto económico, sólo el 17,2 %, siendo que éstas eran publicadas precisamente en la sección económica del diario. Según Rodrigo Martínez la puesta en marcha del nuevo sistema telefónico de larga distancia fue abordado en la sección económica, porque el tema multiportador comenzó a salir a la opinión pública en los medios económicos y vistos desde esa perspectiva, lo que llevó a que los medios generales que se sumaron en la cobertura de este tema lo hicieran en su sección económica, es decir, sólo se adaptaron a lo que ya estaba. Incluso, el periodista sostuvo que escribió sobre temas relacionados al multicarrier que tenían muy poco de económicos e igualmente fueron publicados en esa sección.

Extractos de la entrevista a la periodista de Extend Comunicaciones (oficina de asesoría externa) encargada del manejo comunicacional de la Subtel en relación a la puesta en marcha del multicarrier, Isabel Lichnovsky:

- **Cobertura periodística:** “Creo que la cobertura de prensa de la puesta en marcha del multicarrier fue adecuada”.

“En general, la guerra de precios fue lo más relevante, junto con la competencia entre las empresas”.

“Respecto a la prensa, estaba absolutamente preocupada por este tema, debido a lo que implicaba en términos de innovación, o sea que ponía a Chile en el liderazgo de lo que eran las telecomunicaciones de la región y un poco a nivel mundial. Esto causó mucha expectación, porque podían suceder sorpresas, entonces para la prensa era interesante hacer un seguimiento constante del tema. Pero esto se centró más que nada en economía, los diarios económicos fueron los que le dieron más realce, o al menos, las secciones económicas de los diarios”.

“A mi juicio, el multicarrier fue tan revolución como lo trataron los medios, y de hecho esto fue reconocido hasta por el Presidente de la República cuando inauguró el multicarrier en Santiago, pues dijo que realmente este sector

estaba dando la pauta de lo que deberían ser todos los sectores del país, en el sentido de abrirse a la competencia por los beneficios que ésta brindaba a la población”.

“La prensa cumplió un rol educativo, pero yo creo que ellos tenían más interés en lo modernizador y en los negocios, porque el tema se trataba en secciones de negocios, más que en el rol educativo ... en general, no vi un énfasis especial en la educación del sistema”. Añadió que en este sentido, los medios se veían limitados por la sección en que publicaban la información.

“La cobertura se tomó de una manera bastante global, ya que se tocaron distintos puntos, se vio la pelea legal, las opiniones de las empresas y de la autoridad, el tema de Chile como líder en las telecomunicaciones; hubo de todo, no recuerdo que hayan destacado nada en forma especial”.

“Tengo la idea que todos los diarios siguieron una línea similar en cuanto al énfasis que le daban a la información”.

La periodista señaló que todos los medios tomaron este tema absolutamente top, había demasiado interés, por lo que el trabajo que ella desarrolló fue una campaña de prensa a su juicio, óptima. En su opinión este proceso ameritaba tanta cobertura como la tuvo.

- **El Mercurio:** “El Mercurio publicó todas las etapas de la puesta en marcha, le hizo un seguimiento absoluto a la puesta en funcionamiento del sistema, por lo que recuerdo. Antes de eso, también habían hecho un buen seguimiento del multicarrier”.

- **La Epoca:** “Recuerdo que hizo un seguimiento del tema del multicarrier. Me pareció buena la cobertura, pues hay que pensar que no es un medio exclusivamente económico, es más, su sección económica es más bien pequeña”.

- **Tema abordado en sección económica:** “Las telecomunicaciones son un tema económico, si te fijas nunca están en otra página, porque las empresas de telecomunicaciones son de página económica ...Por eso, todo el proceso que giró en torno a la puesta en marcha del multicarrier también se manejó en páginas de economía”.

Análisis:

La asesora de la Subtel destacó que la puesta en marcha del sistema multiportador en Chile fue un proceso importante y que los medios de

comunicación también lo consideraron así y le dieron una cobertura top, la que a su juicio el tema realmente ameritaba.

