

# La concentración en las industrias de la comunicación. Reflexiones desde Québec

Concentration in the communication industries. Reflections from Québec

*Por Eric George* \*

*Recibido el 6 de abril de 2007, aprobado el 17 de abril de 2007*

## Resumen

Las relaciones entre propiedad de las empresas mediáticas y el contenido informacional y cultural, y más precisamente entre la concentración del capital y eventuales consecuencias en términos de pluralismo y diversidad de la producción, no es asunto nuevo. En Canadá, en 1969 la concentración del capital de las empresas de comunicación fue por primera vez discutida públicamente, en el marco de los trabajos del Comité especial del Senado sobre los medios de comunicación de masa presidido por el senador liberal Keith Davey (Canadá, 1970). La nominación de este último por el Primer ministro del gobierno liberal de esa época, Pierre Elliott Trudeau, fue el resultado de las preocupaciones levantadas por numerosas personas provenientes de los medios políticos, sindicales y de las comunicaciones y que hacían referencia a la concentración de los medios, al correr de las décadas, en las manos de un número reducido de propietarios.

**Palabras clave:** Concentración. Industria de la Comunicación. Canada.

---

\* Catedrático, École des Médias, Faculté de Communication, Université du Québec à Montréal (UQAM). Codirector del Groupe de Recherches Interdisciplinaire sur la Communication, l'Information et la Société (GRICIS).

## **Abstract**

*The relationship between ownership of the media companies and informational and cultural content, and more specifically between the concentration of capital and its eventual consequences in terms of pluralism and diversity of production, is not a new subject. In Canada, in 1969 the concentration of capital in the communication companies was publicly discussed for the first time, in the framework of the activity of the Special Senate Committee on the mass media presided over by the liberal senator Keith Davey (Canada, 1970). The latter's nomination by the prime minister of the liberal government of the time, Pierre Elliott Trudeau, resulted from the concern expressed by numerous persons proceeding from the political, trade union and communications areas; this concern referred to the concentration, over the course of several decades, of the media in the hands of a small number of owners.*

**Key words:** *Concentration. Communication industry. Canada.*

## 1. La concentración, resultado de la interacción entre las estrategias de las empresas

En realidad, la existencia de grandes empresas es tan antigua como la existencia misma de firmas en el sector de las industrias mediáticas. En lo que a esto atañe, Vincent Mosco recuerda la existencia de grandes agencias de prensa formadas en el siglo XIX (Mosco, 1996). Además, tradicionalmente, empresas de diferentes tamaños siempre cohabitaron como lo han mostrado los trabajos sobre las industrias culturales (Miège y al., 1978). La conservación de empresas de pequeño tamaño se explica por el hecho que todo producto informacional o cultural tiene siempre un éxito en parte aleatorio y que, en la fase de la creación y de la producción, los ganancias no se garantizan. Finalmente, las pequeñas empresas están más presentes en los sectores en desarrollo, como fue el caso de Internet durante varios años, antes de ser eventualmente compradas por otras más importantes.

Cabe preguntarse si la concentración se incrementa. Para Andrew Calabrese, esto es incontestable luego de los movimientos de desregulación, de privatización y de liberalización de las telecomunicaciones que tuvieron lugar en numerosos países sobre el modelo de lo que se produjo en los Estados Unidos a partir de 1984 con el desmantelamiento de ATT (Calabrese, 2004). Enrique Bustamante (Bustamante, 2004) considera por su parte, que la concentración desarrollada en los años 90 sería el resultado de las promesas de las redes numéricas y especialmente del endurecimiento de la competencia sobre los mercados a la vez nacionales e internacional así como a la globalización de las firmas y de los principios de gestión. Aquí, el peso de las finanzas es importante con la búsqueda de ganancias a corto plazo. Las industrias que nos interesan se convertirían en instituciones financieras según Bustamante. Philippe Bouquillon (Bouquillon, 2005) va en el mismo sentido cuando escribe que los movimientos de liberalización se desarrollaron a escala internacional durante los años 80 y 90. Es en esta época en que los sectores antes bajo monopolio se abrieron a la iniciativa privada y que los operadores históricos perdieron su estatus de monopolio. Agrega que los intercambios internacionales de bienes y de servicios fueron entonces liberalizados y que los límites máximos de concentración y de adquisición fueron frecuentemente superados, sobre todo para favorecer la llegada de empresas con un tamaño mínimo susceptible de jugar un papel en los mercados a escala internacional. El autor añade también otro elemento importante: la *financiarización* de las industrias de la cultura, de la información y de la comunicación, significando que las estructuras financieras estén marcadas por la liberalización de la circulación internacional de los capitales y por la financiarización.

