



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Smerling, Tamara

La concentración de la propiedad de los medios en Rosario: 1997 / 2007

La Trama de la Comunicación, vol. 16, 2012, pp. 177-188

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927337011>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La concentración de la propiedad de los medios en Rosario: 1997 / 2007

Por Tamara Smerling

Magister en Periodismo FSOC-UBA (tamarasmerling@gmail.com)

SUMARIO:

Este trabajo propone un acercamiento al proceso de concentración de la propiedad de los medios de comunicación que se produjo en Rosario durante la última década. Esa situación, que se dio a partir de 1997, cuando se produjo la llegada del Grupo Uno –que logró unificar una decena de empresas, en una localidad habitada por un millón y medio de personas—, demuestra una importante relación con el poder político y económico, lo que genera una tensión permanente con la libertad de expresión, la pluralidad de voces y el derecho a la información de la población. Si bien el fenómeno de la concentración de la propiedad de los medios no es nuevo en América latina, se trata de una problemática que se agudizó en las últimas décadas del siglo XX y principios del siglo XXI. El debate acerca de la centralización de los medios y cómo esto afecta a la pluralidad de la información y al pluralismo de medios –y por eso a la libertad de expresión, un derecho fundamental rubricado en todas las declaraciones universales– merece una discusión urgente.

DESCRIPTORES:

Medios, Concentración, Rosario, Monopolio, Grupo Uno

SUMMARY:

This project examines the process of monopolization of mass media in Rosario since 1997 with the arrival of Group One. Since then, the city, inhabited by one and a half million people, has a dozen media companies centralized by the Mendoza media firm. This situation, which is closely related to political and economic power, generates a tension with freedom of speech, plurality of voices and the right of learn of an entire population. Although the phenomenon of concentration of ownership of media is not new, the process has exacerbated in the last two decades of the twentieth century and early twenty-first century. In that sense, the debate between the centralization of media ownership and how it affects the diversity and plurality of information—and thus to freedom of expression, a fundamental right in all the universal declarations, is a current discussion between those who believe the concentration is critical as those who extol its benefits.

DESCRIBERS:

Media, Concentration, Rosario, monopoly, Group One

"En pocas industrias el nivel de concentración ha sido tan asombroso como en los medios de comunicación"

Robert McChesney

En 1906, casi a principios del siglo pasado, la Ciudad de Rosario contaba con 150.686 habitantes. Durante ese año, además de los diarios que circulaban por la ciudad como *La Capital* –que en 1905 ofrecía 16 páginas y al año siguiente duplicaba la cantidad de pliegos y presentaba su primer suplemento ilustrado con portada a todo color—también se repartían *La República*, *El Heraldo*, *El Siglo*, *La Defensa Popular*, salieron a la calle los semanarios *El Hombre Nuevo*, *Juan Tenorio* y *El Constructor*, y los periódicos *Futuro*, *El Guante Blanco*, *Nuevas Brisas*, *El Rodeo* y *El Empleado Comercial*. En 1923 llegó la radio –con la primera estación del interior del país– y recién durante la década del cincuenta fue el turno de la televisión. Un siglo después, el mapa de los medios de comunicación de la ciudad es bien distinto. Un millón y medio de habitantes se informa sólo a través de tres diarios –*La Capital*, *El Ciudadano* y el suplemento *Rosario/12*, los dos primeros pertenecen a un mismo grupo económico–, la situación de los medios audiovisuales no se diferencia de la prensa gráfica, porque de cuatro radios de amplitud modulada –LT8, LT3, LT2 y Radio Nacional–, las dos primeras comparten gerenciamiento por parte del Multimedios La Capital, mientras que Radio Dos pertenece a la empresa Litoral SA y la última al Estado nacional. Los canales de aire repiten la programación de las señales de Buenos Aires, a excepción de Canal 7 que se transmite en directo y está a cargo del Estado nacional. Esta investigación, por todo esto, bucea en el proceso y las condiciones que se dieron durante la última década en Rosario, que posibilitaron que en un marco previo de medios plurales y diversificados se consolidara la concentración de la propiedad de los medios en un único grupo de comunicación, con la llegada del Grupo Uno en 1997, dando paso a un proceso de cen-

tralización de la propiedad inédito hasta entonces en los medios de comunicación de la Argentina.

El trabajo que llevamos adelante bucea en las relaciones de fuerzas entre los medios de comunicación, los poderes políticos, económicos y la misma sociedad, sumados a la tensión permanente con la libertad de expresión, la pluralidad de voces, el pluralismo de medios, la labor de los trabajadores y el deber de informarse que tiene la población, porque, como asegura Armand Mattelart "no puede haber diversidad cultural sin diversidad mediática". Este artículo es parte de un trabajo de investigación que realizamos con la tesis «Diez años de Concentración de la Propiedad de los Medios en Rosario: del decano de la prensa argentina al Multimedios La Capital. 1997-2007», para la Maestría de Periodismo de la Universidad de Buenos Aires, que fue dirigida por Martín Becerra; y que continúa con el trabajo «La Concentración de la Propiedad de los Medios de Comunicación en la Argentina: Un Estudio Comparativo entre los Grupos del Interior: Clarín, Uno y Cadena 3. 1990 – 2010», que dirigen Damián Loletti y Guillermo Mastrini, en el Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Nacional de Quilmes. En ese sentido es que nos interesa realizar una breve historización del Grupo Uno y algunas de las hipótesis que poseemos como punto de partida en las investigaciones son:

- La tolerancia del estamento político, social y económico hacia la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en los ámbitos nacionales, provinciales y municipales, que atentan contra la pluralidad informativa, la diversidad cultural y el pluralismo de los medios de comunicación en Rosario.
- La falta de pluralidad informativa y de pluralismo en los medios, además de traspasar las normas más básicas de libertad de expresión, arremeten contra el empleo en prensa y, en ese sentido, envilecen la precariedad laboral de sus trabajadores.
- La concentración de la propiedad de los medios de

comunicación de la ciudad de Rosario desde la llegada del Grupo Uno en 1997 afecta el pluralismo de medios y la pluralidad informativa, en un fenómeno único que no se repite en otras ciudades y provincias del país.

- - Las normas vigentes en la jurisprudencia internacional y las legislaciones nacionales con relación a las prácticas de concentración de la propiedad de los medios de comunicación no se cumplen en la ciudad de Rosario.

