

La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina. Un Estudio Comparativo entre las Ciudades del Interior: Córdoba, Rosario y Mendoza.1990 – 2010. Primera Aproximación

A concentração da propriedade dos meios de comunicação na Argentina. Um Estudo Comparativo entre cidades do interior: Córdoba, Rosario e Mendoza. De 1990 a 2010. Primeira Abordagem

The concentration of ownership of the Media in Argentina. A Comparative Study between inner cities: Córdoba, Rosario and Mendoza. From 1990 to 2010. First Approach

Tamara Smerling

Licenciada en Comunicación por la Universidad Nacional de Rosario. Posgrado en Planificación y Gestión de Medios de Comunicación y Magíster en Periodismo por la Universidad de Buenos Aires. Estudiante de Doctorado de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y becaria de CONICET por el Instituto de Estudios de América latina y el Caribe, de la Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires, Argentina
E-mail: tamarasmerling@gmail.com.

Resumo:

O seguinte é uma prévia da pesquisa do doutorado "A concentração da propriedade dos meios de comunicação na Argentina: um estudo comparativo das cidades do interior: Córdoba, Mendoza e Rosario. 1990 – 2010", que tentam analisar o processo de concentração da propriedade de meios de comunicação em todas as grandes cidades da Argentina, no período coberto 1990-2010 e seu impacto sobre pluralismo e à pluralidade de informações. Um dos objetivos principais do meu estudo é estabelecer uma matriz comparativa do processo de concentração dos meios de propriedade entre grupos Clarín, Um e Cadeia 3.

Palavras Chave:

Mídia, Comunicação, Concentração, Interior, Argentina.

Resumen:

El siguiente es un avance de la investigación doctoral "La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina: Un Estudio Comparativo entre las Ciudades del Interior: Córdoba, Mendoza y Rosario. 1990 – 2010", donde intento analizar el proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en las principales ciudades de la Argentina, en el periodo que comprende de 1990 a 2010 y su impacto sobre el pluralismo de medios y la pluralidad informativa. Uno de los principales objetivos de mi estudio es establecer una matriz comparativa de ese proceso de concentración de la propiedad de medios entre los grupos Clarín, Uno y Cadena 3.

Palabras Clave:

Medios, Comunicación, Concentración, Interior, Argentina.

Abstract:

The following is a preview of PhD research "The concentration of ownership of the Media in Argentina: a comparative study of the inner cities: Córdoba, Mendoza and Rosario. 1990 – 2010", which attempt to analyze the process of concentration of ownership of media in all major cities of Argentina, in the period covered from 1990 to 2010 and its impact on media pluralism and plurality of information. One of the main objectives of my study is to establish a comparative matrix of the process of concentration of media ownership among groups Clarín, Uno and Cadena 3.

Keywords:

Media, Communication, Concentration, Interior, Argentina.

Una Breve Presentación

La propuesta de este trabajo es presentar el avance de mi investigación, «La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina. Un Estudio Comparativo entre las Ciudades del Interior: Córdoba, Rosario y Mendoza. 1990 – 2010», dirigida por Damián Loreti y Guillermo Mastrini, que forma parte de la tesis del doctorado en Ciencias Sociales que realicé en la Universidad Nacional de Quilmes. Se trata de una tarea que comencé en la Maestría de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, donde indagué en la propiedad de los medios en Rosario desde 1997, cuando el Grupo Uno llegó a la ciudad y centralizó todas las empresas de comunicación. Ese trabajo fue titulado: «Diez años de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Rosario: del Decano de la Prensa Argentina al Multimedio La Capital. 1997 / 2007» y fue dirigido por el doctor Martín Becerra en 2009.

La denominada Economía Política de la Comunicación o Economía Crítica de la Cultura y la Comunicación –como prefiere llamarla Ramón Zallo, uno de los pioneros en este tipo de investigaciones– servirá de marco para mi trabajo. Me resulta relevante porque analiza la comunicación desde su devenir económico y político y también porque entiende a los medios de comunicación en tanto industrias culturales. Será, mediante este paradigma, donde podré soslayar determinados aspectos de la Comunicación que me interesan desentrañar en la presente investigación. En mi nuevo estudio lo que me propongo indagar entonces es el proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en las principales ciudades del Interior de la Argentina: esto es, Córdoba, Rosario y Mendoza, en un periodo que abarca desde 1990 hasta 2010.