Canadá no escapó a esta tendencia. En el año 2000, una ola de fusiones afectó a las empresas Bell Canada Entreprises (BCE), Canwest y Quebecor, inspiradas por la fusión de AOL y Time Warner y supuso la multiplicación de informes oficiales sobre la concentración. Merece la pena destacar un debate que tuvo lugar en la Asamblea nacional de Québec, provincia particularmente afectada por este fenómeno, donde el 97% de la tirada de los periódicos de habla francesa están de ahora en adelante concentrados en manos de dos propietarios, Gesca y Quebecor. Según el Comité permanente del patrimonio canadiense en la Cámara de las Comunas, el grupo Quebecor se encuentra “en una posición dominante [...] sin igual en ninguna otra economía industrializada” (Québec, 2003).

Un año más tarde, y a nivel federal, según el informe intermediario del Comité senatorial permanente de transportes y comunicaciones, Canwest tenía el 28,5% de la cuota de mercado de los periódicos en Canadá, seguido por Quebecor –21%–, Torstar –13,8%– y Gesca –9,2%– en 2003 (Canadá, 2004: 8), lo que suponía cuatro empresas que concentraban el 72,5% del mercado. En la radio, diez grupos –siendo los principales Corus, Rogers, Standard Broadcasting, Astral Radio, CHUM y Newcap Broadcasting– compartían en el 2002, el 63% de las estaciones de radio comerciales en el Canadá, contra 50% en el año 2000 (*ibid.*, 15). Finalmente, en el sector de la televisión, los cinco principales grupos propietarios –Bell, Canwest, Cogeco, CHUM y Quebecor– compartían entre sí 68% de todas las estaciones privadas en el 2000, lo que corresponde a un incremento de cerca de 40% con respecto a 1970 (*ibid.*, p. 20). En el 2002, los cuatro grandes grupos propietarios en el exterior de Québec –BCE, Canwest, CHUM y el organismo de radiodifusión público Canadian Broadcasting Corporation (CBC)– captaban un poco menos del 50% del auditorio total, mientras que en el Québec, los tres grupos más importantes –Cogeco, Quebecor y el organismo de radiodifusión público Sociedad Radio Canada (SRC)– compartían más de 60% de la audiencia (*ibid.*, 21-22). El Comité permanente del patrimonio canadiense en la Cámara de las Comunas concluye que “como resultado de estas fusiones y adquisiciones, hay ahora un pequeño grupo de potentes gigantes de los medios en Canadá” al tiempo que señala que si el total de los ingresos de esos grupos se eleva a más de 12,5 mil millones de dólares, estos no figuran entre las más grandes empresas audiovisuales del mundo (Canadá, 2003).

Dicho esto, si creemos lo afirmado por Werner Meier (Werner Meier, 2005), pocos investigadores se interesaron específicamente al asunto de la concentración creciente de la propiedad en el sector de los medios. En América del Norte, podemos recordar los trabajos de Ben Bagdikian en los

Estados Unidos, autor entre otros del libro *Media Monopoly*, y en Canadá los trabajos de James Winter, entre otros autor de *Democracy's Oxygen, How corporations control the News* (Winter, 1997). En la versión más reciente del año 2004, Bagdikian considera que la información está esencialmente controlada por cinco empresas. Ahora bien, aunque se hable de una mayor concentración y de un contenido ideológicamente orientado –Bagdikian menciona el punto de vista de los dirigentes de empresas – se discute muy poco de lo que pasa en el interior de las organizaciones. Incorporamos aquí una crítica que había sido formulada en 1988 a un libro redactado por Edward S. Herman y Noam Chomsky y del cual se había hablado mucho: *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. En cierta medida, ¿no se conformaban estos autores en yuxtaponer elementos de análisis sin mostrar en qué medida estos elementos estaban relacionados entre sí? Vincent Mosco nos invita a ir más allá de la simple constatación: “repensar la economía política implica reconocer que, aunque importantes, el tamaño de las empresas y la concentración no son más que puntos de partida para comprender la transformación de la industria de las comunicaciones. La reestructuración global permite adoptar numerosas estrategias con el propósito de extender su control, desde la forma del conglomerado a las alternativas más flexibles”. (Mosco, 1996: 198).