Si bien existen trabajos 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 como el Grupo Cisneros en Venezuela, el Grupo Clarín en Argentina o la cadena O Globo en Brasil, la particularidad de nuestro estudio radica en indagar el proceso de concentración en la propiedad de los medios de comunicación en Rosario, un objeto que hasta ahora no había sido abordado en su complejidad. El proceso que se dio en esta ciudad durante los últimos diez años se presenta como un fenómeno inédito en el mapa de la comunicación en la Argentina. Para el desarrollo de este trabajo nos basamos en investigaciones como la tesis de doctorado de Carles Llorens Maluquer, "Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea", de la Universidad Autónoma de Barcelona (Llorens, Maluquer: 2001); y los trabajos presentados por Martín Becerra y Guillermo Mastrini en revistas de comunicación como "La era de la concentración" (Becerra: 2004), "50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala" (Becerra, Mastrini: 2001) e "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias infocomunicacionales ante la Sociedad de la Información" (Becerra, Mastrini: 2004) y en investigaciones como *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales* en

América Latina (Becerra, Mastrini: 2006) y *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI* (Becerra, Mastrini: 2009).

El cuadro de indagación se completó con textos como "La prensa online: mayor pluralismo con interrogantes", de Luis Albornoz (Albornoz: 2003); y "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia", de Juan De Miguel (De Miguel: 2003); además de las investigaciones de Octavio Getino con relación a las industrias culturales en América Latina como *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración MERCOSUR* (Getino: 2006), los textos del Observatorio Político, Social y Cultural de Medios y el Área de Investigación de la UPTBA: "Las alambradas mediáticas. La concentración de la propiedad y sus consecuencias sobre el empleo en prensa" (Postolski-Santucho, Rodríguez: 2004) y el libro del escritor y periodista Eduardo Anguita, *Grandes hermanos. Alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información* (Anguita: 2002). Las publicaciones de Armand Mattelart –en particular *Historia de la sociedad de la información* (Mattelart: 2002)– y Juan Carlos Miguel de Bustos con *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos* (Miguel de Bustos: 1993), también en los estudios que realizaron Miguel de Bustos y Ferrán Tomás Olalla en los textos "Sobre pluralismo y diversidad" (Miguel de Bustos: 2004) y "Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales" (Olalla: 2004) en la revista *Zer de España*. Entre los análisis de casos serán de relevancia los trabajos sobre el grupo Clarín, TV Azteca, Cisneros y O Globo, en "Medios: concentración sin democracia", de Jenaro Villamil (Villamil: 2003) y "Repercusiones y cambios de las leyes de propiedad de medios de comunicación. El caso de Clear Channel Communications", de Ana Segovia Alonso (Segovia Alonso: 2004).

EL PROBLEMA DE LA CONCENTRACIÓN

Entre las nociones de concentración de la propiedad de los medios de comunicación podemos encontrar distintas definiciones y acepciones sobre el mismo término: en América Latina, los primeros estudios de los años sesenta, tipificaron la concentración como geográfica y económica. La primera hacía referencia a la centralización de la producción, distribución y consumo cultural de los grandes centros urbanos con relación al resto de las localidades; mientras que la segunda se vinculaba “con el complejo entramado de relaciones que tempranamente se estableció entre el poder político, el poder económico y los propietarios de los medios” (Mastrini, Becerra: 2006). Sin embargo, Carles Llorens Maluquer sostiene que, en realidad, cuando se habla de concentración se hace referencia a cinco fenómenos diferentes, cuatro de raíz económica y un quinto de carácter político: “Las operaciones de concentración o integración empresarial, la concentración de propiedad, la de mercado, la de audiencia y la centralización o acumulación de poder”. Aunque vale aclarar que estas tipificaciones se tratan de una diferenciación analítica, ya que las estrategias suelen ser combinadas y, en la práctica, lo son de manera usual. El investigador define a la concentración como integración empresarial al resultado de una estrategia de crecimiento externo por parte de una empresa, que sería realizado a través de fusiones, compras o la creación de una empresa conjunta. “Se basa en el comportamiento dinámico externo de las empresas, en su interacción con otras compañías que implican su control” (Llorens Maluquer: 2001).

A diferencia de la integración empresarial, pensada como un proceso dinámico de fusión de distintas empresas, la concentración de la propiedad no es más que el resultado de esa unión. De hecho, es ese proceso de integración empresarial el que produce la concentración de la propiedad, ya que es siempre difícil precisar quién “controla” la empresa. En tercer lugar,

en la concentración del mercado el análisis cambia de óptica y parte ya desde el mismo mercado, “de la posición más o menos dominante que determinadas empresas ocupen en él”. Este es el sentido que le imprime Sánchez Tabernero al presentar la concentración como “el incremento en la presencia de una empresa o de un reducido grupo de compañías de comunicación en cualquier mercado como consecuencia de varios procesos posibles: adquisiciones, fusiones, convenios con otras compañías o incluso la desaparición de sus competidores” (Sánchez Tabernero: 1993).

En cuarto lugar, Llorens define la concentración como aumento del poder global, “en el sentido que acrecienta el poder de influencia política o social de una o varias empresas del sector de medios derivado de su poder económico”. A su vez, dentro de la integración empresarial, siguiendo a Van Loon y Lange, Llorens determina los distintos casos que pueden presentar la concentración de la propiedad de los medios en sus distintas fases del proceso productivo o bien en la cantidad de mercados que abarquen: horizontal o monomedia (cuando una empresa o grupo controla varias unidades de producción de la misma fase del proceso productivo y en el mismo mercado), vertical (presente en varias fases del proceso productivo), multimedia (control de los distintos tipos de medios de comunicación), conglomerados (control de medios y de otros sectores económicos) e internacional (expansión a otros mercados nacionales). Miguel de Bustos simplifica el concepto de concentración y lo define como un proceso que, en un determinado conjunto, tiende a aumentar las dimensiones relativas o absolutas de las unidades presentes en él (De Bustos: 1993). Mastrini y Aguerre distinguen sólo tres posiciones: en primer lugar, una perspectiva liberal que no cuestiona los procesos de concentración salvo en casos de monopolio. En segundo lugar, la escuela crítica, que encuentra en la concentración de la propiedad uno de los principales mecanismos del capitalismo para

legitimarse. Y en tercer lugar, una posición intermedia, que no comparte esta crítica pero advierte sobre los riesgos de la concentración y reclama la participación estatal para limitarla (Mastrini, Aguerre: 2007).