En la mayor parte de los casos, los trabajos de investigación sobre los temas de la propiedad de los medios de comunicación remiten al análisis de la estructura nacional de determinados países. Muchos menos son los estudios que han generado una dimensión comparativa del proceso de concentración a escala regional. Sin embargo, las investigaciones que han constituido una referencia principal para este trabajo son las que realizaron sobre los países de América latina, durante 2000 y 2004, Guillermo Mastrini y Martín Becerra en trabajos como *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina* y *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI* para el Instituto Prensa y Sociedad.

El periodo que elegí para la investigación se justifica por las siguientes consideraciones:

En primer lugar, porque durante la década de 1990, la llegada de Carlos Menem a la presidencia de la Nación supuso una serie de cambios en la composición accionaria de la mayor parte de los grupos de comunicación en la Argentina. Los capitales extranjeros fueron un eje primordial en este nuevo fenómeno. Los canales de televisión fueron privatizados, se desregularon los servicios de comunicación, se incrementaron los grupos de comunicación y se produjo una centralización inédita hasta entonces en ese capital accionario. Es por esto que decidí tomar, a modo de punto de partida para la presente investigación, el final del gobierno de Raúl Alfonsín y el comienzo de la presidencia de Carlos Menem

como inicio del trabajo. En segundo lugar, ese lapso no solo implicó una gran cantidad de cambios en la concepción y la regulación de los medios de comunicación en la Argentina. También se produjeron una serie de mutaciones tecnológicas, sociales y culturales de gran envergadura que permitieron una transformación total de las empresas de medios y su rol en el mercado.

En tercer lugar y, por último, el punto final de la investigación fue cerrado en el 2010, por erigirse como el año donde se terminó de dar un cambio radical en la concepción de los medios de comunicación y en los distintos roles que asumió el Estado en materia de información durante los últimos veinte años. La aprobación, por parte de la Cámara de Diputados y Senadores de la Nación, de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual —la denominada Ley de Medios—, dispuso un nuevo escenario en las comunicaciones de la Argentina. El 1° de Septiembre de 2010, fue la presidenta Cristina Fernández de Kirchner quien firmó el Decreto 1.225 con la reglamentación de la ley. La nueva norma especifica que uno de sus objetivos es “garantizar la libertad de expresión en todas sus modalidades”. Pese a esto, como veremos a lo largo de nuestro trabajo —y en la comprobación de las principales hipótesis— aún falta un camino por recorrer para la implementación efectiva de la norma.

La elección de las ciudades tampoco es aleatoria. Córdoba, Rosario y Mendoza, las principales ciudades del Interior del país y también las que reúnen la mayor cantidad de habitantes en sus áreas urbanas y metropolitanas después de Buenos Aires, fueron localidades donde, hasta 1990, se presentaba un panorama de medios de comunicación relativamente diversificados, donde la prensa era el faro que iluminaba las agendas del resto de los medios de comunicación como la radio o la televisión. La prensa local, marcada por la impronta de las principales familias, tradicionales, de la ciudad, se erigió durante muchos años como la cabecera de los medios con una serie de periódicos hegemónicos: La Voz del Interior (en el caso de Córdoba), La Capital (en Rosario, el primer diario de la Argentina, fundado en 1867) y Los Andes (en Mendoza), una serie de periódicos que sólo se dejaban opacar por algunos otros diarios satélite, de menor continuidad en el tiempo, menos poderosos y sin el componente fuerte de la tradición familiar como La Mañana, El Ciudadano y El Sol.

El panorama de medios locales se completó, durante todos estos años, con las principales estaciones de radio y televisión locales que replican las programaciones de los canales de aire o los portales de Internet de Buenos Aires. Justamente, según indagaciones del mismo COMFER, en un estudio que realizaron sobre la programación de los canales de cada una de las provincias, en 2001, la retransmisión de programas originados en Buenos Aires en 34 estaciones provinciales ascendía al 76 por ciento. Estos canales producían o coproducían sólo el 14 por ciento de la programación emitida; principalmente, informativos. Las producciones de ficciones en los canales provinciales, por otra parte, era completamente nula y, según este mismo estudio, casi el 40 por ciento del territorio era aún inaccesible para el sistema abierto de televisión. Estamos en condiciones de afirmar que, diez años después de aquella investigación, esta situación no varió y que los canales de aire locales continúan emitiendo la programación de Telefé o Canal 13, sin contar los enlatados de otros canales de Buenos Aires como América TV o Canal 9.