## 2. De la concentración de capital a la producción de la información

Toca ahora sentar las bases de una investigación sobre el análisis de los vínculos entre la propiedad de las empresas mediáticas y el contenido informativo y cultural, a partir de un análisis del estado de la cuestión de lo que se ha escrito sobre el tema, desde hace varias décadas. La tarea es delicada ya que, como lo dice Bernard Miège, “de la toma de control financiero a la producción de la cultura y de la información, se producen toda una serie de mediaciones que no se podrían *a priori* silenciar” (Miège, 2004: 1).

Es necesario en primer lugar saber que los trabajos que estudiaron los vínculos entre propiedad y contenido se dedicaron sobre todo a la información, siendo más raros los referentes al entretenimiento.

### 2. 1. Dos hipótesis simples y opuestas

Dicho lo que antecede, dos hipótesis principales siguen oponiéndose con respecto a las consecuencias de la concentración sobre la calidad de la información. La primera estipula que la práctica del periodismo requiere recursos humanos y materiales importantes. La concentración permitiría precisamente

aumentar los recursos disponibles y mejorar la calidad general del contenido, en particular, de información, desarrollando por ejemplo nuevas actividades y mejorando las condiciones de trabajo de los periodistas. Para defender esta opinión, el ejemplo más citado es el del grupo Gesca que, al readquirir el diario *Le Soleil*, habría fortalecido considerablemente el contenido del diario de la ciudad de Québec. Ya al final de los años sesenta, los miembros del Comité Davey habían notado que el argumento más convincente en favor de la compra de diarios por una empresa que ya tuviera actividad en ese sector y en otros soportes mediáticos, residía en el hecho de que esta compra podía evitar la muerte de algún contenido (Canadá, 1970: 75). Añadían no obstante que como la principal motivación de los hombres de negocios consistía sistemáticamente en aumentar las ganancias, los beneficios generados a raíz de las adquisiciones no se volvían a invertir proporcionalmente en los diarios, contrariamente a lo que se podría esperar (*ibid.*).

Encontramos aquí la segunda hipótesis según la cual la integración horizontal de la prensa contribuiría sobre todo a mejorar la situación financiera de las empresas gracias a las economías de escala y a los ingresos suplementarios logrados. Reagrupaciones de empresas permitirían favorecer la puesta en común de los recursos en nombre de la racionalización de las actividades, lo que tendría por consecuencia la reducción de los efectivos de personal y de sobrecargar la tarea de los periodistas. Por esta razón, sistemáticamente, en las operaciones de fusión, el organismo encargado de la regulación de la radio, la televisión y las telecomunicaciones canadienses –CRTC– pide que las empresas canadienses respeten el principio de separación de las salas de redacción. No obstante, para los miembros del organismo de regulación, la actitud que debe adoptarse debe ser flexible, con el fin de encontrar medios específicos susceptibles de garantizar el ejercicio de la libertad editorial en las empresas, sin que por ello se imposibiliten las sinergias económicas y empresariales, que no afecten a dicha libertad (Trudel, 2000). Para algunos, la impermeabilidad entre las redacciones no es más que un mito, ya que con el tiempo los canales de intercambio o “asociaciones” se desarrollan entre las salas de prensa de manera informal. Por otra parte, más concretamente en el grupo Gesca, se habló durante estos últimos años de la reducción de los tamaños de las redacciones de los diarios regionales, como *Le Droit* de Gatineau-Ottawa, *Le Quotidien* de Chicoutimi o *Le Nouvelliste* de Trois Rivières, y se observó que algunos periodistas ejercían un doble empleo, especialmente si se les comparaba con sus homólogos de los diarios de las dos ciudades francófonas principales, *La Presse* en Montreal y *Le Soleil* en Québec. Según Armande Saint-Jean y Alain Péricard (Saint-Jean y Péricard 2004: 42 ss.), el temor de ver los medios de comunicación locales pasar a ser simples sucur-

sales que servirían de fuentes de información locales baratas parece manifiestamente vivo en las regiones.