Tiene la impresión que todos los diarios siguieron una línea similar en cuanto al énfasis que le dieron a la información que publicaron sobre este tema. Del análisis de contenido de las noticias sobre este proceso de El Mercurio y La Epoca se puede desprender que al menos en el caso de estos dos medios escritos esta afirmación es correcta, ya que en general los porcentajes obtenidos de los aspectos que habían sido destacados en las publicaciones de cada diario son bastante similares.

En su opinión, la cobertura periodística de este proceso fue bastante global, ya que se abordaron distintos aspectos relacionados con el multiportador, pero cree que no se destacó ninguno en especial. Esta última opinión se opone totalmente a los resultados obtenidos en el análisis de contenido, ya que éste muestra que ambos diarios enfatizaron el tema técnico en más del 60 % de sus publicaciones sobre el proceso de puesta en marcha del multicarrier.

Isabel Lichnovsky sostuvo que la prensa cumplió efectivamente un rol educativo en el inicio de las operaciones del nuevo sistema telefónico de larga distancia, a pesar que esta materia no fue prioritaria en la cobertura

periodística. Este último punto coincide con lo obtenido en el análisis de las publicaciones de El Mercurio y La Epoca, pues éste muestra que el porcentaje de noticias que enfatizaron el aspecto técnico casi duplica al del educativo. En esta materia, hizo la salvedad que los medios se veían limitados por la sección en que publicaban esta información, que era la económica.

Al igual que los periodistas de ambos diarios, sostuvo que el proceso de puesta en marcha del multiportador se abordó en la sección económica, porque el sector telecomunicaciones siempre había sido tratado en esas páginas.

Resaltó lo completa y prolongada que fue la cobertura del multicarrier que hizo El Mercurio. En tanto, de La Epoca indicó que también logró una buena cobertura del tema, especialmente considerando que la sección económica tenía un espacio muy reducido.

Extractos de la entrevista al jefe de gabinete de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Claudio Gambardella:

- **Cobertura periodística:** “Me sorprendió el interés que había por el tema”. “Se había armado mucho ‘bombo’ con el cuento y eso creo que facilitó o favoreció el interés que hubo por el tema multicarrier”.

“De la prensa nacional, me llamó personalmente la atención que lo pusieran tanto, tuvo mucha cobertura, tampoco era para tanto”.

“La prensa especializada traía el tema ya muy encima y para ellos la puesta en marcha del multicarrier era claramente la conclusión de un conjunto de cosas que ellos venían reportando hace cinco años. Es un tema terminal o culminante, que lo trataron muy en profundidad, porque además sabían que era un cambio estructural en la industria de las telecomunicaciones”.

En opinión de Gambardella, la expectativa que generó el tema hizo olvidar que era muy importante que la gente no sólo aprendiera sobre multicarrier, sino que aprendiera a discar. Pero indicó que hacia el final del proceso de puesta en marcha del sistema, la prensa cumplió un importante rol educativo, ya que generó interés y eso motivó a que la gente aprendiera rápidamente a usarlo.

No le llamó la atención la cobertura de este proceso desde el punto de vista técnico. “Uno se sentaba y trataba de explicarles como funciona, y después escribían una cosa que parecía que no habían entendido ni la mitad. Entonces, no eran muy buenos los artículos desde el punto de vista técnico”.

En cuanto al aspecto económico de las informaciones, sostuvo que “eso lo enfatizó la prensa especializada. Cualquier otro medio que estaba más conectado a las noticias nacionales, la verdad es que venían un poco despistados, ‘los habían mandado’ y hacían su reportaje enfatizando sólo los conceptos formales: quiénes eran los autorizados, dónde iban a operar, cuáles eran los códigos, que se iba a introducir competencia en la larga distancia y punto”.

- **El Mercurio:** “El Mercurio fue el más serio de todos y siempre ha sido el más realista, el que refleja mejor, por lo menos cuando uno decía algo, salía eso”.