También, en una entrevista realizada por esta autora, el gerente de la Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina (ADIRA), Felipe Videla, reconoció que los denominados diarios "nacionales" no distan mucho de las características de los diarios considerados como "del interior". Videla, al respecto, menciona: "Una de nuestras peleas más importantes dentro de la Asociación es dejar en claro que los diarios de Buenos Aires no son la prensa nacional y los diarios del Interior la prensa pequeña. Los diarios nacionales no existen. En todo caso es cierto que los diarios que se editan en Buenos Aires llegan a muchos lugares del Interior, pero en todo caso son la tercera o cuarta opción de un lector. Si se compara el Índice de Localismo, que es la relación que existe entre los diarios locales con relación a otros regionales del país o de Buenos Aires, el periódico local siempre tiene un promedio del 90 por ciento de circulación que el resto de los periódicos. En Córdoba, por ejemplo, el 90 por ciento de los lectores se inclina por La Voz del Interior, El Puntual de Río Cuarto o La Voz de San Francisco. El otro 10 por ciento se reparte entre diarios como Clarín o La Nación. Es decir que estos diarios que se autodenominan 'nacionales' en el Interior son periódicos de segunda, de tercera o de cuarta. Como decía un periodista de New York Time: 'Todos los diarios del mundo son locales'".

Un Mapa de la Concentración de Medios en el Interior

La llegada de la última década del siglo XX, además de este panorama, también trajo aparejados una gran cantidad de cambios operacionales, corporativos, tecnológicos y de recursos en ese mapa de medios de comunicación. El principal fenómeno se dio a partir de la concentración, inédita hasta entonces, de la propiedad de las empresas de comunicación. El impacto que esto produjo sobre el pluralismo de medios y la pluralidad de la información también será importante de corroborar en el trabajo. Lo que busco es establecer un marco comparativo de ese proceso de concentración de la propiedad de medios de comunicación entre los principales grupos (Grupo Clarín, Grupo Uno, Cadena 3) y también realizar una genealogía de los medios de comunicación en las principales ciudades de la Argentina antes de las fusiones de estos grupos a partir de la década del 90.

La propuesta es, entonces, describir el proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación en las principales ciudades de la Argentina a través de las siguientes variables: propiedad de los medios de comunicación, aparición y desaparición de medios de comunicación, si es posible también sondear qué sucede en el mercado laboral de sus trabajadores y establecer cuáles son los tipos de concentración que se manifiestan en la propiedad de los medios de estas localidades. Si bien existen trabajos e investigaciones que preceden a esta investigación y que abordan los procesos de concentración en la propiedad de los medios de comunicación, el pluralismo en los medios y la pluralidad de la información en casos particulares –como el Grupo Cisneros en Venezuela, el Grupo Clarín en Argentina o la cadena O Globo en Brasil– la particularidad de este estudio radica en indagar el proceso de concentración en la propiedad de los medios de comunicación en las principales ciudades del Interior de la Argentina, un objeto que aún no fue tratado

con la debida magnitud.

En el caso de Rosario, que trabajé en la Maestría, puedo decir que el proceso de concentración se dio a partir de 1997 con la llegada del Grupo Uno. Ese fenómeno se presenta como inédito en el mapa de medios de comunicación en la Argentina, porque un solo grupo de comunicación concentra el 80 por ciento de la propiedad de los medios en la segunda ciudad más importante de la Argentina. En Córdoba, también sucede algo muy similar, sólo que allí permanecen dos grandes grupos de comunicación: El Grupo Clarín por una parte, Cadena 3 por el otro. Los principales diarios, La Voz del Interior y Día a Día pertenecen al Grupo Clarín a través de una sociedad anónima denominada CIMECO, mientras que otros más pequeños y de menor tirada, como Comercio y Justicia, se trata de un diario especializado, por suscripción, que fue recuperado por sus trabajadores y se transformó en una cooperativa.