Becerra determina dos facetas dentro de ese marco de concentración de la propiedad de los medios: por un lado los relacionados con los procesos productivos de las industrias de la información y comunicación como la "anulación de rutinas productivas, inauguración de otras con la secuela de cambios en habilidades y competencias profesionales necesarias para el trabajo; nuevos soportes, géneros y formatos; convergencia tecnológica y maximización del aprovechamiento de las diferentes etapas del proceso productivo de la noticia"; y por otro lado, la que ya mencionamos anteriormente y que refiere a la propiedad de los mismos: ese puñado de actores que controlan un amplio abanico de medios y, aprovechando las economías de escala y de gama, manifiestan su tendencia a ocupar posiciones dominantes en cada mercado. Respecto a la estructura del mercado de los medios de comunicación propiamente dicha existen distintas acepciones como monopolio (una única empresa domina el mercado), oligopolio (pocas empresas dominan el mercado), competencia monopolística (un mercado en el que parece haber muchos vendedores de un producto, pero en realidad existen pocos que compitan con productos diferenciados) y competencia perfecta (en el que hay tantos vendedores que ninguno tiene influencia sobre las acciones de los otros. Los productos son similares, no existen restricciones artificiales y existe libertad para entrar y salir del mercado) (Llorens Maquier: 2001).

Los investigadores del Observatorio Político y Social de la UTPBA consideran que la diferenciación puede darse en los distintos grupos económicos, según la observación de diversos criterios como el tamaño del grupo –al medir la cantidad de unidades de negocios (medios) que poseen–; el alcance o área geográfica

de influencia –local, regional, nacional–; los sectores de actividad en los que se desarrollan y el origen del capital que los compone (Postolski, Santucho, Rodríguez: 2004). En tanto que el relator especial para la Libertad de Expresión en América Latina refiere que la concentración es un fenómeno de naturaleza económica y le asigna aquellas empresas que no son reguladas y devienen en oligopolios o "en casos extremos, en monopolios". Así, en su informe de 2004 considera que la concentración encierra un fenómeno paradójico para la eficiencia de los mercados, ya que por una parte, reduce el número de participantes y, por el otro, permite la existencia de unidades económicas más grandes. El relator no olvida el costado político de la concentración al referir que si bien no se trata de un fenómeno nuevo dentro de las sociedades contemporáneas "lo nuevo es más bien 'la incestuosa relación que se ha desarrollado entre la política y los medios de comunicación social'. Los políticos usan (y abusan) de los medios para promocionar sus intereses políticos. Hoy, es virtualmente imposible conseguir el poder sin su ayuda. Los propietarios de los medios, de otro lado, utilizan su posición para promover y defender sus propios intereses políticos, tomando ventaja de los políticos de turno para hacer realidad sus propios intereses empresariales. Al responder pues quiénes son los grandes propietarios de los medios de comunicación responderemos la interrogante de quién maneja los hilos del poder".

También el Consejo de Europa evaluó los efectos positivos y negativos de la concentración en la propiedad y determinó que, como efectivos, la aglutinación permite economías de escala y amortizar los costos de producción gracias al acceso a una audiencia más amplia; el lanzamiento de nuevos productos o proyectos no directamente rentables que contribuyen a reforzar el pluralismo político y cultural, la salvación de ciertos medios amenazados de desaparición y, en consecuencia, a la manutención de la diversidad de

la oferta; a resistir la competencia internacional mediante la vigorización de grupos europeos; el acceso a fuentes de información por parte de empresas pequeñas que se integraron a un grupo de comunicación y con ello refuerzan la autonomía de los medios frente a presiones externas. Entre los efectos nocivos señalan el riesgo de control de un número importante de canales de información por una misma entidad; la no difusión de ciertas informaciones por ciertos medios cuando éstas no responden a los intereses de sus propietarios; disminución de las fuentes de información o uniformización de los contenidos; las tentativas de exclusión del mercado de nuevos actores independientes o de competidores más débiles; capacidad de mayor influencia en el sistema político; y el riesgo de dependencia de las pequeñas entidades culturales (estados, regiones) ante la potencia de los grandes grupos de medios. La concentración de medios es considerada positiva –como asegura Llorens Maluquer– “si supone economías de escala y de alcance reales, aunque se la critica si supone un cierre del mercado, una pérdida de valor para el accionista o perjudica al consumidor. Desde un punto de vista social o político, una respuesta general es mucho más difícil, porque la concentración por sí misma no es ni buena ni mala, lo son algunos de sus efectos. Y es que el análisis del impacto de la concentración económica en los medios desde una perspectiva social y política implica necesariamente relacionar la propiedad con la pluralidad de la información y de los contenidos editoriales de los medios” (Llorens Maluquer: 2001).

LA ESTRUCTURA DEL MERCADO DE MEDIOS EN ROSARIO

Las primeras hojas de noticias que se publicaron en la ciudad surgieron en 1854 de la mano de Federico de la Barra bajo el título *La Confederación*. Hasta entonces, la difusión de las principales noticias, decretos y documentos oficiales se cumplía “a voz de pregonero” y a toque de clarín o tambor, o bien fijando manuscritos

en las puertas de la Iglesia, el Juzgado de Paz y de la Comandancia militar. A *La Confederación* le siguieron la salida de los diarios *El Comercio*, *El Comercio de Rosario*, *El Girardín Argentino*, *El Progreso* –que tras aparecer periódicamente fue el primer diario de la ciudad–, y *El Litoral*. Pero tras la batalla de Pavón, la lucha periodística estalló: comenzaron a publicarse *La Nueva Era*, *La Patria*, *El Diario*, *El Rosario*, *El Trueno* y *El Cosmopolita*. El diario *La Capital* fue fundado el 15 de noviembre de 1867 –el mismo día en que se conmemoraba la primera fundación de Santa Fe– por Ovidio Lagos, bajo el padrinazgo de Justo José de Urquiza. El diario era vespertino y sus ediciones eran anunciadas con la estampida de un cañón. En esos momentos, sólo un periódico se editaba en Rosario: *El Ferrocarril*. Poco después comenzarían a salir *El Federalista*, *La Patria*, *La Reforma*, *El Nuevo Mundo*, *La Inmigración*, *El Mercurio* y *El Sol*, por mencionar sólo unos pocos. Durante el transcurso de la última década del siglo XIX, el número de diarios y revistas aumentó de manera considerable. La ciudad, que contaba entonces con treinta mil habitantes, asistía así al nacimiento de la prensa gráfica con todas las luces. Sin embargo, con el inicio del siglo XX, muchas de esas experiencias sufrieron altibajos. Algunos proyectos llegaron a concretarse, otros se ataron a uno político y la mayor parte sufrió vaivenes económicos que nunca pudieron sortear.

