

IDENTIDAD Y ACTORES SOCIALES LA IMAGEN DE LA TELEFONICA

HISTORIA

La Telefónica ha tenido tres identidades gráficas puestas en marcha en 1924, en 1983 y en 1993. Los cambios de imagen se han producido en determinados momentos, cuyo significado se intentará descifrar. Para evaluar ese significado y situarlos en su contexto es necesario tener una perspectiva del desarrollo histórico de la entidad, con el fin de localizar la confluencia de circunstancias y la oportunidad de los cambios de imagen, y poder eventualmente aislar los factores que los han determinado.

Primer periodo: la prehistoria

El 12 de marzo de 1877 realiza Alexander Grahamm Bell las primeras demostraciones de su invento. En ese mismo año se realiza la primera comunicación con La Habana, entonces provincia española de ultramar, y **la Dirección De Telégrafos de Madrid realiza en Barcelona las primeras pruebas en diciembre de ese mismo año**, a pesar de que la patente de Bell no es reconocida legalmente como la única válida hasta 1879. Incluso España bate el récord de distancia en 1880. Estos hechos manifiestan el talante progresista del país en esos años, a la vez que anuncia el buen lugar que la industria de las telecomunicaciones iba a ocupar en el futuro con respecto al resto de los países.

La reglamentación inicial del servicio corresponde al gobierno de Sagasta. En 1882 se autoriza al Ministerio de la Gobernación a establecer una red telefónica en España concediendo a particulares o compañías el establecimiento de la explotación (real decreto de 16 de agosto de 1882).

Por decreto de 11 de agosto de 1884 **el Estado se reserva la explotación** del servicio telefónico, valiéndose de los funcionarios del cuerpo de telégrafos. A pesar de la naturaleza estatal del servicio, se autoriza a particulares y Ayuntamientos a tender redes de manera subsidiaria. En 1885 se instala en Madrid el primer servicio público telefónico por el Estado. Pero en 1886 vuelve a vender la red telefónica de Madrid a D. Ivo Bosch y Puig y la **Sociedad de Teléfonos de Madrid** se hace cargo de la explotación.

En Barcelona ocurre lo mismo a favor de la Sociedad Española de Electricidad.

En 1890 se establece un sistema mixto, y ese mismo año se crea la Sociedad General de Teléfonos, que adquiere inmediatamente la red telefónica de Barcelona. En 1894 se funda la Compañía Peninsular de Teléfonos, que va absorbiendo a otros concesionarios hasta constituir en 1924 el núcleo de la nueva Compañía Telefónica Nacional de España.

La situación anterior lleva a la multiplicación y diversidad de redes, con un caos de sistemas no comunicados y variedad de tarifas y cánones. En 1915, con Alfonso XIII, se opera una primera organización al centralizar las explotaciones a través de organismos de administración local y provincial. Bien por la finalización de concesiones, bien por las dificultades de funcionamientos de algunas, **en 1924** Primo de Rivera adopta la decisión de entregar la concesión total a una sola compañía. El 19 de abril se constituye la **Compañía Telefónica Nacional de España**, con quien el

mismo año se contrata la organización, reforma y ampliación del servicio telefónico español, frente a propuestas de compañías extranjeras.

Segundo período: las guerras

Desde 1936 a 1941 la CTNE no presenta memoria de actuación, y como consecuencia de la Guerra Civil los años siguientes reflejan los avatares de la política nacional, tanto interior como exterior, hasta culminar en **1945** con la **nacionalización de la Compañía** mediante la compra de las acciones de compañías extranjeras, en particular de la ITT, quien pasa a contratar, junto con otras empresas, servicios de asesoría y de suministro de materiales. Y en 1946 se suscribe **un nuevo contrato de concesión en favor de la CTNE**. El servicio interno y externo se va ampliando durante el régimen de autarquía económica, a pesar de las dificultades de suministro consiguientes a la Segunda Guerra Mundial.

Tercer periodo: despegue y desarrollo

Los años sesenta marcan el despegue industrial español, a partir del plan de estabilización, el diseño de los planes de desarrollo y la reanudación de la política internacional, una vez cumplida la etapa de la autarquía económica. En 1965 la CTNE era **la primera empresa del país**. Reflejo de la situación económica y política anterior es la participación en planes y proyectos internacionales que inauguran la era de los satélites, mediante los conratos con la NASA en la estación de Maspalomas, y con la estación terrena de comunicaciones por satélite de Buitrago. Son los años de la primera televisión, de la transmisión vía satélite hasta Canarias, así como de la proliferación de modelos y colores de los terminales. El desarrollo llega hasta los años setenta, a comienzo de los cuales la crisis de energía marca una nueva etapa.