- **La Epoca:** “La Epoca hizo buenos esfuerzos, tuvo suplementos”.

Análisis:

El jefe de gabinete destacó que la cobertura periodística que tuvo la puesta en operaciones del multiportador superó sus expectativas y que incluso fue un poco excesiva.

A su juicio, el que se haya dado tanto énfasis al multicarrier hizo olvidar a la prensa que la opinión pública debía informarse no sólo del nuevo sistema, sino que además cómo se utilizaba. Este punto lo muestran claramente los porcentajes obtenidos del análisis de contenido de las noticias sobre este proceso publicadas en El Mercurio y La Epoca, ya que enfatizaron el tema técnico en un 60 % y 69 %, respectivamente. Ambas cifras son bastante superiores a las obtenidas por el aspecto educativo que fueron 30 % en El Mercurio y 37,9 % en La Epoca.

A pesar que los medios destacaron bastante el aspecto técnico en sus informaciones, éste no fue un punto que llamara la atención de Gambardella, sólo señaló que las noticias tenían deficiencias en esta materia.

Sostuvo que el aspecto económico fue más destacado en los medios que él cataloga como especializados (dentro de los que se encuentra El Mercurio). Esta afirmación no encontró respaldo en el análisis de contenido realizado, ya que La Epoca -que sería un diario no especializado- obtuvo un porcentaje

similar, e incluso un poco superior, al de El Mercurio en esta materia: 17,2 % y 16,7 %, respectivamente.

Como parte de la prensa especializada, resaltó que El Mercurio venía tratando este tema desde cerca de cinco años antes que el sistema comenzara a funcionar, por lo que el proceso de puesta en marcha fue la concreción de un largo reporteo.

También, resaltó el trabajo realizado por La Epoca en este tema, ya que consideró que hizo un buen esfuerzo, publicando incluso suplementos.

Extractos de la entrevista al ex Subsecretario de Telecomunicaciones y actual Subsecretario del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Jorge Rosenblut:

- Cobertura periodística: En opinión del subsecretario, la prensa se involucró en el proceso de puesta en marcha del multiportador, especialmente en lo que significó enseñar a marcar a la gente de acuerdo al nuevo sistema. A su juicio fue notable como la prensa se incorporó en mostrar a la gente que el multicarrier era un cambio bueno, en educarla cómo marcar, cofinanciar campañas colaborando con su divulgación e ir entregando información sobre los hechos que iban ocurriendo para que la gente se sintiera parte del cambio. “La prensa escrita en particular fue muy notable en focalizarse, uno, en que es bueno para la gente y, dos, cómo hacerlo”.

Explicó, además, que la información educativa entregada en las noticias tenía mucho mayor credibilidad que la información dada a través de publicidad o inserciones.

“La atención que le dio la prensa a este tema fue notable, fue muy positiva ... nosotros no hubiéramos tenido el éxito, de eso no te quepa duda, sin la cobertura periodística”.

A Jorge Rosenblut le llamó la atención de la cobertura periodística de este proceso, la preocupación positiva por los precios que mostraron los diarios.

Destacó que los medios de comunicación se constituyeron en un nexo entre los usuarios y la autoridad. “Como esto era muy rápido y no te da el tiempo para hacer focus group o encuestas, a través de la comunicación, de los propios reclamos o preguntas de la gente bien canalizados por la prensa, nos iban entregando información muy rápida de lo que estaba ocurriendo”.

- **El Mercurio y La Epoca:** “Tengo buen recuerdo de ambos medios en lo que se refiere a esta etapa. Los dos siempre publicaban fotos, hacían análisis, con reclamos, editoriales, yo creo que hubo de todo en ambos, con una cobertura bastante amplia. Trataron temas estructurales sobre las ventajas de este cambio, críticas sobre la información que no era transparente, el tema de las tarifas y los cobros. Yo me atrevo a decir que ambos estuvieron bastante preocupados, pero no tengo una nitidez de cual más, cual menos, pero ambos trataron varios ámbitos”.

