

“Oligopolio de medios y libertad de expresión”



Universidad Nacional de La Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Director:

Dr. Carlos Giordano

Alumnos:

Alfaro, Juan Ignacio

Lahiteau, Luciano

Maradeo, Julián

Sres. Miembros
Consejo Directivo

Me dirijo a Uds. con el objeto de avalar la presentación de la Tesis “El oligopolio de medios y la libertad de expresión” realizada por los alumnos Luciano Lahiteau, Julián Maradeo y Juan Ignacio Alfaro bajo mi dirección. El trabajo representa un aporte invaluable para la comprensión ampliatoria del tema de concentración de medios en la Argentina contemporánea, sobre todo en el presente donde la posibilidad de cambio de la Ley de Radiodifusión ha puesto en cuestión la aparente “naturalidad” del ordenamiento normativo en el campo. La seriedad del trabajo de campo realizado más la capacidad analítica del equipo, me habilita a este aval.

Sin más, aprovecho la oportunidad para saludarlos muy atte.

Dr. Carlos J. Giordano

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

“El oligopolio de medios y la libertad de expresión”

Programa: Comunicación, medios, política y periodismo

Director: Dr. Carlos Giordano

Fecha de entrega: Septiembre de 2009

La investigación versa sobre cómo el oligopolio de medios de comunicación afecta el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en un sistema democrático, donde el mencionado derecho es piedra basal. La comunicación social en Argentina está inscripta en un sistema de medios regido por políticas heredadas de un proceso económico que, bajo banderas neoliberales, formó un oligopolio de medios que impide el pleno ejercicio de los ciudadanos, paralelo a una economía general que también se volcó hacia la concentración. En el trabajo aparecen las voces del especialista en Derecho de la Comunicación, Damián Loreti; la Secretaria Adjunta del Sindicato de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), Lidia Fagale; los especialistas en Teorías de la Comunicación Guillermo Mastrini y Martín Becerra; el Presidente de FOPEA (Foro de Periodismo Argentino), Gabriel Michi; el columnista de Página 12, Mario Wainfeld y el Gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín, Martín Etchevers. En relación a la actualidad del sistema de medios, el Poder Ejecutivo Nacional presentó en marzo de 2009 un anteproyecto de ley sobre Servicios de Comunicación Audiovisual. Acerca del mismo los entrevistados responden analizando su capacidad y se incluye en el trabajo el análisis de Gabriela Cicalese, Doctora en Comunicación y directora del Centro de Comunicación La Crujía; y de María Cristina Mata, docente e investigadora de la comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

Palabras clave: concentración, comunicación, democracia, oligopolio, medios, derecho, libertad, expresión, política.

Alumnos:

Luciano Lahiteau
14239/1
lucianolahiteau@yahoo.com.ar
Celular: 0221-155074701
Calle: 25 N° 4415 - Manuel B. Gonnet

Julián Maradeo
12364/6
julianmaradeo@hotmail.com
Celular: 0221-155088798
Calle 4 N° 633 Dpto: 2ª B

Juan Ignacio Alfaro
14113/7
juanignacioalfaro@yahoo.com.ar
Celular: 0221 – 155722786
Calle 46 N° 668 Dpto. 5

Desarrollo de la carrera en las sedes de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social ubicadas en Diagonal 113 y 63 y Avenida 44 N° 676.

Indice

Introducción	6
Perspectiva comunicacional	11
Investigaciones anteriores	15
Sobre el método	19
Cambios en el mapa mediático argentino	22
Desarrollo de las entrevistas	33
Acerca del anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	78
Conclusiones	109
Disciplinamiento	109
Redistribución regresiva de la palabra	112
Ejemplo	118
Fuentes	122

Introducción

Inscrita en el área de Comunicación, Medios, Política y Periodismo, nuestra investigación versa sobre concentración de medios de comunicación y libertad de expresión. La problemática que se plantea alrededor del tema es cómo el oligopolio de medios de comunicación afecta el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en un sistema democrático, donde el mencionado derecho es piedra basal.

Quizá no haya mejor argumento para desarrollar una justificación de este trabajo que el dado por la Relatora Especial para la Libertad de Expresión de la Corte Interamericana para los Derechos Humanos (CIDH), Catalina Botero Marino: *“a veces nos preguntan por qué atendemos tanto a este derecho y no a los demás que también son violados continuamente. Les respondemos: ‘porque mediante la protección de la libertad de expresión se detiene el resto de las violaciones a los derechos humanos’*”. En el presente, a causa de la concentración de medios de comunicación y la desprotección del Estado, el derecho a la libertad de expresión es vulnerado tanto por el flanco privado como por el estatal.

Dentro del campo de la comunicación, que ha venido evidenciando un recorrido hacia el reconocimiento del “otro”, desde las teorías de la aguja hipodérmica, pasando por los espacios de con-saber hacia la definición de comunicación/cultura, toma un carácter de estricta necesidad el hecho de entender a la comunicación como un espacio de y para todos los actores. En este sentido, el capital cultural comunicación de las sociedades democráticas latinoamericanas exhibe una deuda al presentarse la libre expresión como privilegio de pocos, el oligopolio es una muestra palmaria de ello. En esa grieta se ancla nuestra investigación, proponiendo que no puede concebirse la comunicación en democracia sin pluralidad. Es decir, sin que se

inscriba en la superficie de representación mediática las diferentes, diversas y complejas realidades.

Por este motivo, el aporte estará dado por la confrontación de puntos de vista esbozados por distintos actores de la sociedad que se relacionan con el objeto de estudio de distintas maneras. Fue a través de entrevistas que se puso en juego diversos saberes. Para este fin, entrevistamos al especialista en Derecho de la Comunicación, Damián Loreti; a la Secretaria Adjunta del Sindicato de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), Lidia Fagale; a los especialistas en Teorías de la Comunicación Guillermo Mastrini y Martín Becerra; al Presidente de FOPEA (Foro de Periodismo Argentino) y periodista, Gabriel Michi; al columnista de Página 12, Mario Wainfeld y al Gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín, Martín Etchevers.

Reconocemos a este carácter agonístico y, por qué no, mayéutico de la entrevista como el más fértil en un sistema democrático de gobierno en el que se concibe como piedra angular la diversidad de puntos de vista y la posibilidad de expresarlos de diferentes modos.

Finalmente, el aporte estará dado en la conclusión que enmarca las entrevistas en un proceso de investigación del tema elegido, dejando como base informativa un nuevo paso hacia el trabajo de esta temática.

En estrecha relación con los fundamentos epistemológicos, esta temática tiene inevitable influencia directa sobre la vida cotidiana de los ciudadanos de la Argentina actual. Es así que cada día en la pantalla o en la tapa de los diarios, la comunicación pone en cuestión su valor una y otra vez. Que los oligopolios existan es un precio demasiado alto para las sociedades llamadas del tercer mundo, caracterizadas como subdesarrolladas. Como se plantea el estado de situación, la concentración y el oligopolio son enemigos de lo que

entendemos por comunicación en una sociedad democrática. Sin embargo, y encontrando causas en procesos económicos y sociales que describimos en nuestra conclusión, la década del '90 concibió un actor clave: el multimedio¹.

Las modificaciones, decretos mediante, a la Ley de Radiodifusión N° 22.285 y el Tratado de Promoción y Protección de Inversiones Recíprocas con EE.UU. (Ley N° 24.124, 1991) facilitaron la concentración de los medios de comunicación. Los emblemas de la década anterior fueron Clarín y CEI-Citi Corp. Desde el gobierno de Carlos Menem se promovió el control de un sector por pocas manos, como, por caso, lo puso de manifiesto el Instituto de Prensa y Sociedad mediante su índice para Latinoamérica, *Four Firm Concentration Rates*, entre los cable operadores: “*el primer operador (en cada país) acapara, en promedio, más del 30% del mercado, mientras que los cuatro primeros superan el 80%*”.

A esto debe añadirse el lobby para que no sea modificada la Ley de Radiodifusión por una más inclusiva que restrinja la tendencia concentradora de la economía nacional. En palabras de León Guinzburg “*once anteproyectos de Ley de Radiodifusión concebidos para reemplazar a la antidemocrática y procesista 22.285 durante el período Alfonsín y seis durante la gestión Menem abortaron ante la acción de los lobbies mediáticos*”².

En el entramado de las estructuras mediáticas de los multimedios, no hay que soslayar la diversificación de inversiones que trasciende el mundo de la comunicación ni las relaciones entre las

¹“La concentración mediática se expresa en la figura del ‘multimedio’, el cual como prototipo está constituido por la empresa que es propietaria de un diario, una revista, explota un canal de televisión, una radio AM con su FM complementaria y –a partir de la ola de otorgamiento de permisos- un circuito cerrado de televisión por cable o codificado, más la eventual participación en agencias de noticias proveedores de papel”. Pág. 172. **“Panorama actual jurídico-comunicacional de la radiodifusión en Argentina”**. Eliades, Analía. Oficios Terrestres 2007

² Pág. 28 **“El Interés Público”**. Guinzburg, León, en *Encrucijadas*, Año 1, N°9.2001.

poderosas empresas para barrer con la competencia³. En el trabajo “*Convertibilidad, Endeudamiento y Devaluación de la Economía*” Glenn Postolski y Gustavo Bulla lo ilustran con otro dato: “*En la televisión por cable en un período de menos de 5 años se pasó de más de 1200 pequeños operadores (sobre todo en el interior) a 4 grandes MSO (VCC, Cablevisión, Multicanal y Fincable de Telefe)*”.