En 1900 comenzaron a editarse *El Heraldo*, *El Siglo*, *El Censor*, *El Telégrafo* y *Correo de la Tarde*. A partir de 1930 aparecieron *Tribuna*, *Democracia*, *El Municipio*, *América* y *La Tierra*. Con la década del cuarenta y del cincuenta llegaron *Diario Nuevo*, *Rosario*, *Aluvión* y *Rosario Gráfico*. En 1960, perduraban aún los matutinos *Rosario* y *Democracia*. El 4 de octubre de 1923 fue el turno de la radio: Se inauguró LT3 Radio Cerealista. Fue la primera estación de radio del interior del país. Más tarde también lo haría LT8 –que se instaló en 1927 en los fondos de una bicicletería– y LT2. Unos treinta años después, más de doscientas personas e instituciones

locales apoyarían la creación de Canal 5 de Rosario, que comenzó a emitir su señal el 18 de noviembre de 1964 en el predio frente al río Paraná. Transcurría sólo un año para que apareciera su competidor: Canal 3 dio su primera emisión el 20 de junio de 1965. Estas primeras imágenes del 3, en blanco y negro, darían pie entonces al primer noticiero, con la conducción de Norberto Chiabrando, Ricardo Corvá y Julio César Orselli (este último continúa al frente de las noticias locales aún hoy). "De esta manera, Televisión Litoral S.A. inauguraba una línea de objetividad periodística y de investigación que perdura en la actualidad", reza la actual presentación institucional del canal. En mayo de 1980, Canal 3 había comenzado a transmitir a color y en el 82 adquirió LT2 (hasta entonces Radio General San Martín).

A principios de 1984 comenzó sus transmisiones FM 97.9 –FM Vida–, que completó el espectro de la empresa Televisión Litoral. A partir de la reconversión del mapa de medios durante la década del noventa, Canal 5 comenzó a formar parte del multimedios de Telefónica de España, mientras AM LT2 y Canal 3 todavía pertenecen a Televisión Litoral SA (aunque funciona como repetidora de los contenidos de Canal 13 de Buenos Aires que pertenecen al Grupo Clarín). En cuanto a los operadores de cable locales, dos de las tres empresas existentes –Cablevisión y Multicanal– están bajo la tutela de grupos nacionales. Por su parte, Cablehogar –que surgió hace más de veinte años y fue la primer empresa de televisión por cable local– aún permanece a manos de la familia que la creó y cuenta con un canal propio de noticias que se emite las 24 horas, una revista destinada a sus abonados y un portal informativo. El operador satelital Direct TV también brinda su servicio en la ciudad. El espectro de los medios más importantes se completa con *Rosario/12* –dirigido por Pablo Feldman, que es el suplemento local de ocho páginas que desde 1991 acompaña la edición del diario porteño *Página/12*– y las repetidores de los medios

públicos y estatales, Radio Nacional y Canal 7, que también llegan a la ciudad de Rosario.

La estructura del mercado de medios de comunicación en Rosario entonces, hasta 1997, estaba integrada por cuarenta radios FM, cuatro radios AM, un centenario diario de tirada local (*La Capital*), dos canales de televisión abierta (Canal 5, Canal 3) y dos señales de televisión por cable. Ese mismo año, el Grupo Uno, con origen en Mendoza, compró la mayor parte de las acciones del diario *La Capital*. Un año después de la llegada del Grupo Uno a Rosario, en 1998, un empresario local, Orlando Vignatti, fundó el diario *El Ciudadano*. El periódico llegó a obtener la misma cantidad de lectores que el tradicional diario de la ciudad. El 21 de noviembre de 1999, Vignatti acordó la venta del diario con su propia competencia: *La Capital*, lo que produjo un quiebre en el mapa de medios de la ciudad. Gracias a esta sinergia, e agruparon los diarios *La Capital* y *El Ciudadano* de Rosario, y *Nueva Hora*, de Paraná. También las radios AM LT3 Radio Cerealista y LT8 Radio Rosario y las de FM Estación del Siglo, Cadena 100 y Meridiano, todas en Rosario. En Entre Ríos sumó a LT39 Radio Victoria, LT15 Radio del Litoral Concordia y LT41 Radio Gualeguaychú. El grupo de comunicación, cuando se conformó, tuvo una valuación de 160 millones de dólares, con una facturación conjunta proyectada en 50 millones para 1999, pero que para el año siguiente preveía un crecimiento del 50 por ciento gracias al trabajo que podrían generar los medios al funcionar en conjunto. La constitución de este conglomerado se produjo en forma paralela a la convocatoria de acreedores de Supercanal, otra de las grandes empresas del grupo. Las denuncias contra el Grupo Uno incluyeron supuestas maniobras de lavado de dinero en la compra de medios de comunicación, infracción a la ley penal tributaria, vaciamiento de empresas, enriquecimiento ilícito, defraudación, evasión impositiva y previsional.

El Grupo Uno, además de las actividades en los me-

dios de comunicación, apuntaló otras actividades no mediáticas (De Miguel: 2003). Manzano fue uno de los principales controladores y accionistas de la Terminal Puerto Rosario, planificó la edificación de casinos en la provincia de Santa Fe y se sumó a la planificación de los destinos de los dos principales clubes de fútbol locales: Rosario Central y Newell's Olds Boys (gracias a la firma de testaferros). Una propuesta de Daniel Vila también proyectó el traslado del Congreso de la Nación a Rosario "para fomentar el crecimiento y expansión de la ciudad". El caso es que en abril de 2005, el periódico *El Eslabón* publicó una entrevista telefónica al empresario mendocino donde explicaba su proyecto de trasladar el Congreso de la Nación a Rosario. "Es una iniciativa mía y la han apoyado el intendente (de Rosario), el gobernador (de Santa Fe) y los tres senadores nacionales de la provincia –explicaba el empresario-. La gran concentración que tiene la Argentina hace que otras regiones del país se pospongan. Como una idea de reformular la organización del país me parecía que la mudanza del Congreso a Rosario venía a resolver, en parte, esta visión concentrada". En otras regiones, el Grupo Uno, además de medios locales, también invirtió en la exploración de petróleo, controla la empresa distribuidora de energía de Mendoza, Edemsa, y el agua, a través de Obras Sanitarias.