Análisis:

El subsecretario destacó la gran cobertura que dieron los medios de comunicación al proceso de puesta en marcha del multiportador, lo que a su juicio fue básico en el éxito alcanzado por la autoridad con este nuevo sistema.

También, resaltó el importante rol que tuvo la prensa como nexo entre la opinión pública y la autoridad durante este proceso, entregándole a esta última el feedback necesario al respecto. En su opinión, los medios mantuvieron muy bien informados en todo aspecto a los futuros usuarios, especialmente en lo beneficioso que iba a ser para ellos este nuevo sistema. Además, al realizar una cobertura global del tema, lograron que la gente se hiciera parte de este cambio en la telefonía de larga distancia.

Destacó el papel educativo que tuvieron los medios -especialmente por su credibilidad-, en el sentido de enseñar a la gente cómo utilizar el multicarrier. Pero de acuerdo al análisis de contenido realizado, este aspecto no fue el que La Epoca y El Mercurio más destacaron, sino que enfatizaron considerablemente más el aspecto técnico.

Rosenblut señaló que la cobertura de estos dos diarios fue muy completa, ya que en su opinión trataron todos los aspectos de este proceso, lo que en alguna medida se reflejó en el análisis de contenido, ya que en distinta

proporción ambos medios abordaron al menos las cuatro perspectivas más importantes de este proceso.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los antecedentes obtenidos de las entrevistas realizadas a los periodistas y participantes de la puesta en marcha del multiportador, se puede señalar que todos consideraron este proceso como un tema de gran importancia tanto para la prensa, como para la opinión pública. Estas opiniones avalan la elección de dicho proceso para desarrollar este trabajo.

Al contrastar las opiniones de los periodistas de El Mercurio y La Epoca con los datos obtenidos del análisis de contenido realizado a las noticias de este tema publicadas en ambos diarios, se obtuvo que éstas no concuerdan. Es decir, las percepciones de los profesionales sobre el trabajo que ellos desarrollaron en torno a este proceso no tiene relación con la información extraída del análisis de dichas noticias.

Aunque este trabajo es sólo exploratorio y no se tiene certeza de que pueda ser extrapolable a cualquier otro tema de interés público abordado por la prensa, ni a todos los diarios del país; lleva a concluir que al menos en algunos tópicos, los periodistas no tienen plenamente claro el enfoque con que abordan la información que entregan a la opinión pública. Por ejemplo, aunque los dos periodistas entrevistados reconocieron que el enseñar a usar el multicarrier era un punto muy importante, menos de la mitad de las noticias que publicaron durante la puesta en marcha de este sistema enfatizó esta perspectiva. Además,

en opinión de ambos profesionales, ellos habían hecho mucho hincapié en este aspecto, lo que hace surgir una pregunta: ¿en el agitado ritmo del reporteo diario, los periodistas logran efectivamente tener claro cómo van abordando un tema que se prolonga por más de un par de semanas?

Tal vez, este trabajo está dejando de manifiesto una falencia en la formación universitaria de los periodistas, en cuanto a la necesidad de reforzar que como profesionales no deben limitarse a ser meros transmisores de información, sino que además deben ‘traducir’ esos antecedentes y orientarlos de acuerdo a su público objetivo. Asimismo, es importante que consideren que la información que entregan puede tener una importante repercusión, situación que un profesional de las comunicaciones puede aprovechar muy bien para el beneficio de la sociedad. Pero como este estudio es sólo una aproximación a este tema, no se tiene plena certeza de ello, sin embargo puede ser útil para que los académicos que corresponda revisen si este tema está efectivamente abordado en sus cátedras.