El 18 de marzo pasado, la presidente Cristina Fernández de Kirchner presentó el Anteproyecto de Ley de Contenidos Audiovisuales en el Teatro Argentino de La Plata. El borrador, apoyado en la propuesta elevada por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, fue discutido en 23 foros a lo largo del país entre el 6 de abril y el 16 de junio. En el momento que escribimos estas líneas el anteproyecto está siendo revisado para ser presentado en el Congreso.

Aportemos unos apuntes que podrán revisarse con el acontecer de los hechos. Durante los meses que transcurrieron entre la presentación y el último foro desde dos lugares en particular se atacó la propuesta. Desde el Grupo Clarín y sus antemurales, Adepa, la Sociedad Interamericana de Prensa y la Asociación Empresaria Argentina, y desde la oposición en las vísperas de los comicios legislativos llevados a cabo el 28 de junio. La participación de ambos está registrada sintéticamente en la charla realizada en la Biblioteca Nacional, organizada por ETER, de la cual participaron Néstor Piccone, Mariana Moyano, Martín Etchevers y Silvana Giudice. La transcripción puede consultarse en Anexos.

Vale señalar algunos aspectos sobre las intervenciones de los últimos dos: Martín Etchevers y Silvana Giudice . La diputada radical basó sus argumentos en las contradicciones de los sendos gobiernos

³ Esta estrategia fue denominada “*políticas de precios predatorios*”: “Política por la cual las empresas bajan temporalmente sus precios hasta sacar a las empresas más débiles del mercado”. “*Concentración de medios*”. Mastrini, *Guillermo* y Becerra, Martín en <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/>

kirchneristas, que beneficiaron a los grupos mediáticos de diversas maneras, hasta que hubo un choque de intereses cuyo clímax fue los sucesos conocidos tras la Resolución 125. Cabe remarcar que Giudice se refirió, aunque tímidamente, tanto a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación como a las presiones que reciben los periodistas no sólo desde los Estados nacional, provincial y municipal sino también de parte de los empresarios. Esto no llamaría la atención si no fuese que en sus columnas en el diario Clarín no hubo registro de estos y otros aspectos relevantes para enmarcar la discusión.

En tanto, en la exposición de Etchevers, en dicha charla en calidad de representante de Adepa, sacó a superficie dos elementos que podían estar solapados hasta ese momento. El primero es que como representante de la mencionada entidad reiteró los argumentos que esgrime comúnmente el Grupo a la hora de criticar cualquier cambio que pueda rasguñar un poco siquiera sus intereses. El segundo es que puso en las narices de todos los presentes una hábil maniobra retórica para desviar el eje de una de las preguntas y recaer en un razonamiento que lleve el agua a su molino.

Verbi gracia: ante la pregunta de alguien de la audiencia: “*¿Qué opinan de la problemática de la precarización laboral como forma de presión de los empresarios a los periodistas?*”. Etchevers respondió: “*Creo que se ata con la posibilidad de que se generen espacios, incluso desde las políticas de Estado, para una mayor sustentabilidad de los medios. Cuando uno mira qué están haciendo en EE.UU., un especialista de una consultora en medios muy reconocida daba el dato que se calcula que para fines de 2009, principios de 2010, un tercio de los diarios pueden estar en concurso preventivo, cuando uno ve que en Francia el Estado ha hecho un aporte de 600 millones de Euros para asistir a los diarios, para que los diarios de papel puedan seguir saliendo, cuando uno ve que en España algo similar viene sucediendo, ya que han rebajado el IVA al precio de la tapa de los diarios, han*

permitido que de las seis cadenas abiertas de TV de España puedan fusionarse y quedar tres. Lo que se ve es que hay políticas de los Estados destinadas a la conservación de los medios que están en un período de crisis, me parece que esta ley (N de R: por el anteproyecto) de todo eso se desentiende”⁴.

Sólo sugerimos que observen la línea argumental delineada por el Gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín después de notar que el interrogante preguntaba por *“la precarización laboral como forma de presión de los empresarios a los periodistas”*. Sin embargo, diestramente, corre el objetivo hacia *“las políticas de los Estados destinadas a la conservación de los medios que están en un período de crisis, me parece que esta ley de todo eso se desentiende”*.

Luego de la derrota en los comicios legislativos y los cambios en la composición de ambas cámaras, no son pocos los que dudan con respecto a la presentación del proyecto de ley. Menos aún son los que dudan que si finalmente el Poder Ejecutivo Nacional lo hace, el embate de los principales perjudicados será feroz.

Perspectiva comunicacional

Entendemos a la comunicación de acuerdo a lo postulado por Antonio Pasquali: *“interacción biunívoca del tipo con saber, lo cual sólo es posible cuando entre los dos polos de la estructura relacional rige una ley de bivalencia; todo transmisor puede ser receptor, y viceversa. Prevalece una mutua voluntad de entenderse”⁵*; ya que se vuelve imprescindible el reconocimiento de todos los actores si es que se quiere sostener la línea democrática en cuanto a este concepto.

Para enmarcar esta conceptualización dentro de una teoría de la comunicación que apuntaba a quitar el velo a la dependencia resultante de la manipulación de los medios, se añade la definición de *“relación*

⁴ Ver charla en Anexos.

⁵ Pág. 43. **“Comunicación y cultura de masas”**. Pasquali, Antonio. 2a. Ed. Monte Ávila, 1972

de información”: “aquellas formas de la relacionalidad en que transmisor y receptor pierden la ambivalencia propia del esquema comunicacional, reemplazando el diálogo por la alocución o paréresis. Alocución quiere indicar aquí el discurso unilateral suscitador de una relación de información, que es un decir ordenando sin posibles réplica de la parte receptora”⁶ .

Desde este ángulo, emerge ostensiblemente la importancia de los medios de comunicación y su propiedad en cada sociedad y su desarrollo particular en pos del resguardo de la libertad de expresión, entendida ésta como derecho capital para el libre ejercicio de la ciudadanía en consonancia con la diversidad de puntos de vista.

En sintonía, a través de la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación, Guillermo Mastrini y Martín Becerra⁷ desarrollaron el concepto de concentración de la propiedad de medios de comunicación. Según los autores citados, la concentración en los años '60 tuvo dos dimensiones: geográfica y económica.

La geográfica “hace referencia a la centralización de la producción, distribución y consumo cultural en los grandes centros urbanos”. La económica “se vincula con el complejo entramado de relaciones que tempranamente se estableció entre el poder político, el poder económico y los propietarios de los medios”.

Luego, en los '90, la concentración revistió otras características y, por tanto, el alcance del término se modificó: “en los años 90 se aprecia un contexto de mayor competencia internacional de capitales, con una gran cantidad de acuerdos, compras y fusiones de empresas de medios. (...)El alto nivel de concentración oligopólica de las telecomunicaciones y el audiovisual constituye uno de los elementos que permiten explicar la convergencia, que en términos de Burgelman

⁶ Pág. 57. Ídem

⁷ “**Concentración de Medios**”. Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín
En www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini

remite a la reunión de dos mundos de la comunicación, que gracias a la informática pueden converger en tres niveles: tecnológico, de actores y de servicios”.

Entendiendo las herramientas conceptuales como base ineludible de un satisfactorio desarrollo del proceso de investigación, se refiere a ellas como vehículos conceptuales, también definibles como categorías, que trabajan interactiva y dinámicamente dentro de la ejecución de la investigación y posibilitan un punto común con las circunstancias sociales, ya que las herramientas llegan al plan teniendo su origen fuera de él. En este sentido, el trabajo tiene como núcleo la incompatibilidad actual y conflictividad inherente entre el Derecho a la Libertad de Expresión, desarrollado por el artículo 13 del Pacto de San José de Costa Rica, y la concentración de medios de comunicación.

El mencionado artículo 13 versa sobre “Libertad de Pensamiento y de Expresión”. Aquí serán pertinentes dos incisos: el 1) *“Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”.* Y el 3) *“No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.”*

El territorio de este trabajo hace imperativo formular que la postulada incompatibilidad emerge en un sistema democrático. Por ello adscribimos al posicionamiento de “Una Radiodifusión pública para la Democracia”: *“Esta forma de gobierno presupone que los individuos que forman parte de la comunidad política se informan, analizan y*

debaten sobre aquellas cuestiones públicas que son objeto de decisiones. Para ello, es indispensable contar con la mayor pluralidad de perspectivas posibles sobre los diversos temas de interés general y con la posibilidad de un amplio acceso a los espacios informativos”⁸. Bajo el fin precisar el alcance de lo anterior para el grupo de investigación, agregamos la postura de la CIDH: “los medios masivos de comunicación son los que hacen realidad el ejercicio de la libertad de expresión”⁹.