LA PRECARIEDAD, LA AUTOCENSURA Y LA DESINFORMACIÓN

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación de Rosario no sólo afectó la pluralidad informativa. Esa centralización también repercutió sobre el trabajo de sus periodistas. En un intento por sondear ese nuevo mapa en el trabajo cotidiano de los empleados de prensa de Rosario se llevaron adelante entrevistas en profundidad estructuradas, con una combinatoria de entrevista estandarizada abierta y entrevista estandarizada cerrada. El uso de esta hibridación entre técnicas cuantitativas y cualitativas

fue necesario para detallar un listado de preguntas ordenadas y redactadas por igual para todos los entrevistados con respuestas cerradas y, por el otro, que brinde la libertad para contestar abiertamente sobre un guión determinado. En el desarrollo de la investigación, la selección del tipo de público fue a partir del trabajo que realizan o realizaron esos periodistas, reporteros gráficos, cronistas, redactores, editores, jefes y diseñadores gráficos en los medios de Rosario (en especial aquellos que se desempeñan en los medios del Grupo Uno) y el guión previo de la consulta implicó que los puntos 1 y 2 sirvieran a modo de preguntas de información contextual y contacto, los puntos 3 y 4 fueron tendientes a indagar en el trabajo mismo que realizan (o realizaron) y los puntos 5 y 6 por su parte mantienen relación estrecha con lo que sucedió estrictamente en los medios durante la década en la que indaga el presente estudio.

El primer cuestionario radicó en bucear en primer lugar si los entrevistados consideran que la concentración de la propiedad en los medios de comunicación de Rosario por parte del Grupo Uno afectó la pluralidad informativa en la ciudad. En segundo lugar si consideran que los vínculos entre los propietarios de los medios de comunicación y los estamentos políticos, sociales y económicos en los ámbitos nacionales, provinciales y municipales atentan contra la pluralidad informativa, la diversidad cultural y el pluralismo de los medios de comunicación de Rosario, y en tercer lugar si considera que la falta de pluralidad informativa y de pluralismo en los medios, además de mostrarse contra las normas más básicas de libertad de expresión. En cuarto lugar, la consulta procuró indagar sobre si las normas vigentes en la jurisprudencia internacional y las legislaciones nacionales con relación a las prácticas de concentración en la propiedad de los medios de comunicación no se cumplen en Rosario; de qué manera consideran los entrevistados puntualmente que esa centralización afecta o afectó la tarea de los

periodistas que se desempeñan en esas empresas (con la salvedad de citar ejemplos de casos de autocensura, desinformación, precariedad en su trabajo, etcétera) y, por último, si piensan que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación atenta contra la fuente de trabajo pero también en lo que hace a los derechos de lectores y oyentes, violando las normas más básicas de acceso a la información pública y libertad de expresión.

El siguiente es sólo un pequeño resumen de estas entrevistas (que fueron más de cuarenta) y no contienen los nombres y apellidos, cargos o trayectorias profesionales de los consultados para preservar sus identidades y su relación laboral con los medios donde se desempeñan en Rosario. Uno de los entrevistados refiere: "En una ciudad signada por esa falta de pluralidad, donde los intentos de desarrollo de nuevos medios con pretensiones de alcance masivo y de representar una alternativa al discurso y a la agenda establecidas (especialmente diarios), fueron sistemáticamente ahogados, el desembarco del Grupo Uno profundizó claramente la situación. No estoy del todo de acuerdo en que no haya otros medios con impacto social que se encuadren en la órbita del holding. A menos que me equivoque los dos canales de TV no pertenecen a dicho diario, como tampoco la radio más escuchada, LT2. El problema es que el que, en mi opinión, es por excelencia el medio con mayor impacto, que en gran medida instala la agenda local, el diario *La Capital*, es el emblema del multimedios en la ciudad". Más adelante, otro cronista, considera que la pluralidad se vio afectada en Rosario porque "no puede haber pluralidad informativa si hay concentración de medios, situación demostrable en Rosario donde el Grupo Uno fagocitó a la competencia, precarizó las condiciones laborales de sus trabajadores, e inclusive contribuyó al empobrecimiento de la calidad periodística de los medios de los cuales son propietarios". Lo mismo opinó otra colega: "Con la llegada del Grupo Uno en los 90

se impuso un modelo informativo basado en la noticia obediente (...). Con lo cual a partir de ahí, muchos periodistas debían oficiar como comunicadores pidiendo permiso para informar y los que no están de acuerdo a los intereses al entorno del Grupo Uno –empresarios, funcionarios, políticos– no se podía comunicar. Creo que el ejemplo más claro del desembarco del Grupo Uno en la ciudad y con él el recorte a la pluralidad de información quedó plasmado en el vaciamiento que se generó en el diario *El Ciudadano*, medio que surgió con la idea de ser una opción al decano de la prensa local y terminó siendo absorbido por el multimedio hasta quedar completamente debilitado".

Más adelante, otro periodista, asegura: "No sólo la concentración afectó la pluralidad, sino que además un amplio sector de la sociedad rosarina, que compra *La Capital*, considera, como los dueños del Grupo Uno, que no puede haber otros medios de información en Rosario, adquiriendo 'El Decano' un lugar de 'verdad absoluta' para un amplio sector, y eso se extiende a otras localidades por fuera de Rosario, en particular hacia el sur de la provincia de Santa Fe. Creo que eso ha ayudado a consolidar al multimedios en los últimos años que se las ha ingeniado para tapar (*El Ciudadano* es el ejemplo más radical) cualquier intento de otro espacio de surgir como una alternativa". Un compañero del primer entrevistado sostiene que la llegada del Grupo Uno profundizó "uno de los más fuertes rasgos de los años noventa: la noticia obediente. Pedir permiso para informar en los grandes medios de Rosario. No sea cosa que la noticia roce algún interés de los amigos del Grupo. Y el periodismo obediente genera periodismo mediocre. El impacto es evidente a la hora de establecer una agenda de temas que, generalmente, es el que emerge de los intereses de los dueños mendocinos y sus socios locales. El problema mayor es el grado de sumisión de la clase política vernácula ante los hermanos Vila y Manzano. Todavía hoy sigue hablándose de la necesidad de instalar el Parlamento

nacional en Rosario y las fotos del anuncio vuelven a mostrar a las principales figuras de los distintos oficialismos yendo al pie de los empresarios del grupo. Por otro lado, es evidente la falta de información sobre los negocios del puerto local, los intereses detrás del fútbol rosarino y las aisladas informaciones sobre funcionamiento de las cajas negras policiales, todas señales que marcan el pulso de los negocios que se hacen desde la cabecera del grupo que es el diario *La Capital*".