Otra debilidad que se desprendería de las entrevistas realizadas en este trabajo a los periodistas de los dos medios, es el casi inexistente análisis que se desarrolla al interior de los diarios para determinar en qué sección se debe abordar un determinado tema. El profesional de El Mercurio incluso reconoce

que el haber tratado la puesta en marcha del multiportador en Economía y Negocios pudo ser un error, el que se habría generado porque anteriormente el frente de la Subsecretaría de Telecomunicaciones era abordado por la sección económica, situación que se mantuvo. Una opinión similar sostuvo el periodista de La Epoca, Rodrigo Martínez: “cubrí temas relacionados con el nuevo sistema que eran muy poco económicos, como fue la campaña educativa, pero el trabajo ya se había estructurado así, y había mucho aprendizaje en el tema del multicarrier, para que la gente entendiera”. A su juicio lo que sucedió fue que los diarios económicos fueron los primeros en abordar el multicarrier, entonces cuando los demás medios se fueron sumando a este reporte, lo hicieron siguiendo la misma línea, es decir, en su sección económica.

Una mala elección en este sentido podría llegar a limitar el tópico tratado como indicó uno de los periodistas entrevistados. Aunque este punto no depende directamente del profesional que escribe la noticia, es bueno que se cuestionen una situación de este tipo y recurran a sus editores.

Por ejemplo, en el caso puntual del sistema multiportador, las personas que no les interesaban los temas económicos y financieros, y que por lo tanto dejaban de leer la sección respectiva, podían no interiorizarse de la puesta en marcha de este servicio de uso masivo y menos de cómo utilizarlo. Entonces,

cuando se trataba de un hecho tan masivo, tal vez la sección económica no era la más adecuada para llegar a un mayor número de lectores.

La percepción de las personas entrevistadas que estuvieron involucradas en el inicio del sistema multicarrier coincidió en algunos puntos con el análisis de contenido realizado. Esto puede parecer extraño si se considera que los periodistas que escribieron las noticias analizadas no lograron concordar con el análisis. Tal vez, ello pueda tener relación con el hecho que los periodistas están involucrados en el proceso de producción de la noticia, y al analizar una situación desde dentro se tiene mucho menos objetividad. Este aspecto también puede ser interesante para profesores de la carrera de periodismo, en cuanto puede ser muy positivo para la formación de estos profesionales enfatizar aún más en la independencia que se debe lograr con el tema reportado.

Este trabajo no pretende lograr conclusiones definitivas sobre la labor periodística, aunque sí apunta a ser un aporte para reflexionar en torno al desempeño de los profesionales de la comunicación y su repercusión en la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

- **Délano, Manuel y otros. “Para Entender al Decano”, Ediciones Ainavillo, Santiago, 1987, 164 pp.**
- **El Diario, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**
- **El Mercurio, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**
- **Estrategia, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**
- **Informes de prensa de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de los meses de junio, julio, agosto, septiembre y octubre.**
- **La Epoca, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**
- **La Tercera, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**
- **Las Ultimas Noticias, ejemplares desde el 01 de agosto hasta el 30 de octubre de 1994.**

- **Ley General de Telecomunicaciones del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.**
- **Ley N° 18.168 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.**
- **Ley N° 19.302 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.**
- **Resolución de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, 15 de julio de 1994.**
- **Revista Gestión, octubre de 1994.**

CITAS

- 1.- Informe de prensa de Subtel de octubre de 1994, comunicado N° 17.
- 2.- Resolución de Subtel del 15 de julio de 1994.
- 3.- Ley N° 18.168 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.
- 4.- *Ley General de Telecomunicaciones.*
- 5.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 3.
- 6.- Informe de prensa de Subtel de septiembre de 1994, comunicado N° 2.
- 7.- Revista Gestión, octubre de 1994, página 33.
- 8.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 3.
- 9.- El Mercurio, 28 de agosto de 1994, página A19.
- 10.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 5.
- 11.- El Diario, 18 de agosto de 1994, páginas 1 y 8.
- 12.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 9.
- 13.- Ley N° 19.302 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.
- 14.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 9.
- 15.- La Epoca, 25 de agosto de 1994, página B2.
- 16.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 9.
- 17.- La Epoca, 1 de septiembre de 1994, página B6.
- 18.- Informe de prensa de Subtel de agosto de 1994, comunicado N° 13.
- 19.- Informe de prensa de Subtel de septiembre de 1994, comunicado N° 3.