A lo mencionado es necesario sumar lo manifestado por Natalia Aruguete como síntesis de lo sucedido: *“El concepto de democracia quedó supeditado al ámbito de la administración pública, con la consecuente despolitización de la sociedad civil y la privatización de la toma de decisiones. En este marco, las restricciones en los niveles de participación en el sector de las comunicaciones se convirtieron en indicadores fundamentales a la hora de medir su grado de democratización, entendido no como el pasaje de información, sino como intercambio de sentidos, circulación y apropiación de significación”¹⁰.*

En este aspecto es útil el reciente aporte historicista de Ivan Lello al hacer referencia al reconocimiento jurídico de un sujeto de universal en relación al derecho a la información: *“El reconocimiento jurídico de un sujeto universal respecto del derecho a la información – tal como lo propone Loretto (1997)- es resultado de un proceso histórico que empezó resguardando a los propietarios de la prensa, luego a los profesionales que trabajan en los medios y que finalmente abarca también hoy “con plenos derechos a los que cotidianamente*

⁸ Pág. 6. **“Una Radiodifusión Pública para la Democracia”**. Es un proyecto de la ADC (Asociación por los Derechos Civiles) en colaboración con CIPPEC, Poder Ciudadano, CELS, Asociación Periodistas, FOPEA y FARN.

⁹ Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985

¹⁰ **“Concentración en el escenario comunicacional”**. Aruguete, Natalia. En Realidad Económica 199, 28 de agosto de 2006.

compran y leen periódicos o revistas, escuchan radio o ven televisión”¹¹.

Investigaciones anteriores

Para encuadrar nuestro trabajo en el marco de las investigaciones de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, relevamos trabajos de tesis anteriores donde constatamos lo avanzado hasta el momento con el fin de realizar un aporte preciso al campo de estudio. Fueron analizadas seis investigaciones relacionadas a nuestro tema y se rescatan, de cada una, los aspectos a considerar con vistas a nuestro trabajo. A continuación, enumeramos cada una de ellas con su respectivo comentario.

En la tesis “Elecciones 2003: el candidato ideal de Diario Clarín”, de Pablo Glattstein y Santiago Murphy, se desarrolla el aspecto editorial de Clarín durante las elecciones 2003. En el análisis toma relieve la lectura del corpus seleccionado teniendo en cuenta el posicionamiento del periódico como parte de un grupo con intereses diversos. A lo que debe sumarse el crecimiento del Grupo Clarín y, en 2003, el lobby por una ley que protegiera a las empresas que más se endeudaron durante la década anterior (Ley de Patrimonios y Bienes Culturales N° 25.750 sancionada un mes después de la asunción de Néstor Kirchner).

Por esto no deja de valorarse una respuesta del jefe de los editorialistas, Julio Sevares, a los tesisistas al referirse a la función de una editorial *“la editorial en el diario tiene la función de manifestar la opinión de la empresa, empresa que tiene sus intereses económicos, sus intereses en el mercado, sus alianzas políticas, económicas y su posición política, su visión de lo que hay que hacer”*.

¹¹ “**LEY 22.285 DESDE LA ÓPTICA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN**”. Ponencia de Ivan Lello en el 10° de REDCOM en Salta, desarrollado durante el 4,5 y 6 de septiembre de 2008.

La tesis “El canal que no miramos. La gestión K en la emisora estatal”, de Juan Manuel Iglesias, Juan Pablo Morales y Damián Rodera, trata sobre los distintos sistemas de televisión pública para, luego, recaer en el devenir del sistema argentino a lo largo del siglo XX.

A su vez, hace un repaso de las legislaciones en relación a la radiodifusión concluyendo con un análisis de la ley 22.285 promulgada en 1980.

En tanto, al ahondar en el mandato de Néstor Kirchner, marca que éste realizó una crítica de las políticas neoliberales y prometió la revalorización de los espacios públicos y del Estado como planificador de un proceso democratizador. Para ello, Canal 7 sería reposicionado. Vale remarcar que la tesis toma nota de la promesa de reemplazar la 22.285 y, también, que durante el período analizado (2003-2005) no hubo avance alguno en esa dirección sino, más bien, retrocesos por caso la suspensión del plazo de las licencias llevado a cabo al comienzo de la era Kirchner.

Si bien la tesis hace foco en los problemas estructurales de Canal 7 para explicar las condiciones de gestión política, no deja de enfatizar las continuas presiones, y posteriores acuerdos, que en materia de comunicación tolera el gobierno.

“La construcción de la noticia en Clarín”, de Ana Lina Doti, Mariela Napolitano y Mara Riccio, versa sobre la noticia como reconstrucción de la realidad, la edición periodística como instancia institucional en los medios gráficos, el Manual de Estilo de Clarín del año 1997 y, finalmente, sobre la identidad del periódico perteneciente a una empresa con otros intereses.

En cuanto al primer aspecto, la noticia como reconstrucción de la realidad, cabe decir que señalan tres aspectos a tener en cuenta: la demanda informativa del público, el interés del medio por dar a

conocer cierta información y el propósito de ciertos sectores para dar a conocer ciertos hechos a través de los medios.

En lo que respecta a la edición periodística como instancia institucional en los medios gráficos, presentan a las noticias como una expresión de negociaciones políticas entre las empresas de comunicación y el conjunto de sectores que intervienen en el proceso de inclusión, exclusión y jerarquización informativa dadas en torno a los intereses en pugna.

En lo referente al “Manual de Estilo” de Clarín subrayan que, desde él, el periódico se postula como un *“diario independiente que, comprometido con las producciones culturales y el trabajo de los argentinos que marcan nuestra identidad como nación y contribuyen al desarrollo de una sociedad solidaria y justa. Promueve la libertad de expresión, el pluralismo y el fortalecimiento de las instituciones que sustentan el régimen democrático”*.

Por último, en lo que se atiene a la identidad del periódico perteneciente a una empresa con otros intereses, las tesisistas sientan postura: *“el periódico independiente no es cabalmente tal, depende estructuralmente de una empresa, su identidad no se encuentra en su supuesta y proclamada independencia, sino en su dependencia exclusiva de la empresa del sector privado que lo edita”*.

La investigación “La construcción de un acontecimiento: la renuncia del Presidente Fernando De La Rúa según los medios gráficos nacionales Página/12, Clarín, La Nación y La Prensa”, de Natalia Marcela Famucchi, trabaja directamente sobre la construcción que realizan estos cuatro medios gráficos sobre los días 20 y 21 de diciembre de 2001. Del análisis se desprende la relevancia de los medios como actores políticos integrados en la sociedad. Metodológicamente, estudia la organización de la información, realiza análisis comparativos de las notas y construye un camino en busca de la relación texto – contexto. Según la autora, Página/12, Clarín, La

Nación y La Prensa son participantes de la construcción del discurso social a través de sus aportes en la construcción de la semiosis – como sentido colectivo -. Por lo tanto, la caída de De La Rúa, como discurso, se define como un producto de los medios que forman parte del aparato industrial de las sociedades modernas. En la dinámica de los conflictos sociales, se definen sucesivamente universos semánticos, y, consecuentemente, hechos que pueden o no suceder, de acuerdo a las vías de esa construcción. Los medios adquieren alta relevancia en la conformación de esos sentidos, en lo visible y lo previsible de la esfera social.

En “La ley maldita. Leyes y decretos en la radiodifusión argentina y proyectos legislativos en un cuarto de siglo”, de Javier Torres Molina, encontramos como aspectos a considerar la definición de Radiodifusión como servicio público más que de interés público¹².

También se explicita un panorama actual del mapa mediático como resultado de la imposición del modelo comercial (americano, nacido a partir de la radio, donde el Estado sólo asignaba frecuencias y evitaba la conformación de monopolios) en detrimento del público (Ej.: BBC. Independencia de los poderes del Estado, a pesar de que es el gobierno quien decide a los miembros del directorio, y de los intereses de grupos políticos y económicos con finalidad instructiva e informacional) y el estatal (gestión directa del Estado a través del gobierno, criticado por ser propagandista).

¹² Torres Molina adhiere a la caracterización de la radiodifusión como servicio público (toda acción o prestación realizada por la administración pública activa, directa o indirectamente, para la satisfacción concreta de necesidades colectivas, y asegurando esa acción por el poder de policía, además de ser el Estado administrador del éter) “en el sentido de que a través de dicho concepto, desde el Estado se busca garantizar el cumplimiento de las necesidades democráticas, sociales y culturales de todos los ciudadanos, mientras al calificar a esos servicios de interés público (el interés razonable del Estado o la sociedad para dar tutela en un mayor o menor grado a un bien jurídico determinado, su concepción subraya la inconstitucionalidad de la anterior teoría puesto que atentaría contra el valor republicano de conocer los actos de gobierno) se propende su carácter comercial”.

Resulta relevante la cita de los autores Mastrini y Mestman, quienes proponen abandonar las políticas de desregulación en el campo comunicacional para adoptar un modelo de re-regulación.

También se encuentra un planteamiento de tres niveles de participación ciudadana en la comunicación¹³ (la intervención de la población en la producción de mensajes, la intervención en la toma de decisiones y la contribución para la formulación de planes y políticas de comunicación masiva) como modo de terminar con el derecho a la comunicación no sólo como condición de usuario del sistema sino como la participación y pleno ejercicio del derecho.

Finalmente, el autor ofrece un análisis de la ley 22.285 y un paneo de los proyectos más importantes posteriores a la implementación de la ley.

La tesis “Clarín, posicionamientos políticos y comunicacionales”, de Sebastián Iasenza, se centra en las posturas de Clarín durante las elecciones presidenciales de 1999. Con una buena recopilación histórica, el autor logra darle un marco crítico a este posicionamiento y termina especificándolo en el análisis en el que deja al desnudo la intencionalidad editorial. Como bien explicita en sus apuntes, el trabajo brinda al lector las herramientas de una lectura crítica y además se ofrece a guiarlo para lograr la desmitificación del ejercicio del periodismo.