Un colega, Santiago Martínez Luque, investigó algunas dimensiones de la radio de Córdoba y los procesos y las transformaciones que sufrió este medio durante los últimos años con su trabajo "Notas sobre la radio de Córdoba: Continuidades y Transformaciones de la última década". En este estudio, Martínez Luque asegura –mediante datos públicos y aceptados por distintos referentes– que los dos grupos más importantes, Cadena 3 (AM 700, FM 106.9, FM Popular y FM Córdoba) y el Grupo Clarín –Mitre Córdoba (AM 810 Mitre Córdoba, FM Mitre Córdoba, FM Mía, FM La 100) concentran más del 65 por ciento de las audiencias y más del 80 por ciento de la facturación publicitaria de la segunda ciudad más importante de la Argentina después de Buenos Aires. Me compete, particularmente, a partir de mi propio trabajo, ver si esto que este investigador desarrolla en el ámbito de la radio, se repite en otros medios de comunicación como la televisión, la prensa gráfica o el cable.

En Mendoza, el panorama, no es muy diferente. El Grupo Clarín controla el principal periódico, los canales locales repiten las señales de Buenos Aires (como ya señalamos anteriormente) y el resto de los medios de comunicación está dirigido por el Grupo Uno. Según los parámetros del Coeficiente de Concentración de Medios (CR4), presentado por Guillermo Mastrini y Martín Becerra, cuando los primeros cuatro actores concentran el 50 por ciento de la facturación y de la audiencia se puede hablar de un mercado altamente concentrado. En ese marco, a partir de los datos mencionados, una de nuestras principales hipótesis es que el grado de concentración del mercado de medios de comunicación en el Interior del país es extremadamente alto.

En ese sentido, puede registrarse material de lectura o investigaciones sobre la problemática que retratan las grandes fusiones y adquisiciones de las corporaciones que tienen como principal escenario de transformaciones a Buenos Aires y que, sin embargo, no reflejen los intensos movimientos que sufrieron los medios de comunicación en el Interior de la Argentina en las últimas décadas. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual pone límites a las lógicas de concentración desarrolladas durante la década del 90 en el sector de la televisión abierta, el cable o la radio. Sin embargo, no contempla la prensa gráfica. Entre sus principales mecanismos, "establece límites de cantidades de licencias, así como de cuotas de mercado, para un mismo prestatario, promueve la producción nacional y local.

Sin embargo, las cláusulas de desinversión aún no fueron implementadas en su totalidad y este artículo está frenado por amparos judiciales y es quizás el más controvertido de toda la ley, ya que establece el plazo de un año, tras la aprobación, para la adecuación de las empresas mediáticas al límite de licencias”.

En definitiva, esta investigación se propone ayudar a pensar un mapa de las comunicaciones en el Interior de la Argentina, determinar qué regulaciones son necesarias y qué adecuaciones más específicas serán pertinentes entonces para lograr una mejor democratización de nuestros medios. Quizás porque como dice Washington Uranga, el hecho de pensar las políticas de comunicación hoy no tiene solamente tiene relación con aquello que llamamos estrictamente comunicación. En todo caso, asegura, “pensar las políticas de comunicación significa, hoy, pensar la transversalidad de lo comunicacional en las políticas públicas. Es pensar la transversalidad de lo comunicacional en lo educativo, en la salud, en el medio ambiente, en la vivienda, en la calidad de vida”.

Bibliografía

Libros

Albornoz, L. (2011). Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación. Buenos Aires: Paidós. Biblioteca Estudios de Comunicación.

Anguita, E. (2002), Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información. Buenos Aires: Colihue, Encrucijadas.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006). Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Buenos Aires: Prometeo.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2009). Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI. Buenos Aires: Prometeo.

Horvath, Ricardo (1986). La trama secreta de la radiodifusión argentina. Buenos Aires: Editorial Unidad.

Loreti, D. (1995). El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas. Buenos Aires: Paidós.

Mastrini, G. (Ed.) (2009). Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2007), segunda edición ampliada. Buenos Aires: La Crujía.

Capítulos de Libros

Branchuk, M. (2010). “Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comu-

nicaciones)". En Ley 26. 522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos, Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2001), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala". En Quirós Fernández, Fernando y Francisco Sierra Caballero (eds), *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.