- 20.- Ibid., comunicado N° 7.
- 21.- Ibid., comunicado N° 9.
- 22.- Ibid., comunicado N° 12.
- 23.- El Mercurio, 25 de septiembre de 1994, página C5.
- 24.- La Epoca, 2 de octubre de 1994, página B3.
- 25.- Informe de prensa de Subtel de octubre de 1994, comunicado N° 1.
- 26.- Revista Gestión, octubre de 1994, página 37.
- 27.- Informe de prensa de Subtel de octubre de 1994, comunicado N° 14.
- 28.- El Mercurio, 28 de octubre de 1994, página B9.
- 29.- Informe de prensa de Subtel de octubre de 1994, comunicado N° 5.
- 30.- Ibid., comunicado N° 10.
- 31.- Ibid., comunicado N° 11.
- 32.- Ibid., comunicado N° 13.
- 33.- Ibid., comunicado N° 16.
- 34.- El Mercurio, 29 de octubre de 1994, páginas A1 y A24.
- 35.- La Tercera, 31 de octubre de 1994, página 17.
- 36.- La Epoca, 30 de octubre de 1994, página B2.
- 37.- Id.
- 38.- Id.

- 39.- La Epoca, 29 de octubre de 1994, página 1.
- 40.- Las Ultimas Noticias, 30 de octubre de 1994, página 11.
- 41.- La Epoca, 1 de noviembre de 1994, página B4.
- 42.- Estrategia, 31 de octubre de 1994, página 40.
- 43.- Id.
- 44.- Délano, Manuel y otros, página 30.
- 45.- Id.
- 46.- Ibid., página 6.

ENTREVISTAS

A.- Jefa de la Unidad de Reglamentos y Normas de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Eurídice Aliste. Durante la puesta en marcha del multiportador era asesora de la División de Planificación Estratégica y Estudios.Página 10

B.- Subeditor de Economía y Negocios de El Mercurio, Germán Maldonado, quien fue el periodista que cubrió el inicio de las operaciones del multicarrier para ese medio.Página 45

C.- Analista del Toronto Trust, Rodrigo Martínez, quien reportó el proceso de puesta en marcha del multiportador para el diario La Epoca.....Página 52

D.- Periodista de Extend Comunicaciones, Isabel Lichnovsky, quien asesoró a la Subsecretaría de Telecomunicaciones en el manejo de la prensa en el tema multicarrier.....Página 70

E.- Jefe de Gabinete de la Subsecretaría de Telecomunicaciones durante el ejercicio de los subsecretarios Jorge Rosenblut y Gregorio San Martín, Claudio

Gambardella. Estuvo en el cargo durante el inicio del nuevo sistema de llamadas telefónicas de larga distancia.....Página 83

F.- Subsecretario del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Jorge Rosenblut, quien encabezó la puesta en marcha del multicarrier como Subsecretario de Telecomunicaciones.....Página 94

INDICE GENERAL

<u>INTRODUCCION</u>	1
<u>OBJETIVOS</u>	5
<u>MARCO TEORICO</u>	8
<u>EL MULTIPORTADOR</u>	9
<u>HISTORIA</u>	17
<u>PUESTA EN MARCHA DEL MULTIPORTADOR</u>	20
<u>ENTREVISTAS</u>	44
<u>ANALISIS DE ANTECEDENTES</u>	102
<u>APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO</u>	109
<u>ANÁLISIS DE LOS ANTECEDENTES RECOGIDOS EN LAS ENTREVISTAS</u>	116
<u>CONCLUSIONES</u>	142
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	147
<u>CITAS</u>	150
<u>ENTREVISTAS</u>	154
<u>INDICE GENERAL</u>	157