Sobre el método

Escogimos la metodología cualitativa debido a que, como apunta Vasilachis de Gialdino, *“la cultura es considerada como redes de significación que el hombre ha tejido y el observador no busca las*

¹³ “Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados”. Rossi, Diego. En: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini

*leyes sino significados, ya que la importancia de este tipo de hallazgos reside en su especificidad y su circunstancialidad*¹⁴.

Un reparo a lo antes dicho, a causa que no se llevó a cabo un trabajo de campo que signifique usar como técnica la observación en sus diferentes formas, no obstante *“la especificad y su circunstancialidad”* fueron clave para comprender un proceso que si bien sucedió en otros países, en cada uno existen elementos que los vuelven particulares.

El método cualitativo permite, por partir del análisis de lo singular, aprehender tanto el origen como las consecuencias de los fenómenos sociales en un determinado contexto y notar las relaciones y dependencias dentro de éste.

Acordamos con Raúl Rojas Soriano que la metodología de investigación es un producto del desarrollo del conocimiento científico y se encuentra condicionado socialmente. Por lo tanto, la metodología no puede verse mecánicamente, a causa que la realidad que se investiga es dialéctica.

A lo apuntado, sirve añadir una reflexión de Juan Samaja sobre el método científico *“la ciencia es el único de los cuatro métodos que “pretende” disponer de un criterio externo para zanjar las diferencias intersubjetivas, la capacidad de interpelar a los hechos mismos conforme a un plan que obligue a responder a una cuestión puntualmente formulada”*¹⁵.

En lo referido a herramientas metodológicas, entendidas éstas como las prácticas aplicables que posibilitan el desarrollo del trabajo dentro de un marco consensuado de investigación científica, utilizamos la entrevista en profundidad y el análisis documental.

¹⁴ “**Los métodos de investigación**”. Vasilachis de Gialdino

¹⁵ “**Los Caminos del conocimiento**”. Inédito. Samaja, Juan.

En: perio.unlp.edu.ar/Metodologia/index.htm

Dentro de la mencionada perspectiva cualitativa, Gloria Pérez Serrano la define como un espacio donde el entrevistado, entre otras cosas, puede manifestar sus sentimientos y pensamientos de forma libre y conversacional. Adscribiendo a esta característica, se logra que los entrevistados estén exentos de la censura o la autocensura, propulsando la actitud del entrevistador por el concepto de empatía, *“logrando entender el lugar del otro y aceptando su lógica, la lógica de sus conductas”*¹⁶. Luego, continuando la línea propuesta por Pérez Serrano, es necesario respetar la mecánica de la entrevista, que incluye una pauta establecida de antemano y logrando una cobertura total de las áreas de exploración lo más extensa y profundamente posible. Finalmente, Pérez Serrano remarca que la entrevista se aleja de lo que se entiende como discusión o confesión, dejando en claro que *“lo que se busca es ir más allá de las respuestas superficiales. El entrevistador debe mantener un cuidadoso equilibrio entre ahondar en busca de una contestación más completa y ahondar demasiado exponiéndose a influir en las contestaciones”*¹⁷.

¹⁶ “**Metodología de Investigación**”. Gloria Pérez Serrano

¹⁷ Ídem.

Cambios en el mapa mediático argentino

El objetivo de las siguientes líneas es identificar algunos hitos que modificaron el mapa mediático en Argentina y exponer cómo se acomodaron a ellos los principales participantes del sistema.

A partir de los cambios en la Ley de Radiodifusión N° 22.285 a través de la Ley de Reforma del Estado N° 23.696, se modificó el artículo 45 dando origen a los multimedios. De esta manera, comenzó el proceso de licitaciones de los medios del Estado que *“contaron con el silencio cómplice de quienes fueron beneficiados: Clarín y Editorial Atlántida, entre otros”*¹⁸.

Tras la primera licitación de los medios audiovisuales, Telefe pasó a manos de Aníbal Vigil, Francisco y Santiago Soldatti, Luis Zanón.¹⁹ *“Este grupo asumió el control de canal 11 también en enero de 1990”*²⁰.

Por su parte, Artear S.A., que tomó posesión de Canal 13, estaba conformado por Ernestina Herrera de Noble 32%, Presidente de Clarín; Héctor Horacio Magonetto 25%, Vicepresidente de Clarín y Gerente General de AGEA, AGEA 3% e Invarar S.A. 40%²¹.

En el inicio de la que sería denominada *“la época de oro de la Convertibilidad”*, la Ley N° 24.124 (1991), que ratificó el Tratado de Promoción y Protección de Inversiones Recíprocas con EE.UU., precipitó *“el ingreso de capitales norteamericanos en el mercado de las comunicaciones y el alejamiento de Argentina del Acuerdo de*

¹⁸ Pág. 29. **“Medios, política y poder La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90”**. Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian. EPC, 2004. 3ra edición.

¹⁹ También formaron parte Avelino Porto, Enfisur S. A. (sociedad formada por Aníbal y Constancio Vigil y José Vercelli) y, finalmente, el Grupo del Interior, compuesto por Fader S. A., Neuquén TV Color, Telenueva S.A. (Grupo Massot de Bahía Blanca, Cuyo TyC (compañía de radio y TV), Televisora Santafesina y Radiovisión, Imagen visión S.A. y Videomundo S.A

²⁰ Ídem.

²¹ Compuesta por Ernestina Herrera de Noble 15%, Héctor Horacio Magonetto 31%, José Antonio Aranda, director y Gerente de Finanzas de Clarín 23%, Lucio Rafael Pagliaro, miembro de la Comisión Fiscalizadora de AGEA, 23%, Alberto Casiano Goyan 2%, Jorge Stornell 2%, José Bonaldi 1%, Ricardo Sáenz Valiente 0,5%, Luis Alberto Pérez 1%, Eduardo García Hamilton 0,5%.

*Colonia, firmado con sus socios del Mercosur (Brasil, Paraguay y Uruguay) que restringía las inversiones extranjeras en esa área*²².

Dos años después, en 1993, se inició la reestructuración de la TV por Cable en el ámbito local. El grupo económico de capitales locales (GEKL) más importante durante la década del '90 fue Clarín. Entre los extranjeros, el CEI Citicorp Holding²³ fue uno de sus principales adversarios, el cual *“a partir de 1995 rediseñó su estrategia, decidiendo posicionarse básicamente en telecomunicaciones (a través de su tenencia indirecta en Telefónica de Argentina y televisión por cable (a través de su participación en Multicanal) y deshacerse de sus participaciones no estratégicas”*²⁴.

El CEI Citicorp Holding fue el resultado de la unión del CEI, Telefónica de Argentina y Editorial Atlántida.

A mediados de los '90, tras las principales transformaciones de la Ley 22.285, los dos grupos más importantes de medios de comunicación en Argentina estaban constituidos de esta manera:

**“Grupo Clarín: diario Clarín; diario Olé; radio AM Mitre; radio FM 100; radio Top 40; revista Elle (en sociedad con Hachette, editorial francesa); revista Genios; revista Surf; Canal de TV 13; emisora de cable Multicanal; emisora de televisión satelital DirecTV (en sociedad con el Grupo Cisneros de Venezuela); señal de cable Todo Noticias; señal de cable Volver; señal de cable Magazine; señal de cable TyC Sport (en sociedad con Torneos y Competencias); imprenta Artes Gráficas Rioplatense; agencia de noticias DyN; productora de papel Papel Prensa; la sociedad Cimeco, dueña de los*

²² Pág. 35. **“Medios, política y poder La conformación de los multimedia en la Argentina de los 90”**. Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian... EPC, 2004. 3ra edición.

²³ “CEI Citicorp Holdings S.A. (CEI) fue creado a fin de utilizar la tenencia de títulos de deuda del gobierno argentino por parte de Citibank, en la adquisición de participaciones en las privatizaciones llevadas a cabo por el gobierno argentino. Participó en telecomunicaciones, televisión por cable, transporte y distribución de gas, distribución de electricidad, acero, pasta celulósica y hotelería, entre otros”. En www.bradynet.com

²⁴ En www.bradynet.com/docs/citicorpholdings.doc

diarios La Voz del Interior de Córdoba y Los Andes de Mendoza (las tres últimas en sociedad con el Grupo La Nación, propietaria de diario La Nación); productora televisiva y cinematográfica Pol-ka, productora cinematográfica Patagonik (en sociedad con Telefónica de España y Disney International), compañía telefonía celular CTI, portal de Internet Ciudad.

**CEI-Telefónica de España: Editorial Atlántida (revistas Gente, Billike, Chacra, entre otras); canal de TV Telefe; Canal de TV 9 (en sociedad con Prime, grupo australiano de comunicación); radio AM Continental; radio FM Hit; canal de TV 8 de Mar del Plata; canal de TV 10 de Mar del Plata; canal de TV 8 de Córdoba; canal de TV 7 de Neuquén; canal de TV 5 de Rosario; canal de TV 9 de Bahía Blanca; canal de TV 13 de Santa Fe; canal de TV 11 de Salta; canal de TV 9 de Resistencia; canal de TV 9 de Paraná; emisora de cable Multicanal; productora televisiva Endemol; productora cinematográfica Patagonik (en sociedad con el Grupo Clarín y Disney International); compañía de telefonía fija Telefónica de Argentina; compañía de telefonía celular Unifón; Torneos y Competencias (en sociedad con Carlos Avila y Liberty International, empresa del grupo de telecomunicaciones estadounidense AT&T); proveedora de Internet Fibertel; proveedora de internet Advance, portal de Internet Terra”²⁵.*

A partir de 1998, CEI se asoció con el fondo de inversiones Hicks, Muse, Tate & Furts (H.M.T.&F). La presidencia de la naciente sociedad fue desenvuelta por el banquero Raúl Moneta.