## *2.2. Otras hipótesis más complejas*

Frente a estas dos hipótesis tradicionalmente opuestas, es posible presentar otras que tengan más en cuenta la complejidad de las situaciones.

Christian Pradié (Pradié, 2005) nos invita a distinguir cuatro tipos de empresas: (1) las empresas con un tipo de control mutualista, que se corresponden con fundaciones, cooperativas o sociedades civiles de redactores; (2) las sociedades que son de propiedad exclusiva de empresarios con fuerte rai-gambre familiar; (3) aquéllas de las que una parte de los fondos propios procede de la apertura del capital a la financiación de los mercados financieros, mediante el aumento de capital de la empresa y la introducción de la cotización de sus acciones en la bolsa, pero con un control familiar relativo; (4) y finalmente aquéllas dónde el control se da en ausencia de un bloque propietario dominante. En este último caso, Christian Pradié afirma que “la gestión de actividades comunicacionales se encuentra así vinculada con la obligación de un objetivo de rendimiento situado hoy en torno a un 15% al año del montante de los fondos propios” (Pradié, 2005: 87) mientras que las empresas familiares no se ven obligadas a remunerar los capitales obtenidos por terceros.

Philippe Bouquillion (Bouquillion, 2005) llama nuestra atención sobre la importancia de no adoptar una posición demasiado determinista ya que es importante distinguir la concentración del capital donde ocurre una reducción del número de centros de decisión independientes y la posible concentración industrial que existe solamente a partir del momento en que la concentración del capital conduce a verdaderas sinergias industriales en términos de producción, difusión y valorización. Por otra parte, pueden existir situaciones donde el control de la gestión y la propiedad de la sociedad (conferida por la propiedad de las acciones) se desconectan. Además, parece pertinente distinguir las estrategias y las táctica que son guiadas por objetivos esencialmente financieros a corto plazo de las lógicas industriales cuya imposición se hace sentir a más largo plazo.

Philippe Bouquillion considera así que un gran número de operaciones constituyen antes que nada *golpes* financieros y se basan en una lógica a corto plazo de oportunidades de adquisiciones. Los actores financieros se interesan en estos *golpes* porque son vistas como oportunidades de aumento de sus resultados; y eventualmente como posibilidad de orientación de las eleccio-

nes estratégicas de las empresas. Los gestores se consideran por su parte más aptos a tener influencia sobre los consejos de administración cuando el accionariado está fragmentado. No obstante, puede haber contradicción entre lógicas financieras e industriales. Así, operaciones de fusión pueden implicar situaciones de endeudamiento considerables. Además, las operaciones estrictamente financieras no consiguen inevitablemente una mejora de las condiciones de explotación. En consecuencia, Philippe Bouquillion considera que “más que diversificarse en distintos ámbitos, cierto número de grupos se centran en uno o dos ámbitos suficientemente coherentes para que dentro de cada uno de ellos puedan existir sinergias industriales.” Estos ámbitos corresponden a “sectores”, es decir a conjuntos de actividades coherentes estructurados alrededor de la creación, producción, difusión y valorización o consumo de un producto, o de un mismo conjunto de productos sobre el mercado (Bouquillion ,2005: 125-126).

Además, los cambios introducidos en las empresas reorganizadas a raíz de operaciones de fusión dependen también de la naturaleza del trabajo efectuado en éstas, en particular, a través del lugar del trabajo intelectual en la producción: “las tentativas de racionalización del contenido por parte de las direcciones de las empresas, de grupos o de polos son aún más difíciles de poner en práctica si el valor de un producto cultural está vinculado a la inserción de la contribución de un trabajador artístico o intelectual dado” (Bouquillion , 2005: 125). En un orden de ideas similar, la existencia de distintos tipos de convenios colectivos, que defienden más o menos los intereses de los periodistas, puede también jugar un papel importante. Por otro lado, convendría cuestionarse las reconfiguraciones organizacionales elegidas en función de los distintos tipos de estructuras (polo, empresa, grupo, etc). En relación a esto, los miembros de la comisión Kent habían concluido que a medida que nos alejamos del estatuto de empresa independiente, el servicio prestado –la información–, perdía su importancia en favor de la búsqueda del rendimiento financiero (Canadá, 1981). Sería necesario también ver en qué medida el hecho de que las actividades de información permanezcan al centro de las actividades de un grupo como Quebecor constituye un diferente caso del de Gesca, donde los medios de comunicación solo cuentan por una escasa parte del conjunto de actividades del grupo Power Corporation Canada.