De los 70 a los 80

Hasta 1976 llega el despegue espectacular del servicio, año en que empiezan a desarrollarse elementos de crisis del sistema anterior a los que se añaden los de la crisis mundial. Sin embargo en los primeros años hay que resaltar la intervención de Telefónica en la industria, evitando la dependencia de un único proveedor y asegurando tecnologías propias (Intelsa, Ericsson, Telettra, Cables y Comunicaciones y Elasa). El desarrollo trajo como consecuencia el recurso al mercado de capitales. La caída de la demanda y del consumo y las tarifas dictadas por el gobierno redujeron los ingresos, aunque la contención salarial derivada de los pactos sociales equilibró la situación.

El cambio político

En **1982 el cambio político** llega con propósitos de modernización. La integración europea como meta trae consecuencias como la remodelación industrial y el reajuste económico, tras el cual un desarrollo general de la economía del país fuera de toda previsión desborda las posibilidades de servicio de la CTNE: el año 1988 marca el máximo de listas de espera. Ello es debido al citado proceso de modernización que aún no da sus frutos, y a las aventuras fuera de las fronteras nacionales, como exigencia de la competencia en el exterior. Se produce entonces una falla en la imagen externa, a pesar de tener una imagen recién estrenada y en plena implantación.

En **1987** se aprueba la **Ley de Ordenación de las Comunicaciones**, y como primera muestra de la liberalización del mercado pueden ser adquiridos los terminales telefónicos. Este mismo año se estrena la nueva denominación: **Telefónica de España, S.A.** En 1989 se afronta el problema de la pérdida de calidad del servicio, y en **el 1991 se revoca el contrato de 1946**, con el Estado, para adecuarlo a las nuevas circunstancias, con un vigencia de 30 años.

Los años 1992 y 93, Juegos Olímpicos, Exposición Universal y Jacobeo, marcan el nivel y la capacidad de la Telefónica, junto con su presencia dominante en el mercado sudamericano.

La actualidad

En la actualidad las redes de infraestructura de la Telefónica satisfacen no sólo la tradicional necesidad de comunicación telefónica verbal, sino una diversidad de servicios que no se corresponde con la imagen tradicional: fax, transmisión de datos, videoconferencia, televisión...

El reciente cambio de imagen, en 1993 quiere poner de relieve estos hechos.

La oportunidad de los cambios

Hay momentos en la historia de la Telefónica que podrían calificarse de importantes desde el punto de vista de la imagen corporativa, y que de manera sucinta serían los siguientes:

1924: Constitución de la CTNE y firma del primer contrato con el Estado

1945: nacionalización, por compra de acciones a la ITT

1946: nuevo contrato con el Estado

1988: Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones. “Telefónica de España”

1991: nuevo contrato con el Estado

Como puede apreciarse ha habido tres contratos con el Estado, factor no por lógico y esperado menos importante, puesto que constituye un elemento definitorio de la acción de la Compañía. Y dos intervenciones en la estructura empresarial, como son la nacionalización en 1946 y la liberalización en 1988, con la consiguiente pérdida de parte del monopolio.

Como puede verse sólo la primera imagen, de 1924, se corresponde con un hecho histórico notable: la constitución de la Compañía. Las otras dos podría decirse que, sin coincidir con una fecha notable, podrían ser consiguientes a los sucesos destacados, lo que de momento no expresa ningún elemento de causalidad.

Si de una manera sintética hiciéramos una clasificación de posibles factores que pudieran justificar un cambio de imagen, encontraríamos como importantes:

- cambios jurídicos, generados desde el interior o inducidos por acciones externas, tales como el cambio de titularidad, las fusiones...
- cambios estructurales, por ampliación o pérdida de funciones ...
- cambios políticos: que, aún generando consecuencias asignables a los apartados anteriores, también podrían inducir movimientos de posicionamiento, o podrían utilizar la entidad en cuestión para manifestar opciones del poder político, no inherentes a la estructura empresarial en sí misma.
- cambios de organización interna: creación de ramas, holdings, descentralización... que enlazarían con la primera clasificación en cuanto a concepto, diferenciándose en grado.
- cambios estratégicos: políticas de ventas, de atención al cliente, nuevos desarrollos de productos, incursión en nuevos campos empresariales o territoriales...