Paradójicamente, o no tanto ya que se replicaba en otros sectores de la economía, el CEI y Clarín, que competían en algunos sectores, eran socios en Multicanal, operador de cable que lideraba ese rubro junto a Cablevisión, secundados por Supercanal y Telecentro. Es

²⁵ **“Los grupos de telecomunicaciones en la Argentina”.** Belinche, Marcelo; Viale, Patricia y Tovar, Cristian. Equipo de Investigación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la **Universidad Nacional de La Plata.**

un rasgo común en el accionar de Clarín, pues en 1997 crea CIMECO cuya propiedad comparte con La Nación S.A., a través de la cual dominaban los periódicos Los Andes de Mendoza y la Voz del Interior de Córdoba.

En el interior del país, el grupo más fuerte era el compuesto por Daniel Vila y José Luis Manzano, ex Ministro del Interior de Carlos Menem. El Grupo Uno, que dio sus primeros pasos cuando la familia Vila, vinculada a la construcción, recibió Radio Nihuil como parte de pago de una deuda, *“inauguró en la Provincia de Mendoza el sistema de TV por cable, Supercanal, que se constituyó como S.A.”*. Desde 1995, después de haber lanzado la Revista Primera Fila, el Diario Uno y obtener la licencia de Radio Excelsior en Buenos Aires (posteriormente La Red), el empresario anticastrista Jorge Mas Canosa compró las acciones de Orlando Terranova e incorporó como intermediario a Manzano, entonces radicado en el exterior, luego que fue quitado de su cargo por delitos de corrupción.

Antes de nominar los distintos medios adquiridos por el nuevo grupo, vale señalar, para reforzar lo anterior, que a través de la relación entre Multicanal S.A.²⁶ y Supercanal S.A., se produjo la vinculación entre el Grupo Clarín y el Grupo Vila.

Vila, Manzano y Mas Canosa, aparte de contar con trescientos mil abonados a Supercanal, poseían Canal 7 de Mendoza, Canal 8 de San Juan, la radio cuyana AM Calingasta, TV Río Diamante, los Diarios La Capital y El Ciudadano de Rosario, las empresas de TV por cable United International Holding y Tescort y presencia en Perú, Chile, Bolivia, Centroamérica y España. Posteriormente, el trío mutó

²⁶ *“En ese año, 1997, Clarín tenía una participación del 70% en las acciones de Multicanal, mientras que el 15,1% pertenecía a Telefónica Internacional Holding y el 14,9% al CEI Citicorp”*. Pág. 54. **“Medios, política y poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90”**. Vialéy, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian.. EPC, 2004. 3ra edición.

en dueto²⁷ a causa que en 1998 murió Mas Canosa. La sociedad Vila – Manzano – Mas Canosa se había convertido en el tercer grupo más importante del país en el sector de medios de comunicación.

Cabe destacar la estrategia que se plasma entre marzo y diciembre de 1997 encabezada por Clarín a través de Multicanal, muchas veces asociado en 50% con Cablevisión. Dicha estrategia consistió en adquirir múltiples señales e inversoras en TV por Cable: Grupo Cablemundo, Circuito Cablevisión S.A., Cableimagen S.A., Videovisión S.A., Chacocable Color S.A., Río de La Plata Cablecolor S.A., Fintelco S.A.- Videocable comunicaciones, TV Cable General Pico S.A., Difusora S.A., Buenaimagen S.A., TV Cable S.A., Cablevisión DU-KE, Cerri Videocable S.A., Cabletotal S.A., Adesol S.A., Inversora TV Cable S.A., CV Teleinversora S.A., Inversora Multivisión S.A., Cia. Cable Inversora S.A., Cb Inversiones, Radio Satel S.A., Cablevideo S.A., Cablevisión Galvez y TE.VE.CO. S.A.²⁸. Así alcanzaron un control monopólico en muchos lugares del país, monopolio que, según el Informe elaborado en febrero de 2007 por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia²⁹, aún hoy perdura.

En 1999, luego que Raúl Moneta fuera denunciado por malversación de fondos y decidiese fugarse, Telefónica Media “*le compró al CEI y al Grupo Vigil sus participaciones en Atco (26,8% y*

²⁷ En 2001, la Sindicatura General de La Nación “*se centró en el otorgamiento de licencias al multimedios de Daniel Vila y José Luis Manzano, que entre 1994 y 1999 habría realizado negocios por más de 600 millones de pesos*”, informó Susana Viau. En ese período (1994-1999), “*la sociedad Vila-Manzano compró o constituyó 25 empresas de televisión por cable con una cartera de 227 mil abonados. El área de las operaciones abarcaba la provincia de Mendoza y también las de San Juan, Catamarca, La Rioja, San Luis y Córdoba. (...) ‘En suma, desde la venida de Manzano, concretaron 46 operaciones de compra o fusión en televisión abierta y por cable, radio y gráfica*”. En “**Una deuda que solamente se salda con más democracia**”, Viau, Susana. Diciembre de 2001. En: www.lavaca.org.com

²⁸ Pág. 38. “**Medios, política y poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90**”. Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian..EPC, 2004. 3ra edición

²⁹ “Problemas de competencia en el sector de distribución de programas de televisión en la Argentina”. En www.mecon.gov.ar/cndc

35,8% respectivamente)³⁰. El resto de lo que no pasó a Telefónica fue para la empresa que conformaron H.M.T. &F y el Grupo República.

Antes de continuar, es necesario marcar que en 1998 Telefónica S.A. decidió conformar en su interior compañías independientes por áreas de negocios: Telefonía Básica, Telefonía Celular, Internet, Páginas Doradas y Medios de comunicación. *“Telefónica Media y Contenidos fue la nueva rama que creó Juan Villalonga, CEO de Telefónica S.A., para reunir las inversiones del grupo en medios audiovisuales y productoras de programas”*³¹.

En el contexto antes señalado, Telefónica Media adquirió un porcentaje de la productora Patagonik Film Group y pasó a controlar porciones accionarias que pertenecían al CEI en Co. Intel y AC inversora.

Durante la última etapa del CEI en Argentina, el fondo de inversiones H.M.T.&F., bajo la dirección del empresario norteamericano Tom Hicks, junto al Grupo República, por medio de Argentina Media Investments, pasó a controlar el 70% del CEI, el cual, a la par, tenía participación en Telefónica, Miniphone, Radiollamadas, Cablevisión, Fibertel, T y C, Editorial Atlántida, Telefe, Radio Continental, Azul TV, Canales del Interior, Advance, Telintar, Startel, Acero Zapla y Zapla Holding³².

De esta manera, queda delineado quiénes eran los “Capitanes de la Industria” cultural en el decenio menemista. Igual que en los otros sectores de la economía, en la década del '90 acaeció un proceso de concentración, que en aquéllos se había iniciado con el advenimiento de la Dictadura. Desde el Proceso de Reorganización Nacional, se registraron alianzas entre los GEKL y los extranjeros, pero, a medida que avanzaba la década, la extranjerización de la economía fue un

³⁰ Pág. 62. **“Medios, política y poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90”**. Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian. EPC, 2004. 3ra edición.

³¹ Pág. 60. Ídem.

³² Ídem.

carácter sobresaliente del que los medios no escaparon. En este *mare magnum*, el Estado nunca dejó de estar subordinado a los intereses de los grandes timoneles. Por eso, adherimos al concepto de re-regulación fraguado por Guillermo Mastrini y Martín Becerra en cuanto al funcionamiento de la infraestructura estatal a lo largo del neoliberalismo: *“la participación estatal es decisiva para determinar la orientación general de las políticas económicas, así como para dirimir la competencia entre capitalistas, en este punto nos referimos a los procesos desregulatorios (re-regulatorios desde nuestra perspectiva) que implicaron menor participación estatal en la propiedad de los medios y una reformulación del carácter de su intervención en la regulación del sector y en su relación de poder con sus propietarios”*³³.

Vialey, Castro y Tovar distinguieron una de sus secuelas al subrayar que, en 2000, *“con la excepción de Buenos Aires, sólo seis grandes ciudades tienen dos canales de TV abierta, trece poseen solamente la señal del estatal Canal 7 y una provincia, Catamarca, carece de una emisora local”*³⁴.

Caída de la Convertibilidad

Como despedida de su estadía en la Casa Rosada, el riojano se despachó con el decreto 1005/99, que extendió el número de licencias de canales de televisión de 4 a 24. *“Menem elaboró un decreto conciso, el 1005/99, de dos artículos. El segundo establecía dos cosas que eran un traje a medida del CEI. Por un lado, porque se modificaba un artículo de la Ley de Radiodifusión para evitar la concentración monopólica. Hasta entonces una empresa de radiodifusión no podía*

³³ **“Concentración de Medios”**. Mastrini, Guillermo y Becerra Martín. En www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini

³⁴ Pág.78. Nota 71. **“Medios, política y poder”**. Los grupos de telecomunicaciones en la Argentina”. Vialey, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90. EPC, 2004. 3ra edición

tener más que cuatro licencias de televisión en todo el territorio nacional. El decreto lo extendía hasta 24 canales de televisión en todo el país. El CEI había concentrado 12 canales de aire, dos en la capital y 10 en el interior, con lo cual había triplicado lo legal. Este decreto del Ejecutivo convalidaba lo que el Ejecutivo debería haber sancionado”³⁵.