Es también importante interesarse por las estrategias industriales que buscan el desarrollo de sinergias en mega-empresas. Philippe Bouquillion escribe en este sentido que “el papel estructurante de los polos y grupos de comunicación reside esencialmente en la capacidad que ofrecen de desarrollar



sinergias de actividad, que podemos también nombrar “poder de mercado.” Los polos y los grupos funcionan entonces como organizadores de la escasez y como instancias de adquisición de posiciones dominantes. El poder de mercado confiere ventajas competitivas considerables. La “competencia” se falsea, es decir las condiciones de actividad de los distintos polos y grupos son muy diferentes según el poder de mercado que dispongan. Las estrategias de integración vertical y diversificación horizontal permiten realizar importantes economías de escala, por ejemplo efectuando despidos y garantizando la circulación de los recursos dentro del polo con el fin de “concentrar la realización del valor añadido en el sector más interesante para el polo” (Bouquillion, 2005, p.134). Por otra parte, los polos pueden utilizar sus posiciones dominantes en un sector para invertir en otro pero en este caso hipotético, las sinergias industriales son mucho más difíciles de alcanzar.

En Canadá, la formación de grupos presentes en varios sectores de información no es una novedad. Pensemos por ejemplo en la creación de la primera radio francófona CKAC, en Montreal, por los propietarios del diario *La Presse* en 1922. No obstante, la tendencia más reciente muestra claramente el fortalecimiento de la propiedad cruzada, mientras que Canadá es caracterizado por una política poco apremiante en este ámbito. La empresa Quebecor es emblemática en este sentido con una presencia en todos los sectores de la prensa escrita (diarios, semanarios y revistas), en las estaciones de radio y televisión convencional y especializada así como en la producción televisiva, la distribución de servicios con el cable e Internet.

Y si en los otros grandes grupos como BCE, Canwest y Rogers, hay una determinada compartimentación entre las actividades –BCE incluso se retiró ampliamente del sector de los medios de comunicación con la venta de Bell Globemedia– Quebecor se conoce por las numerosas tentativas de búsquedas de sinergias en su interior. Por otra parte, algunas tentativas de búsquedas de sinergias condujeron a preguntarse sobre el mantenimiento de una separación entre contenido informativo, de divertimento y publicitario. Así pues, en 2003, la dirección de Quebecor pidió a la redacción del *Journal de Montréal* que publicase un texto sobre la tele realidad. En realidad, se trataba de un publlirreportaje efectuado en beneficio de los programas de la cadena del grupo TVA, cuando éstos ya eran elogiados en las revistas del grupo y en el sitio web Canoë, y que por otra parte solo podían ser vistos por los suscriptores al servicio de cable Videotron. Finalmente, los periodistas se negaron a redactar el contenido de este artículo, el cual fue posteriormente escrito por profesionales independientes contratados especialmente para tal propósito. Estas prácticas podrían fácilmente multiplicarse a largo plazo, de ahí la hipó-

tesis de una hibridación del contenido basado en el desarrollo de la promoción cruzada. En relación a este tema, Florian Sauvageau declaró en el Comité senatorial: “Las tendencias fundamentales son hacia la promoción cruzada y que todas las empresas de un mismo grupo trabajen obviamente para el éxito del grupo. En el caso de Quebecor, con *Star Académie*, se redactaron noticias que se volvieron casi más importantes que la guerra en Irak y las elecciones en Québec. Es un fenómeno bastante extraordinario” (Canadá, 2004: 98). Pero mientras que el profesor de la Universidad Laval ve la promoción cruzada como un fenómeno negativo, otros actores que también se expresaron frente al Comité senatorial adoptaron una opinión menos crítica. Tal es el caso de Charles Dalfen, el Presidente del CRTC y de Luc Lavoie, miembro de la dirección de Quebecor, quienes afirmaron que esto habla positivamente de los artistas del país. Las sinergias entre filiales de una misma empresa permitirían en realidad el fortalecimiento las industrias culturales canadienses.