Becerra, M., Hernández, P. y Postolski, G. (2003). "La concentración de las industrias culturales". En *Industrias culturales: mercado y políticas en Argentina*. Ediciones Ciccus y Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2004). "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias info-comunicacionales ante la Sociedad de la Información". En *Telos Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* nº61, Fundación Telefónica, Madrid.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006). "Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano". En *Cuaderno de la Información y Comunicación*, Volumen 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Becerra, M. y Mastrini, G. (2007). *La concentración mediática argentina: De eso no se habla*. En Informe 2007 del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), Buenos Aires.

Herscovici, Alain (1999). "Economía Política de la comunicación y la cultura: una presentación". En Mastrini, Guillermo y César Bolaño (Eds.) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*, Biblos, Buenos Aires.

Artículos de Revistas Científicas

Amado Suárez, A. (2004). "Los medios en las crisis: la Prensa Argentina después del 2002". *Revista Científica de la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales (UCES)*. Volumen VIII, Número 2, Buenos Aires.

Llorens Maluquer, C. (2003). "La concentración de medios", *Quaderns del CAC*, ISSN 1138-9761, Nº. 16, 2003, Barcelona.

Mastrini, G., y Aguerre, C. (2007). "Muchos problemas para pocas voces. La regulación de la Comunicación en el Siglo XXI". *Revista Diálogo Político*. Publicación trimestral de la Konrad-Adenauer-Stiftung A. C. Año XXIV - Nº 3.

Monje, D. (2006). "Apuntes para el estudio de Políticas de Radio y TV frente a procesos de integración regional. Caso MERCOSUR". *UNIrevista*, Volumen 1, N ° 3. ISSN 1809-4651.

Valdettaro, S. (2009). "Rosario: Una Monstruosidad Socialista". *Revista Lis - Letra, Imagen y Sonido, Ciudad Mediatizada*, Año 2, Número 4, Julio – Diciembre de 2009, UBACyT,

Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Ponencia de Congreso

Bustelo, G. (2007). "Preponderancia de la prensa gráfica en la instalación de temáticas respecto de la televisión en Mendoza". Memorias de las XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.

Martínez Luque, S. (2008). "Cadena 3 y FM Popular: surgimiento y consolidación de una propuesta para 'segmentos' populares". XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "Nuevos escenarios y lenguajes convergentes". Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Mimeo.

Martínez Luque, Santiago (2011). "Notas sobre la radio en Córdoba: Continuidades y Transformaciones de la última década". XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. "Recorridos de Comunicación y Cultura. Repensando prácticas y procesos". Río Cuarto, Córdoba. Mimeo.

Manuscrito No Publicado

Postolski, Glenn, Ana Santucho y Daniel Rodríguez (2004). "Las alambradas mediáticas. La concentración de la propiedad y sus consecuencias sobre el empleo en prensa". Observatorio Político, Social y Cultural de los Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), Buenos Aires. Mimeo.

Recursos Electrónicos

Becerra, M. y Mastrini, G. (2006). "La economía política de la comunicación vista desde América Latina". Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Dezembro de 2006 - 2/20, www.compos.com.br/e-compos

Martínez Luque, S. (2006). "Cadena 3. Estrategias de crecimiento y organización de un medio local con proyección nacional". Revista Astrolabio, Número 3, ISSN 1668-7515, Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, <http://www.astro-labio.unc.edu.ar/articulos/comunicacion/articulos/martinezluque.php>

Tesis

Albornoz, L. A. (2005). "Los diarios online de información general. El caso de los grandes periódicos en español". Tesis de Doctorado. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Almiron Roig, Núria (2007). Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Tesis doctoral por Universitat Autònoma de Barcelona, España.

Califano, B. (2007). "Medios y Políticas de Comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007)". Tesis de grado. Tutor: Guillermo Mastrini. Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. En:

Lafuente, J (S/R). "Periodismo y poder en Rosario". Tesis de grado. Tutor: Alfredo Montenegro. Archivo de la biblioteca de la Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.

Llorens Maluquer, C. (2001). Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea. Universitat UAB, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Àrea de coneixement Ciències Socials.

Smerling, T. (2009). "Diez Años de Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en Rosario: Del Decano de la Prensa Argentina al Multimedios La Capital". Tesis de Maestría en Periodismo, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Director: Martín Becerra.