La reestructuración del mapa de medios nacional se produjo, paulatinamente, cuando el sistema económico sustentado en la paridad cambiaria dejó ver grietas inconfundibles. En este marco, Telefónica Media, luego Admira, que ocupó poco a poco los espacios que dejaba el CEI en retirada, se constituyó en *“la red más importante de canales de televisión abierta del Interior, con las señales 11 de Salta, 7 de Neuquén, 8 de Córdoba, 13 de Santa Fe, 5 de Rosario, 9 de Bahía Blanca, 8 de Mar del Plata y 8 de Tucumán”³⁶.*

Por su parte, el Grupo Clarín optó por permitir el acceso a su composición accionaria a Goldman Sachs, fondo de inversión norteamericano. Bajo ese impulso, el Grupo obtuvo Telecor (canal cordobés). *“La importancia de la operación residió en la posibilidad de llevar la señal a todo el interior de Córdoba y a otras provincias de la región de Cuyo y el noroeste”³⁷.*

En 2002, durante el gobierno de Eduardo Duhalde, con el objetivo de incorporar el *‘cram down’³⁸*, el FMI sugirió la modificación de la Ley de Quiebras. Esto se produjo el 15 de mayo de 2002 cuando el Congreso sancionó la ley N° 25.589. A partir de allí, comenzó una operación encabezada por Clarín y La Nación para impedir que los organismos internacionales de crédito se apropiasen de las empresas que incumplieran con sus obligaciones financieras. *“El*

³⁵ Pág. 94. Anguita, Eduardo. **Grandes Hermanos**. Colihue, 2003.

³⁶ En “Grupo Admira (ex Telefónica Media de Telefónica de España)”. En www.lavaca.org.com

³⁷ Pág. 68. **“Medios, política y poder. La conformación de los multimedios en la Argentina de los 90”**. Viale, Patricia, Castro, Jorge, Tovar, Christian EPC, 2004. 3ra edición

³⁸ *Cram Down*: mecanismo que permite que los acreedores externos cobren la deuda a través de la capitalización en acciones de las empresas deudoras.

*gobierno de Duhalde impulsó (...) la sanción de la “Ley de Bienes Culturales”, donde se estableció que ninguna empresa nacional productora de “bienes culturales” podría tener una participación accionaria extranjera que supere el 30%. Los medios de comunicación estaban incluidos en la norma, por lo que el Grupo Clarín y el diario La Nación, entre otros, salvaguardaron sus empresas”*³⁹ precisó Anguita. La ley N° 25.750 de “Bienes y Patrimonios Culturales”, finalmente, se promulgó el 18 de junio de 2003 cuando el presidente era Néstor Kirchner. En el claustro mediático, *Ámbito Financiero* denunció reuniones secretas que habrían mantenido Duhalde y Héctor Magnetto, vicepresidente del Grupo Clarín.

Más allá que los medios presentaron a la 25.750 como el debido resguardo de la industria cultural nacional de la acechante extranjerización, Mastrini y Marino machacaron que *“si se considera que el principal motivo del endeudamiento de las corporaciones de medios fue la adquisición de otras empresas mediáticas, principalmente en el sector de la Televisión por Cable, la ley puede ser entendida como de defensa de la concentración. Una vez más queda evidenciado cómo corre el Estado en auxilio de las grandes corporaciones: si todo va bien, las empresas se apropian de las ganancias, cuando hay turbulencias económicas o malas inversiones, buscan las protecciones del Estado”*⁴⁰.

Otro apartado, breve y, sin embargo, clave, que permite entender uno de los porqués desde Bs. As. se dicta los pulsos del cuerpo mediático local, es la estrategia denominada *“políticas de precios predatorios”*: argucia por la cual las empresas bajan

³⁹ Pág. 134. **“Grandes Hermanos”**. Anguita, Eduardo. Colihue, 2003

⁴⁰ **“Al final del período. Los límites del progresismo. Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner”**. Marino, Guillermo y Mastrini, Guillermo. En www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/

temporalmente sus precios hasta sacar a las empresas más débiles del mercado⁴¹.

El nuevo milenio observó la aparición de otros protagonistas sobre la escena, aunque sin transformar el marco de concentración de medios. Siguieron en el centro Grupo Clarín, Vila-Manzano y Telefónica. Adquirieron relevancia Daniel Hadad⁴², Francisco De Narváez⁴³, La Nación S.A. (como editora de numerosas revistas, socio menor de Papel Prensa. S.A. y hasta 2008 accionista de CIMECO) y, finalmente, el liderado por Sergio Szpolski⁴⁴.

Como para reafirmar lo manifestado por Mastrini y Marino, en 2005, Néstor Kirchner firmó el Decreto 527 que suspendió el conteo de las licencias. Lo que sigue es cuatro de las varias críticas que hicieron desde la UBA:

** El Decreto 527/2005 beneficia especialmente a quienes tenían licencias que vencían indefectiblemente en el año 2007, luego de 25 años, dado que habían sido renovadas automáticamente durante la dictadura militar en 1982. (...)*

**Los beneficiarios de esta medida han sido quienes ganaron los concursos apoyados, en muchos casos en las leyes discriminatorias de*

⁴¹ **“Concentración de medios”**. Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. En www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/ Otro ardid fue el utilizado por Multicanal contra los operadores de cable de ciudades o pueblos con el fin de manejar el mercado en su totalidad. Para ello Multicanal utilizó los derechos de Torneos y Competencia para transmitir los partidos de fútbol de primera división. De esta manera lo describió Anguita: *“en las ciudades o pueblos donde había dos operadores de cable, Multicanal compraba la más chica, que era la más barata. Generalmente, la más grande tenía los derechos del fútbol. Inmediatamente, le rescindían el contrato y el fútbol empezaba a transmitirse en la empresa chica, ahora en manos de Multicanal. En poco tiempo, los abonados hacían la mudanza a la empresa del Grupo Clarín”*. Pág.84. **“Grandes Hermanos”**. Anguita, Eduardo. Colihue, 2003

⁴² “Canal 9, Radio 10, FM La Mega, Canal 26(100% a través de Telecentro) Papel de Tucumán, FM Energy, InfoBae, InfoBae.com”. Revista del Observatorio de UTPBA, Noviembre de 2003.

⁴³ “A través del Grupo América controla LR5 Radio La Red (AM 910 y FM 101.5), Milenium (FM 106.7), LS86 televisión canal 2 (América televisión), la señal de cable América 24 y Junín televisión (LRH450 televisión canal 10)” Nota de Eduardo Blaustein en Miradas al Sur. “El multimillonario, los medios de comunicación y la imposibilidad de ser el Berlusconi argentino”. A través del Grupo De Narvaez controla El Cronista, Apertura e Information Technology.

⁴⁴ Controla las revistas Veintitrés y Veintitrés Internacional, Newsweek, 7Días, Asterisco, Contraeditorial; los diarios Buenos Aires Económico, El Argentino (versión digital y papel), Diagonales, Miradas al Sur (dominical), la radio AM América (1190 Khz.) y la FM Aspen (102.3)

los gobiernos militares y, en otros, en las reformas neoliberales de la década de los años '90.

** La suspensión del plazo implica que todos los argentinos, que hoy no son propietarios de medios de comunicación, deberán esperar 10 años más para intentar formar parte del sistema de radiodifusión, salvo que se abran nuevos canales de televisión y radios.*

**Algunas empresas de medios se han beneficiado – especialmente porque el programa de pagos de la refinanciación de sus deudas excede el término de sus licencias y, por lo tanto, no se podía asegurar su cumplimiento. Este cambio de escenario facilita su programa económico/ financiero”⁴⁵.*

La última medida gravitante es la resolución 257/07, la cual aprobó la fusión entre Multicanal y Cablevisión, que en 2008 fue autorizada por la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia. Según Signals, “ la nueva empresa Cablevisión/Multicanal acumuló a fin de 2007 el 49,59% del mercado de TV paga, el 26,41% de los accesos de banda ancha del país y, lo más importante, la indiferencia oficial ante el pedido de los operadores de telecomunicaciones, especialmente Telefónica, para agregar servicios de video a su oferta”⁴⁶. La mencionada resolución no hizo más que reforzar el corsé que significa la concentración de la propiedad de medios de comunicación en desmedro de la libertad de expresión.

Los puntos de inflexión enunciados explican sucintamente la fisonomía del mapa actual, que registra la concentración alrededor de tres grupos, que ocupan el centro, y varios menos poderosos, que en ningún caso expresan miradas alternativas, en la periferia.

⁴⁵ Declaración de la carrera de Ciencias de las Comunicaciones Sociales de Universidad de Buenos Aires ante la política comunicacional del Gobierno Nacional. En: www.derecho.uba.ar/rev_comunicaciones/ed006/dossier.pdf. 23/5/05

⁴⁶ En: www.rosarionet.com.ar/rnet/empresas 24/4/08

Desarrollo de entrevistas

1-Los avances tecnológicos y las distintas modificaciones de la Ley N° 22.285 produjeron efectos sobre los vínculos entre medios de comunicación y público y, paralelamente, entre medios y gobiernos. Sin eludir que los medios reconfiguraron su papel a la luz de los cambios que vivieron, el repaso sirve para ubicarlos en su marco preciso.