Por último, cabe lanzar una última hipótesis: el riesgo de conformismo ideológico, ejemplificado por el caso CanWest Global. La dirección del grupo intentó imponer la publicación de un mismo editorial, concebido en la sede de CanWest en Winnipeg, al conjunto de sus diarios, lo que inmediatamente causó reacciones negativas en las redacciones locales. No es asombroso por lo tanto que varios testigos que se expresaron frente al Comité senatorial permanente de transportes y comunicaciones (*ibid*, 79), hayan hablado de las políticas editoriales observadas en los diarios que pertenecían a esta cadena, y sobre todo de la tentativa de adopción de una política editorial nacional, así como del predominio de CanWest Global en el mercado de Vancouver, donde la sociedad es propietaria de los dos diarios locales y de la emisora de televisión local con mayor audiencia. Los dirigentes del grupo son conocidos por sus posiciones conservadoras y se establece un paralelismo con el desarrollo de proyectos del grupo dirigido por Rupert Murdoch. Por otra parte, en los Estados Unidos, Robert McChesney defiende la idea según la cual existen estrechos vínculos entre la concentración del capital de las empresas de radio y un sesgo hacia la derecha de los programas (McChesney, 2003: 129).

### **3. La concentración entre otros factores**

Dicho lo que antecede, estas hipótesis no son tampoco forzosamente nuevas. Gaëtan Tremblay y Roch Harvey pusieron de manifiesto que el *infotainment*, neologismo nacido de la contracción de los términos información y *entertainment*, es una de las consecuencias del aumento, a partir de los años ochenta, de la competencia entre emisoras de televisión en el mercado de Montreal (Tremblay, 1993). En consecuencia, en este trabajo de análisis del

estado de la cuestión, proponemos<sup>1</sup> ubicar la concentración en medio de otros factores que pueden tener una influencia sobre la evolución de la organización de la producción informativa y cultural en las empresas que practicaron las operaciones de fusión. Así pues, una adquisición de participación en el capital de una empresa puede ser minoritaria pero resultar decisiva en las estrategias que atañen a la organización del trabajo y a la producción de contenido informativo y cultural. Es incluso posible que una programación esté organizada casi al 100% por una empresa que no participa en el capital del difusor. Es por ejemplo el caso del grupo Fox, que proporciona la parte fundamental de su contenido a la cadena Fox Deportes World Canadá sin poseer la menor parte de su capital, el cual es propiedad de CanWest. Por otra parte, el control de la dirección y la propiedad de la sociedad pueden no estar directamente vinculados.

En esta perspectiva, la concentración no sería inevitablemente la causa de la tendencia al entrecruzamiento entre información y entretenimiento, así como al cuestionamiento de las fronteras entre información y publicidad o relaciones públicas. Efectuando una investigación basada en entrevistas con periodistas y dirigentes que trabajan en TQS, Judith Dubois pone de manifiesto que el impacto más sorprendente de la adquisición de TQS por Quebecor en 1997 se sitúa en mayor medida en el método de gestión que en el de las inversiones en la información. Es esta reorganización la que tuvo como efecto el aumento de la carga de trabajo y el deslizamiento hacia la información-espectáculo (Judith Dubois, citada en el informe de la Comisión de la cultura de la Asamblea nacional de Québec sobre la concentración de la prensa, 2001).

En el mismo orden de ideas, la concentración no habría sido irrevocablemente la causa de la lógica de circularidad según la cual los productos informativos y culturales se fabrican los unos con relación a los otros. Constatamos por otra parte que este fenómeno de circularidad se desarrolla también, fuera incluso de vínculos capitalísticos, por la simple creación de alianzas. Es por ejemplo el caso entre el diario del grupo Gesca *La Presse* y el organismo de radiodifusión público Sociedad Radio Canadá (SRC). Los acuerdos tácitos entre empresas son aún más probables cuando el número de protagonistas en un mercado es escaso. Además, la concentración no es tampoco suficiente para conseguir sinergias, entre otras razones porque entre sectores de información, las culturas organizativas pueden ser muy diferentes. La concentración desempeñaría otra vez un papel acelerador entre otros factores, quizá más fuerte en Canadá que en otros países debido al pequeño tamaño del mercado que, además, se divide entre anglófonos y francófonos.