Las respuestas fueron, en resumen, que no existe pluralidad informativa en Rosario y que la concentración de la propiedad de los medios de comunicación afecta el empleo en prensa y la libertad de expresión. También que los lectores y los oyentes están condicionados por a quienes escuchan, la información que reciben, la orientación y el trasfondo político y económico de esas noticias. Existe un gran consenso entre los editores, los redactores o los cronistas de los diarios y las revistas, los conductores o los productores de televisión y radio de Rosario sobre cómo afecta la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, la gran cantidad de acuerdos que los propietarios de los medios tratan con otras empresas y las marcas que eso deja en su labor. El hecho de ser conscientes de estas dificultades y censuras no les impide el trabajo, que algunos sorteán de mejor o peor manera, pero que otros reconocen como atados de pies y manos para no perder su puesto y continuar la tarea. La fuerza de los medios tradicionales como el diario *La Capital* fagocitó cualquier indicio de otra experiencia alternativa —resumen— porque se erigió como el dueño de la verdad absoluta para una gran cantidad de pobladores de Rosario. En "esa verdad terrible y absoluta entre la agenda de temas del día y las noticias que pueden interesar a los propietarios y amigos de los dueños" es donde navegan. "Ninguna otra", recalcan.

ALGUNAS CONCLUSIONES

El periodista uruguayo Danilo Arbilla sugiere que "si ya es malo que la venta de jabones quede en pocas manos, peor es que la libertad de expresión quede en pocas manos". Durante toda la década del 90, en la Argentina, se produjeron cambios significativos en la composición de los medios de comunicación. No sólo la convergencia tecnológica sembró nuevos escenarios, también la recuperación económica y las leyes que se aprobaron desde el mismo Estado, permitieron un crecimiento desmesurado por parte de las empresas que regentean las industrias culturales y de comunicación. Fue entonces cuando un puñado de grupos logró la concentración de determinados mercados y la centralización geográfica de esos medios mostró un apogeo inusitado que continúa hasta hoy. "En todos estos años se produjo un escenario soberbio de gestación de determinados grupos de comunicación y nada hace suponer que se detengan en el futuro inmediato", reconocen Becerra y Mastrini en sus investigaciones para el Instituto Prensa y Sociedad (Becerra, Mastrini: 2006). En ese nuevo escenario, entre otros fenómenos, la financiarización de los mercados de las industrias culturales y comunicacionales y la búsqueda de rentabilidad económica se convirtió en la meta primordial de las empresas de medios de comunicación en la Argentina. Su apertura a las leyes del mercado y la comercialización de sus contenidos introdujeron transformaciones difíciles de perfilar (y a estas alturas incluso de aprehender) en el producto de los medios de comunicación de masas. "La pluralidad, la información y la cultura, aparentemente, ahora son sólo valores secundarios", reflexiona Ana Segovia (Segovia: 2004).

Los monopolios y los oligopolios que se solidificaron dentro de los grupos de comunicación, durante las últimas dos décadas en la Argentina, representan entonces un grave problema. No sólo porque los medios de comunicación reposan en pocas manos, también

porque las consecuencias de esas restricciones son igualmente problemáticas. La opinión pública, al menos la que se sucede en la prensa, la radio, la televisión, el cable o los portales de Internet, se marchita por la disminución del pluralismo. La representación de los distintos fenómenos, corrientes o movimientos que ocurren dentro de una sociedad y las alternativas de elección de sus ciudadanos, disminuyen considerablemente. Los medios de comunicación de masas permiten, en efecto, que los individuos puedan formar su propia opinión política y luego comparar la suya con la de otros. Solamente cuando el individuo está informado podrá evaluar y libremente adherirse a una u otra postura dentro del espectro político. La necesidad de una mayor información, precisamente, junto a la libertad para poder expresar e intercambiar opiniones tiene una vital importancia en los procesos de toma de decisiones en los que los distintos miembros de la sociedad participan todos los días. El ejercicio de esa libertad de expresión por parte de los ciudadanos de un Estado depende directamente de que los medios de comunicación provean información de manera libre e independiente. Si el mercado, por sí sólo, no parece cumplir de forma eficiente la asignación y distribución de esos bienes, servicios y recursos, vale reconocer entonces que grandes franjas de la población quedan excluidas de esa regulación y, por ende, de plasmar una diversidad cultural que equipare semejante disparidad.

Las definiciones de concentración de la propiedad de los medios de comunicación que baraja Llorens Maluquer y de las que dimos cuenta en este trabajo nos sirven además para pensar que en el caso del Grupo Uno existen diferentes tipos de integraciones que se dan dentro de un mismo territorio: El multimedia, porque el grupo tiene control en distintos medios de comunicación; como conglomerado, porque el control de los medios permite también influir en otros sectores económicos de la población, y, por último, el

internacional, donde la expansión se da a otros mercados nacionales. De eso, también, el Grupo Uno ha dado probada cuenta con sus negocios de fusiones y compras de medios de comunicación en países como España, Brasil o República Dominicana. Esta escasez de medios de comunicación diversos y plurales también afectó, de manera evidente, la pluralidad informativa en la ciudad y su entorno, que hoy carece de medios con impacto social que no se encuadren en el Grupo Uno; y que los vínculos entre propietarios de los medios de comunicación y los estamentos políticos, sociales y económicos en los ámbitos nacionales, provinciales y municipales atentan contra la pluralidad informativa, la diversidad cultural y el pluralismo de los medios de comunicación de Rosario. La precarización laboral que sufren los trabajadores de prensa tampoco es un problema menor, teniendo en cuenta la inestabilidad en los puestos de trabajo y la falta de regulación y el respeto por los estatutos vigentes: en Rosario existen unos 7 mil trabajadores de prensa, tanto en los medios privados como en los públicos, de los cuales sólo unos 700 de esos empleados están "en blanco". Otro ejemplo contundente lo da Paraná, donde el matutino que lleva el nombre del grupo –Diario Uno– no contrata periodistas en forma directa, sino que lo hace a través de una empresa cautiva (que asume la modalidad de cooperativa para evitar juicios laborales). En Rosario, el Grupo obligó a sus empleados a renunciar a sus cargos y, a cambio, firmar un contrato con una empresa fantasma llamada Séller S.A.