¿Cómo describiría, sucintamente, los cambios tecnológicos y las políticas que se han ido dando en el sector de medios de comunicación desde la recuperación de la democracia hasta la actualidad?

En cuanto a los cambios del sector en democracia, hay una coincidencia fuerte en el proceso de flexibilización y precarización laboral como fenómeno creciente durante el período. En este sentido, Michi lo señala como un fenómeno general que a nivel local se tradujo sobre todo en explotación *“en realidad, vivimos un proceso que se está dando a nivel mundial pero nosotros lo vivimos internamente con un proceso de flexibilización laboral muy grande en el periodismo; sobre todo en la década del 90, donde las empresas se ampararon en la flexibilización de las condiciones laborales y empezaron a reducir sus plantas de periodistas y al periodista lo hacían hacer múltiples cosas, múltiples notas. Se generó mucha desocupación y también se empezaron a generar regímenes de contratación muy paupérrimos, donde un periodista que cumplía con todas las reglas de horarios y redacción, facturaba como si fuese un servicio terciarizado”* y que trae como consecuencias la degradación de la profesión .

En consonancia con lo manifestado por Michi, Lidia Fagale historizó sobre la figura del colaborador: *“nosotros defendimos la figura de colaborador como una figura que preexiste a la*

precarización laboral. Luego, vino el abuso de las empresas con respecto al encuadramiento del colaborador o free lance que siempre fueron periodistas, nosotros los denominamos periodistas colaboradores y esto lo hacemos deliberadamente porque se corresponde con la naturaleza de la actividad. No son empresas unipersonales, que es el lugar en que los colocan las empresas, impidiéndoles el acceso a las redacciones a los archivos, a las bibliotecas porque esto significaría crear una situación de juicio laboral que ganarían, aparte la figura del colaborador está prevista en el Estatuto del Periodista. El Estatuto tuvo una virtud. Imagínense la década del '40, el país estaba conformado desde una óptica netamente liberal. Eso da lugar a discusiones que desde una filosofía liberal implicaba la regulación de la relación entre el Estado y los medios, porque había medios del Estado, aún no estaba la televisión, entre el Estado y agencias, entre el Estado y el trabajador y entre las empresas privadas y el trabajador. De ahí que la particularidad de la norma es que contemple aspectos de interés estrictamente laboral y, también, lo estrictamente profesional". A este aporte, Lidia suma otra particularidad en el proceso de flexibilización: las pasantías. "Se produjo el ingreso de decenas de estudiantes de periodismo y de comunicación, que legítimamente reclamaban prácticas lógicas en el ámbito laboral, pero que nacidos a la luz de una cultura neoliberal, desprovistos de una cultura política, desconociendo derechos mínimos, nos encontramos con una masa de trabajadores que trabajaban gratis en los grandes multimedios. Con un problema, la resistencia cultural de las viejas discusiones, que no entendían cómo dar la discusión, y el reclamo justo de tener una experiencia real y concreta de parte de los egresados".

En todas las respuestas aparecen la incapacidad y la desidia estatal en relación al avance tecnológico, la derogación de la ley de la Dictadura y el proceso de concentración. A esto, Loreti aporta que

“otra característica del sector, casi diría pertinaz, es la de reducir la presencia de la relación de dependencia en las tareas periodísticas, el crecimiento fenomenal de mecanismos de contrataciones de periodistas ha llevado a una precarización importantísima de la mano del crecimiento de una oferta de mano de obra calificada, podría decir de las carreras de comunicación o de periodismo, con el aprovechamiento no siempre sano de parte de las empresas. En término de políticas, han sido muy erráticas. Básicamente, para facilitar los mecanismos de concentración”.

Mastrini encierra todo esto en su consideración sobre la falta de una *“política comunicacional”*. En el período, *“una característica fue la incapacidad del sistema político para establecer pautas regulatorias. Para establecer una política clara, una política definida de Estado en comunicación”*. La idea de desorden es tomada por Etchevers para explicar la falta de medios en pos de ejercer el derecho a la libertad de expresión: *“una deuda que todavía tiene el Estado argentino como política de medios es la de generar un ordenamiento radioeléctrico o un registro nacional de frecuencia. De alguna manera, para que las voces que existen sean voces que se puedan escuchar, que no se interfieran y que puedan ejercer de la manera más fiel posible su derecho de expresión”*. Sin embargo, Mastrini señala que *“esas medidas coyunturales”* significaron un *“cambio estructural”* que se dio en el gobierno de Menem; según él, los cambios *“están vinculados a una concepción mercadocéntrica de las políticas de comunicación. Insisto: yo no la llamaría una política de comunicación sino que hay una política económica que tiene su correlato en algunas medidas coyunturales comunicacionales”*. A lo antedicho, Becerra lo caracteriza como concentración de la propiedad en los medios. En tanto, para Etchevers, las privatizaciones fueron una fuente de diversidad: *“gran parte del aparato estatal fue gradualmente privatizado, y se logró una mayor diversidad de voces (...) desde el*

Gobierno militar a hoy, ha habido una multiplicación importante de voces, con un crecimiento del sector privado (...)y un crecimiento de voces que podemos llamar voces comunitarias. Esto se traduce en mayor libertad: cuando todas las voces no son monopolizadas por el Estado y hay un sector privado, un sector llamémosle comunitario y un sector público, la diversidad es mayor y la libertad es mayor”.

El organismo de contralor estatal (Comfer) sufre “una captura” por parte de empresas del sector, según Mastrini “una de las continuidades que, lamentablemente, se pueden señalar es la captura de la agencia. Es decir, el Comfer como agencia de control y Autoridad de Aplicación de la ley, ha estado más en manos de las empresas (...)Algunos consiguen que la agencia, en este caso la Autoridad de Aplicación, funcione de acuerdo a sus intereses y no al interés general”.

Para mayor precisión, el Director del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de Quilmes enumera los hitos del lapso indicado: “en primer lugar, el destierro de la censura directa; en segundo lugar, la concentración de la propiedad; en tercer lugar, la centralización de la producción; en cuarto lugar, la convergencia tecnológica; en quinto lugar, la financiarización y la posibilidad de que las acciones titulares de las sociedades puedan ser anónimas, y, como consecuencia de varias de estas características, la precarización de los procesos de trabajo”.

Lidia Fagale desde la Utpba marca que “el gremio de prensa en general no ha escapado a las tendencias que marcó la década del ’90. En ella, se produjo la instalación de un modelo conservador, que alteró la organización del trabajo en términos generales en el conjunto de la sociedad, pero en el sector de prensa se dio un proceso muy particular producto de la centralidad estratégica de la comunicación en el marco de la globalización”. Según la Secretaria Adjunta del gremio “la traducción inmediata fue inicialmente el salario basura y la

precarización laboral extendida con salarios polarizados. Tenías una minoría con salarios muy altos y tenías una inmensa meseta con un salario promedio que a veces no llegaba al nivel de lo que en ese momento se fijaba como lo mínimo para conformar una canasta laboral. El segundo aspecto es que prensa empieza a tener un porcentaje muy alto de colaboradores o free lance. Los colaboradores son los cuentapropistas o los trabajadores golondrina para otras actividades, que en el caso de prensa eran los que salían o entraban de las redacciones, o mejor dicho aportaban a las redacciones, producían contenidos desde su propio background”.

Apoyándose en lo anterior, la dirigente del gremio singularizó las consecuencias sobre los trabajadores de prensa: *“legalizaron el oligopolio, debido al conjunto de medidas tomadas desde la llegada de la democracia y, a finales de la década del '80, con la asunción del menemismo, que fue la expresión más clara de la aplicación de políticas neoliberales desde esa fecha hasta finales de la gestión de Kirchner. En ese lapso, se conforman los oligopolios mediáticos, interviene el capital extranjero en la conformación accionaria, esto tiene su traducción inmediata en el campo laboral. Primero, con desconocimiento de derecho, el campo periodístico tiene una ley madre que se llama Estatuto del Periodista (Ley N° 12.908), que si bien data de 1946 y uno a simple vista podría decir ‘quedó obsoleta’, no es tal. Aunque habría que actualizarla, lo que siempre constituyó un riesgo. De ahí, la resistencia en prensa de actualizar una norma que a la hora de discutirla, justamente en condiciones adversas de los intereses, podíamos haber cometido el error de que alguien se lleve de un plumazo la única norma que es ley nacional y que no podían tocar”.* Wainfield acuerda en valorar el Estatuto, empero destaca que *“la praxis de la profesión ubica en la esfera del Estatuto a un porcentaje (...) los que realmente estamos cubiertos somos pocos (...) sin quererlo, seguramente, somos una especie de casta dentro del grupo*

de periodistas, que trabajan en condiciones de precariedad, de falta de libertad y dificultades severas para cumplir con la cláusula de conciencia, que está en el Estatuto, que es no escribir en contra de lo que uno piensa”.

Para Fagale “la aplicación del neoliberalismo tanto en el país como en la región significó el remate de las áreas estratégicas del país. La comunicación era una de las áreas estratégicas que estaba cobrando dimensión a escala global, porque era la logística del modelo económico, donde no se puede desconocer la hegemonía de EE.UU en el plano cultural, militar y económico. Era imposible analizar la comunicación sin entender la centralidad que había adquirido a escala mundial”.