Los dos polos de esta clasificación van desde los más formales e imperativos a los más eventuales y optativos, desde los más heterónomos a los más autónomos, desde el objeto real hasta lo más situado en los territorios del deseo. Y muy especialmente hay que decir que la clasificación va en el sentido de mayor a menor legitimación del papel de actor en el escenario social.

De acuerdo con lo anterior, **la primera imagen**, la de 1924, correspondía plenamente a una situación de facto de las más fuertemente justificativas de la introducción de una imagen visual, aunque en aquella época ni la problemática ni la moda de la identidad corporativa estaba inaugurada en España. Sin embargo hubiera sido absolutamente lógico, con la lógica de la teoría de la identidad corporativa actual, un cambio de imagen en 1945, con la nacionalización de la Compañía.

El **segundo cambio de imagen** producido en 1983 parece ser plenamente motivado por el cambio político, lo cual debe ser considerado no obstante en su verdadero valor.

El cambio político significó un cambio no sólo de alternancia en el poder sino un cambio histórico. Por una parte volvía un gobierno de izquierdas, tras cincuenta y seis años en que un doloroso truncamiento cambió la vida política en España. Pero además volvía dentro de un régimen democrático, incipiente, pero con suficiente base ciudadana como para que se aceptase desde todas las posiciones, incluidos poderes fácticos. Aunque el hecho es importante sigue siendo un factor exógeno y de menor valor justificativo del cambio de imagen. De no ser por el hecho de que las características especiales de una empresa participada por el Estado hacen que se posibilite, y justifique, el que el Gobierno, no el Estado, se manifiesten a través de ella. Y esto acerca el cambio de imagen, aunque no sea sino metafóricamente, a la primera de las motivaciones. En síntesis podría decirse que el cambio de imagen de 1983, aunque rodeado de múltiples interpretaciones posibles, obedece a la tipología propia de la entidad, situable entre los actores institucionales y los comerciales.

Entre el segundo y tercer cambio de imagen visual se suceden hechos destacables que pueden seguirse año a año en las Memorias, sin que la opción de dicho cambio pueda atribuirse a un acontecimiento crucial reconocible a través de ellas:

1985: salida a la Bolsa internacional. Medidas financieras saneadoras.

1986: descentralización provincial

1987: desaparición del sistema de canon. Diversificación de proveedores. Cambio de denominación.

1988: por primera vez oferta superior a la demanda (**no se cita la LOT**).

1989: plan estratégico quinquenal

1990: anuncio de liberalización, alusión a la “soberanía del cliente”

1991: **nuevo contrato con el Estado**. Se separa la regulación de las telecomunicaciones de la explotación, por norma de la CEE.

1992: cierre del ciclo de expansión. Aumento de dividendos después del estancamiento.

1993: eliminación de la lista de espera. Tarifa explicada. Bajada de la demanda. Plena autofinanciación.

El tercer cambio de imagen, en 1993, debería haber obedecido objetivamente a un factor determinante para la Compañía como empresa, tal como la obligada liberalización del mercado. Los cambios en la tecnología pudieran ser también un factor incidente en la organización de la empresa y sus servicios, pero no en su carácter de actor social. Además no existe en esa fecha un hecho notable referido al cambio tecnológico, como pudiera haber sido la primera comunicación con América en 1928, la implantación de las estaciones de Maspalomas y Buitrago, la entrada en servicio de la Red Especial de Transmisión de Datos de Europa... Sin embargo el cambio de imagen se opera en 1993, a los cinco años de la LOT y del cambio de denominación, a los dos años de la firma del nuevo contrato, cuya fecha era previamente conocida, y una vez pasados unos acontecimientos señeros en el mundo de las comunicaciones nacionales, como fueron los eventos de 1992.

Todo lo anterior aboga por situar las motivaciones del cambio de imagen visual de 1993 como cambio de tipo estratégico. Este tipo de cambios son típicos de una desviación de la realidad de la identidad corporativa hacia el campo de la publicidad, hacia el establecimiento de la competencia en el terreno de los intangibles, de la imagen