En mayo de 2001 le preguntaron a Daniel Vila qué opinaba acerca del monopolio de los medios de información, el empresario afirmó: "En la Argentina, el proceso de concentración ha sido terrible... Nosotros hicimos una fusión en Rosario y así hoy tenemos los dos diarios de la ciudad y dos de las tres radios que hay allí y no creo que sea positiva semejante concentración, va en contra de la competencia". En ese senti-

do, el Estado, con sus salvaguardas, es el que deberá hacerse cargo de propiciar esa diversidad cultural y regular –con normas y legislaciones propicias– el marco exacto para que el mercado asigne esos roles a sus medios de comunicación. En Europa o Estados Unidos se dispone de reglamentación clara sobre los medios de comunicación y existe regulación sobre la concentración de la propiedad de las empresas. Se establecen, por ejemplo, determinadas cuotas de pantalla y de contenidos para estimular la diversidad cultural o bien se implementan restricciones a la concentración de la propiedad cruzada. “En los países centrales existen reglas de protección y promoción del pluralismo que incentivan la existencia de otras voces. Voces empresarias (de diferentes escalas y tamaños), comunitarias, civiles, cooperativas, sindicales, públicas no gubernamentales. Este conjunto diverso y heterogéneo respalda la generación de alteridad frente a la existencia de grandes y poderosos grupos. También hay reglas que obligan a los grandes grupos a incorporar cuotas de contenidos independientes, federales, de protección a las minorías” (Becerra, Mastrini: 2009). En cambio, en América latina resta aún dar una discusión sagaz sobre este apartado tan imprescindible para la vida democrática de nuestros países, donde los grupos de comunicación han explotado las singulares características de la región como la ausencia de políticas estatales de servicio público y de controles antimonopólicos. Al capitalizar estas condiciones, las empresas de comunicación aceleraron los procesos de concentración a punto tal que los principales grupos de facto son los dueños de las unidades de producción, almacenamiento, comercialización y distribución de más del 80 por ciento de los contenidos que reciben los ciudadanos. Son, como dicen Mastrini y Becerra, “los dueños de la palabra”. En la Argentina, particularmente, una vuelta de timón comenzó a darse durante el 2009 con la discusión que se dio a partir de la nueva Ley de Servicios de Comu-

nicación Audiovisual (que destronó una vieja norma instaurada durante la dictadura). Sin embargo, estas leyes no parecen ser suficientes para demoler algunos castillos.

NOTAS

1. Más de doscientas personas e instituciones locales apoyarían la creación de Canal 5 de Rosario, que comenzó a emitir su señal el 18 de noviembre de 1964 en el predio frente al río Paraná. Aquella primera señal que se emitió el 18 de noviembre “no conseguía cruzar la avenida Belgrano” (Nota a Claudio Ipólitti, gerente de Canal 5, edición del 30 de mayo de 2004, diario *La Capital*). Transcurrió sólo un año para que apareciera su competidor: Canal 3 dio su primera emisión el 20 de junio de 1965. Estas primeras imágenes del 3, en blanco y negro, darían pie entonces al primer noticiero, con la conducción de Norberto Chiabrando, Ricardo Corvá y Julio César Orselli (este último continúa al frente de las noticias aún hoy). “De esta manera, Televisión Litoral S.A. inauguraba una línea de objetividad periodística y de investigación que perdura en la actualidad”, reza la actual presentación institucional del canal. En mayo de 1980 Canal 3 comienza a transmitir a color y en el 82 adquiere LT2 (hasta entonces Radio General San Martín). En la década del 90, Canal 11 de Buenos Aires se convirtió en Telefén (Televisión Federal, una red de diez canales del interior del país) y el primer presidente fue el santafesino Pedro Simoncini, uno de los fundadores de ese canal treinta años atrás y, además, titular de Canal 5 de Rosario. Canal 3 formó parte de la red del grupo Clarín y los enlatados de ARTEAR/ Canal 13.
2. El director de Televisión Litoral S.A. es Alberto Gollán. El empresario fue intendente de la ciudad en 1971, durante un gobierno de facto. Vale aclarar, también, que según un informe del COMFER, la producción total propia de los ca-

nales del interior del país es sólo del 13 por ciento (del total de horas de emisión), mientras que el restante 78 por ciento pertenece a producciones 'enlatadas' de las señales de la Ciudad de Buenos Aires.

3. Unos meses después de la compra del diario *La Capital*, el grupo Uno presentó la convocatoria de acreedores. Un informe de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UPTBA) describe que la convocatoria de acreedores es una figura a la que comenzaron a recurrir las empresas que buscan sanear sus pasivos acumulados. La maniobra también les posibilita eludir la aplicación del Estatuto del Periodista, los Convenios Colectivos de Trabajo, despedir a sus empleados sin causa y reducir los salarios de los trabajadores. El impulsor de esa maniobra fue Daniel Vila. El abogado, que preside el Grupo Uno, es el hijo de Alfredo Vila, quien también comparte su empresa con el resto de su familia, Freddy, Viviana y Silvina. La expansión comercial de su firma comenzó en 1993 con la apertura del Diario Uno, la Radio Nihuil (que había llegado a manos de su padre como parte de pago de una deuda) y la revista *Primera Fila*. Todos de Mendoza. La compra de esos medios de comunicación le demandó entonces una inversión de 20 millones de dólares. El salto del Grupo se dio a partir de 1997 con la incorporación del cubano exiliado en Miami Jorge Mas Canosa, a través de la firma Mas Tec. Inc. El empresario tenía fuerte peso en el Partido Republicano y estaba acusado de manejar dinero sucio. En esa etapa, el grupo consiguió un crédito de 500 millones de dólares del banco holandés ING Baring y la banca de los Estados Unidos, con el que inició una masiva compra de medios de comunicación en la Argentina y en América del Sur. Fue entonces que adquirió el 72 por ciento de Jorge Stornell SA (Canal 7 de Mendoza, Canal 8 de San Juan, radio AM Cañingasta, TV Río Diamante), en una operación cercana a los 92 millones. A partir de su sociedad con José Luis Manzano realizó también la compra de veinticinco empresas de televisión por cable. El área de operaciones abarcó Mendoza, San Juan, Catamarca, La Rioja, San Luis y Córdoba.

4. José Luis "Chupete" o "Cototo" Manzano se desempeñó como ministro del Interior durante el gobierno de Carlos Menem. Su frase "sólo tengo una cosa que decir: yo robo para la corona" –repetida hasta el hartazgo en distintos ámbitos del gobierno cada vez que enfrentó cuestionamientos por prácticas corruptas– fue publicada el 6 de mayo de 1990. Para defenderse del 'exabrupto', el mendocino explicó que prefe-

ría soportar afirmaciones calumniosas antes que lesionar la libertad de expresión (Verbistky, 1991). El socio de Vila en el Grupo Uno, a mediados de esa década y acosado por los medios debido a acusaciones por denuncias de corrupción, se fue a vivir a Estados Unidos. Ese tiempo coincidió con el crecimiento del Grupo Uno (según Bernardo Martín Ruti, ex empleado de Daniel Vila, Mas Canosa era solo la pantalla para encubrir a Manzano, cuyos aportes provenían de fondos propios o de otros funcionarios de gobierno). En los siguientes años, el Grupo Uno adquirió una gran cantidad de diarios y radios en distintas provincias del país y se erigió como el tercer grupo de comunicación de importancia de la Argentina. El empresario y político Francisco de Narváez, durante la década siguiente, accedió a formar parte de la sociedad de Vila y Manzano para acceder al control del canal América TV, la señal de noticias América 24, la radio La Red, el diario económico Ámbito Financiero y, de esa manera, poner un pie también en la Ciudad de Buenos Aires. Todos los medios porteños fueron cotizados en 90 millones de dólares.

BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, Luis (2003), "La prensa on line: mayor pluralismo con interrogantes", en Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, pp. 111-138.
- Anguita, Eduardo (2002), *Grandes hermanos: alianzas y negocios ocultos de los dueños de la información*. Colihue, Encrucijadas, Buenos Aires, pp. 84-87, 106, 132.
- Becerra, Martín (2004), "La era de la concentración", en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 69, Federación Latinoamericana de Facultades y Carreras de Comunicación Social (FELAFACS), Lima, pp. 54-61.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (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, España, pp. 179-208. También en *Sala de Prensa 58*, Agosto 2003, Año V, Vol. 2.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (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, España, pp. 90-94.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo, Buenos Aires, 330 p.
 - Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2007). *La concentración mediática argentina: De eso no se habla*. Informe 2007 del Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), Buenos Aires, Argentina.
 - Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*. Prometeo, Buenos Aires.
 - De Marco, Fischer, Díaz Nicolau, Pallavicini. *Orígenes de la prensa en Rosario*. Facultad de Humanidades de Rosario. Serie Historia del Periodismo. Ediciones Colmegna, 1969.
 - De Miguel, Juan Carlos (2003). "Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia", en Bustamente, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, pp. 227-256.
 - Getino, Octavio (2006). *El capital de la cultura. Las industrias culturales en Argentina y en la integración MERCOSUR. Parlamento Cultural del MERCOSUR*. Secretaría Parlamentaria, Dirección de Publicaciones, Buenos Aires.
 - Lafuente, Julián. "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, Carles (2001). *Concentración de empresas de comunicación y el pluralismo: la acción de la Unión Europea*. Universitat. Tesis doctoral, UAB, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Àrea de coneixement Ciències Socials.
 - Mastrini, Guillermo, y Carolina Aguerre (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.
 - Mattelart, Armand (2002). *Historia de la sociedad de la información*, Paidós Comunicación, Buenos Aires.
 - Miguel de Bustos, Juan Carlos (1993). *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*, Bosch, Barcelona, pp. 348.
 - Miguel de Bustos, Juan Carlos (2004). "Sobre pluralismo y diversidad". *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, Número 16: Concentración, pluralismo y globalización, País Vasco, España.
 - Postolski, Glenn, Ana Santucho y Daniel Rodríguez (2004). "Las alambradas mediáticas. La concentración de la propiedad y sus consecuencias sobre el empleo en prensa". Mimeo, Observatorio Político, Social y Cultural de los Medios de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), Buenos Aires, 16 p.
 - Olalla, Ferrán Tomás (2004). "Revisión crítica de las relaciones entre pluralismo y mercado en los medios audiovisuales". *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, Número 16: Concentración, pluralismo y globalización, País Vasco, España.
 - Russovich y Lacroix (1982). "Los grandes diarios", fascículo 36, CEAL. Bibliografía de la Cátedra de Historia de los Medios. Escuela de Comunicación Social. Universidad Nacional de Rosario.
 - Sánchez Taberner, Alfonso (ed.) (1993). Concentración de la comunicación en Europa. Empresa comercial e interés público, Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació/European Institute for the Media.
 - Segovia Alonso, Ana (2004). "Repercusiones y cambios de las leyes de propiedad de medios de comunicación. El caso de Clear Channel Communications", profesora Asociada de la Universidad Complutense de Madrid, revista *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*.
 - Ulanovsky, Carlos, Marta Merkin, Juan José Paño y Gabriela Tijman (1995). *Días de radio: historia de la radio argentina*, Espasa Calpe, Buenos Aires.
 - Ulanovsky, Carlos (1997). *Paren las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*, Espasa Calpe, Buenos Aires.
 - Ulanovsky, Carlos, Silvia Itkin y Pablo Sirvén (1999). *Estamos en el aire: una historia de la televisión argentina*, Planeta, Buenos Aires, pp. 659.
 - Verbitsky, Horacio (1991). *Robo para la corona. Los frutos prohibidos del árbol de la corrupción*, Planeta, Colección Espejo de la Argentina, Buenos Aires.
 - Verbitsky, Horacio (1997). *Un mundo sin periodistas*, Planeta, Colección Espejo de la Argentina, Buenos Aires.

- Villamil, Jenaro (2003). "Medios: concentración sin democracia", *Revista Zócalo*, Número 35, Distrito Federal, México.

OTROS DOCUMENTOS Y REFERENCIAS CONSULTADOS

- Apuntes de clase Seminario Periodismo y Sociedad de la Información, Maestría de Periodismo, Universidad de Buenos Aires, 2006. Profesores: Damián Loreti, Guillermo Mastrini, Martín Becerra. Archivo propio.
- Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión. Consultado en www.cidh.org
- Declaración de Principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, "Construir la sociedad de la información: un desafío mundial para el nuevo milenio", Ginebra, Suiza, diciembre de 2003. Archivo propio.
- Diario El Ciudadano. Consultado en <http://www.elciudadanoweb.com/>
- Diario La Capital. Consultado en <http://www.lacapital.com.ar/>
- Grupo Uno. Consultado en <http://www.unomedios.com.ar/>
- El Eslabón. Consultado en <http://www.eleslabon.org.ar/>
- Empresa Litoral SA. Consultado en <http://www.grupotelevisionlitoral.com/>
- Ley 12.908: Estatuto del Periodista Profesional. Principios del estatuto del periodista. Razones para la vigencia de los
- Estatutos Profesionales de Prensa y cuestiones pendientes para garantizar el libre ejercicio de la profesión. Consultado en http://www.catedras.fsoc.uba.ar/loreli/equipo_de_catedra.html de la Cátedra Derecho a la Información, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Organización de Estados Americanos. Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión 2004, Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Consultado en www.cidh.org
- Video documental *El Ciudadano: Diario de un Conflicto* (2002). Dirección: Mariano Panicelli, Florencia Coll, Ivana Romero. Cátedra de Producción Audiovisual, Escuela de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Archivo propio.

Registro Bibliográfico

SMERLING, Tamara

"La concentración de la propiedad de los medios en Rosario: 1997-2007" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 16, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2012.

RECIBIDO 27/06/2011

ACEPTADO 19/08/2011