#### 4. Conclusiones

Entonces, ¿qué se puede concluir de este estado de la cuestión?. Es importante tener en cuenta que la concentración del capital constituye una tendencia que, aunque no sea nueva, se aceleró al correr de los años. Ciertamente, desde el último cuarto de siglo, el número de fuentes de información aumentó, en particular, en el sector de la televisión especializada. Pero, por una parte, las creaciones en este sector contribuyeron sobre todo a aumentar el contenido de entretenimiento y, por otra parte, las empresas intentaron frustrar la fragmentación de las audiencias volviéndose propietarias o socias de un gran número de estos nuevos canales especializados.

En el estado actual de conocimiento, no sabemos con exactitud cuáles son los vínculos entre los cambios en curso en el capital de las empresas de información y la producción de contenido informativo y cultural. El trabajo anteriormente mencionado sobre las hipótesis posibles nos permite, a pesar de todo, concluir que, de manera general, estos vínculos dependen a la vez de las estrategias de los principales protagonistas del sector, por ejemplo en términos de reorganización de las filiales y de las lógicas que éstos siguen –los distintos tipos de concentración (horizontal, vertical, cruzada y conglomeral)– y según la manera en que estas estrategias y estas lógicas se traducen a diario en las actividades de las organizaciones. Y finalmente, lo que quizá sea nuevo, es que el proceso de concentración tiende a acelerar algunas tendencias que ya se están desarrollando en el marco de la industrialización y de la mercantilización de la información: la sobrecarga de tareas para los periodistas, el trabajo de oficina creciente que se realiza, al mismo tiempo que una disminución de las investigaciones in situ, o de la frontera cada vez más borrosa entre información y entretenimiento, publicidad y relaciones públicas.

En consecuencia, es mejor abordar tendencias como la concentración de la propiedad como un factor entre otros, comenzando por los procesos de industrialización y mercantilización, susceptibles de influir sobre las modalidades de producción en las industrias de la cultura, la información y la comunicación. Al tiempo que nos interrogamos sobre una cuestión clave en epistemología en ciencias sociales y humanas, que es el de la relación de causalidad (véase a este respecto Pires, 1993).

**Notas:**

---

<sup>1</sup> Esta parte del texto es en buena parte resultado de los intercambios durante los seminarios que reunieron Philippe Bouquillion, Yolande Combès, Juan Carlos Miguel de Bustos, Daniel Paré, Gaëtan Tremblay y el autor en el 2005, para solicitar una subvención de investigación del Consejo de Investigación en Ciencias Humanas (CRSH) de Canadá (programa IDR 2004-2005).

## Referencias bibliográficas

---

- BAGDIKIAN, Ben (2004). *The New media Monopoly*, Boston : Beacon Press.
- BOUQUILLION, Philippe (2005). La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication: entre coups financiers et intégration de filières industrielles. **En:** *Réseaux*, Vol. 23, n° 131, p. 111-144.
- BUSTAMANTE, Enrique (2004). Cultural Industries in the Digital Age: Some Provisional Conclusions. **En:** *Media, Culture & Society*, vol. 26, n° 6, p. 803–820.
- CALABRESE, Andrew (2004). Toward a Political Economy of Culture. Capitalism and Communication in the Twenty-First Century. **En:** Andrew CALABRESE et Colin SPARKS (ed.). *Toward a Political Economy of Culture*. Rowman and Littlefield Publishers, p. 1-12.
- CANADA, Comité sénatorial permanente de transportes y comunicaciones (Presidente Joan Fraser) (2004). *Rapport intérimaire sur les médias canadiens d'information*, avril, <http://www.parl.gc.ca/37/3/parlbus/commbus/senate/com-f/tran-f/rep-f/rep04apr04-f.htm>.
- CANADA, Comité permanente del patrimonio canadiense en la Cámara de comunas (Presidente Lincoln CLIFFORD) (2003). *Notre souveraineté culturelle. Le deuxième siècle de la radiodiffusion canadienne*, juin, <http://www.parl.gc.ca/committee/CommitteePublication.aspx?SourceId=37523>.
- CANADA, Ministère du patrimoine canadien, LAVOIE, Marie-Hélène et DORMAN, Chris (2001). *La concentration de la presse écrite. Un "vieux" problème non résolu*. **En:** Florian SAUVAGEAU (ed.), Centre d'études sur les médias (CEM), [http://www.pch.gc.ca/progs/acca/progs/esm-ms/prob2\\_f.cfm](http://www.pch.gc.ca/progs/acca/progs/esm-ms/prob2_f.cfm).
- CANADA, Commission royale sur les quotidiens (Presidente Tom Kent) (1981). *Rapport de la Commission royale sur les quotidiens*, Ottawa, Ministre des Approvisionnement et Services Canada.
- CANADA, Commission royale d'enquête sur les groupements de sociétés (Presidente Robert B. BRYCE) (1978). *Rapport de la Commission royale d'enquête sur les groupements de sociétés*, Ottawa, Ministre des Approvisionnement et Services Canada.
- CANADA, Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse (Presidente Keith DAVEY) (1970). *Rapport du Comité spécial du Sénat sur les moyens de communications de masse, Volume 1, Le miroir équivoque*, Ottawa, Imprimeur de la Reine.
- CENTRE D'ÉTUDES DES MÉDIAS (CEM) (2001). *La propriété croisée des médias au Canada*, CRTC, Patrimoine canadien, Ottawa,

- Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux, <http://www.cem.ulaval.ca/concentration.html>.
- HERMAN Edward S., Noam CHOMSKY (1988), *Manufacturing consent : the political economy of the mass media*, New York : Pantheon Books.
- CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC) (1999). Avis public 1999-97, <http://www.crtc.gc.ca/archive/FRN/Notices/1999/Pb99-97.htm>.
- ION Jacques; Alain LEFÈVRE, Bernard MIÈGE, René PÉRON (1978). *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- MEIER, Werner A. (2005). Media concentration governance : une nouvelle plate-forme pour débattre des risques? **En**: *Réseaux*, vol. 23, n° 131, p. 17-52.
- MIÈGE, Bernard (2004). Considérations et propositions méthodologiques sur les mutations en cours dans les industries culturelles et informationnelles. Intervención en el *séminaire de la Maison des sciences de l'homme* (MSH) de Paris-Nord, enero.
- MCCHESENEY, Robert (2003). Theses on Media Deregulation. **En**: *Media, Culture & Society*, vol. 25, p. 125-133.
- MOSCO, Vincent (1996). *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*. Londres, Thousand Oaks, New Delhi : Sage.
- PIRES, Alvaro (1993), Recentrer l'analyse causale ? Visages de la causalité en sciences sociales et recherche qualitative. **En**: *Sociologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, pp. 191-209. [http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires\\_alvaro/recentrer\\_analyse\\_causale/recentrer\\_analyse\\_causale.html](http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires_alvaro/recentrer_analyse_causale/recentrer_analyse_causale.html).
- PRADIÉ, Christian (2005). « Capitalisme et financiarisation des industries culturelles. **En**: *Réseaux*, vol. 23, no 131, p. 83-109.
- QUÉBEC, Comité conseil sur la qualité et la diversité de l'information (Presidente Armande SAINT-JEAN) (2003). *Rapport final. Tome 2. Les effets de la concentration des médias au Québec : problématique, recherche et consultations*, janvier, <http://www.reseau-crem.qc.ca/projet/qui3.htm>.
- QUÉBEC, Centre d'études sur les médias (CEM), (2001). *La Concentration de la presse à l'ère de la « convergence »*, dossier remis à la Commission de la culture de l'Assemblée nationale du Québec, <http://www.assnat.qc.ca/fra/publications/rapports/rapcc2.html>
- QUÉBEC, Comisión de la cultura de la Asamblea nacional de Québec (2001). *Mandat d'initiative portant sur la concentration de la presse*, <http://www.assnat.qc.ca/fra/Publications/rapports/rapcc3.html>.
- TREMBLAY Gaëtan; Roch HARVEY (1991). Évolution des stratégies de

programmation des radiodiffuseurs conventionnels, **En: *Communication***, vol. 12, n° 2, p. 53-79.

TRUDEL, Pierre (2000). *Les mécanismes afin d'assurer l'autonomie éditoriale en situation de propriété mixte*. Anexo a la mémoire de *Quebecor media*, diciembre, [http://www.quebecor.com/htmlfr/0\\_0/pdf/annexeB.pdf](http://www.quebecor.com/htmlfr/0_0/pdf/annexeB.pdf).

WINTER, James (1997). *Democracy's oxygen : how corporations control the news*. Montréal: Black Rose Books.