Por último, la Secretaria Adjunta de la Uptba resaltó que el conjunto de condiciones señaladas “produjo falta de conciencia, el miedo a la desocupación y a la desjerarquización profesional es un disciplinador, se ejerció mucho la autocensura en la década del '90. Durante la dictadura te censuraban lo que escribías, te podían matar. En la década del '90 se acuñó una frase que decía ‘ahora, no puedo pensar lo que escribo’. Es decir, el nivel de cooptación de la conciencia profesional, era muy claro en la baja de la calidad periodística”.

2- Durante la década del '90 a través de la Ley N° 24.124 de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con EE.UU. diversos capitales norteamericanos invirtieron, circunstancialmente, en el sector de comunicaciones. Por este motivo, se suscitó la discusión ante la incipiente conformación de los multimedios, gracias a los cambios hechos en el Art. 45 de la 22.285 por medio de la Ley de Reforma del Estado (1989), sobre qué diferencia a un fondo de inversión de un multimedio y, simultáneamente, cuáles son los efectos de la aparición de ambos.

¿Qué diferencias hay entre un multimedia y un fondo de inversión?

Para diferenciar *holding* de multimedios, la mayoría hace eje en que en el fondo de inversión prevalece el rendimiento económico. Esto, según Michi, va en detrimento de la lógica y los valores del periodismo, lo que lo llevaría a su destrucción. Además, Loreti agrega que los negocios del *holding* se revelarán irreversiblemente en sus medios: *“cuando vos te dedicás a tener un grupo económico, sin llegar a los fondos de inversión, que además se dedican a más cosas, es casi irreversible que termine habiendo un reflejo de sus otras cuestiones en lo que se pone o no en los medios”* Refuerza esta idea con un ejemplo: *“Mariotto⁴⁷ dice que se cruzó con un inversor del interior del país en cables, etc., y él le reconoció ‘yo tengo el cable, el diario, la radio, la televisión abierta y, además, exploto petróleo, pinto la ciudad, la limpio y, posiblemente, haga telefonía. Si yo tengo que discutir los precios en donde sea, el intendente de la ciudad va a estar en una situación compleja’. Bueno, eso se maximiza con los fondos de inversión, porque todavía están más lejanos a la vida de la comunicación social porque no son dueños de nada”*.

Etchevers opta por diferenciar entre el objeto empresario del Grupo Clarín y un *holding* de inversión: *“el grupo multimedios, como el Grupo Clarín, es un grupo que se ha dado como misión en la sociedad ejercer su identidad en los medios de comunicación y su objeto empresario tiene que ver con la tarea de conducir medios de comunicación y no realizar cualquier otra actividad de naturaleza diferente. Un holding de inversión tiene en común a los accionistas, propietarios, que pueden invertir en determinadas actividades diferentes de acuerdo al criterio de rentabilidad coyuntural”*.

⁴⁷ Gabriel Mariotto, Interventor del Comité Federal de Radiodifusión.

A diferencia del Gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín, en el marco de un marco de concentración de la propiedad de los medios de comunicación, Mastrini piensa que *“cuando se habla de un grupo multimedia estamos pensando en un grupo que integra editorialmente a sus medios, mientras que el holding no lo hace necesariamente. No digo que no pueda hacerlo, pero generalmente todo lo que sea inversión financiera está más preocupado por el rendimiento económico que por el rendimiento simbólico”*. El multimedio torna uniforme su visión editorial, facilitando un proceso de retroalimentación entre lo que publica en su periódico digital y de papel, en sus radios y en sus canales de TV.

Por último, Becerra advierte sobre la intrascendencia de la diferenciación en la actualidad, puesto que un holding puede ser titular de un multimedio ya que la legislación lo permite: *“digamos que conceptualmente no hay ninguna diferencia. Conceptualmente, un holding de inversión puede ser titular de un multimedio, por tanto puede ser un multimedio”*.

3- La tesis liberal⁴⁸, ante el activo papel del Estado, otorgaba a los medios la función de “perro guardián” de la democracia. Llamativamente, pese a los cambios registrados en las relaciones de fuerza, muchos mantienen ese argumento. Por ello, es válido interrogar a los representantes de diferentes sectores sobre el significado y la función de los medios de comunicación.

¿Qué es un medio de comunicación y qué papel cumple en democracia?

A la hora de responder sobre qué es un medio de comunicación y cuál es su función social se nota una distinción entre las

⁴⁸ *“(...)la única garantía para la libre circulación de noticias, es que los medios permanezcan en manos privadas”*. Pág.28. **“Invasión Cultural, Economía y Comunicación”**. Muraro, Heriberto. Legasa, 1987.

concepciones formuladas como imperativos categóricos (deber ser) y las descripciones de ejemplos que se constatan empíricamente.

Loreti usa la figura de ventana y espejo (*“ventana para ver el mundo y que el mundo te vea y espejo para verse reflejado”*) para delinear el ideal de un medio, teniendo que ser *“un soporte para la pluralidad”*. Loreti está diciendo que si en una sociedad hay distintos grupos con distintas realidades, esa ventana, que vendrían a ser los medios, debe mostrarlas, por ello *“el rol de los medios es ser soporte de esas instancias plurales”*.

Mastrini remarca la utilidad que debiera tener un medio para el ciudadano: debe tener la capacidad de brindar *“buena información”*, en tanto transparente y diversa. Según él, *“la población toma cotidianamente dos tipos de decisiones: económicas y políticas. Desde muy poco importantes a muy importantes. Desde comprar leche a comprarse una casa, desde participar en un club hasta votar en las elecciones. Para todas las decisiones que toma, lo fundamental es la información con la que cuenta”*. Entonces, *“el problema aquí es si la población dispone de una variedad de información suficiente como para poder tomar mejores decisiones”*. Mastrini estima que debería haber mayor diversidad y transparencia, ya que a su juicio *“es importante que transparente (N de R: el medio) cómo pone en juego sus intereses cuando brinda información a la población”*.

Becerra elige diferenciar un aspecto económico *“es una entidad que se dedica de manera industrial (a una escala no artesanal) a la producción, almacenamiento, edición y distribución de contenidos”*; y otro sociológico *“adhiero a una perspectiva habermasiana que dice que los medios de comunicación han sido históricamente pilares para la configuración de espacios más o menos públicos, espacios de vinculación y socialización de una persona con otra. En ese sentido es un rol de estructuración del espacio público, que puede ser una estructuración del espacio público democrático o no”*.

Etchevers esgrime que los medios son *“una herramienta a través de la cual la sociedad puede ejercer su derecho a la libre expresión (...) Es una doble vía: por un lado, ayudar a difundir y acercar a la sociedad a la cosa pública y hacerla transparente, abrir una gestión cerrada sobre sí misma y llevarla y abrirla a la sociedad; y, por otro lado, partiendo de la sociedad, a mirar a esa cosa pública desde un lugar de control y de auditoría”*.

Michi comparte la premisa que, en el sistema democrático, un medio de comunicación cumple un rol central poniendo énfasis en que *“sin democracia no hay periodismo, y yo creo que sin periodismo no hay democracia. El periodismo contribuye al fortalecimiento de las instituciones. Pero el periodismo bien entendido. No el que sólo es difusor de determinado instrumento de poder político o económico o el que fuera con tal de difundir sus intereses, sino el que sirve realmente para lograr un mejoramiento de la sociedad”*.

Wainfield optó por ahondar el análisis del poder como elemento central de los medios y su acción en la democracia, participando en la disputa del poder político, difundiendo ideas y defendiendo sus intereses económicos. Los medios que son parte de grupos se esconden tras la objetividad y la decisión de negar su papel como actores económicos. Según el periodista de Página 12, *“son un ingrediente central de cualquier sistema democrático que participa de toda esa lógica, que participa de la disputa de poder político por razones ideológicas, por razones de alineamiento político y en el caso de los medios que tienen capacidades económicas por ser actores económicos”*. El cronista remarca que *“los medios también disputan poder con el llamado poder político. Disputan poder porque defienden sus propios intereses, defienden sus ideas o modelos de país. Es bueno que los medios tengan una postura ideológica, lo que no me parece tan simpático es que los escamoteen bajo el relato de la prensa independiente”*.

4-Los medios de comunicación tienen como fuente de ingreso primordial a la publicidad privada, la cual porta tácitamente intereses. En muchas ocasiones dichos intereses privados y el fin de los medios, informar sin miramientos, suelen colisionar. A causa de esto, cabe revisar la distancia que existe entre la teoría y la práctica. Puestos en situación, la definición que Julio Sevares da del editorial tiene la aptitud de graficar la trama en la que está inserto un medio. Sobre la base de esto, debe desarrollarse el debate sobre el valor de ‘medio independiente’ que se auto arrojan los medios de comunicación.

A su vez, el salto a actividades ajenas al sector es un carácter que distingue a las últimas dos décadas. Por lo que resulta indispensable poner en cuestión las consecuencias de estas variables en la actividad periodística y sus marcas que imprime en la libertad inherente a su ejercicio.

¿Cómo es la convivencia del afán de rentabilidad de una empresa comercial y la función social de un medio informativo?⁴⁹

Martín Etchevers afirma que la rentabilidad, que asegura la autosustentabilidad, garantiza la independencia del medio de comunicación. Michi cuestiona, en primer lugar, el ingreso de firmas ajenas al sector en la mesa directiva de las empresas mediáticas y, en segundo lugar, la inaccesibilidad a los datos de los componentes del paquete accionario.

Wainfield se encarga de remarcar un aspecto que aparecerá en el resto: la tensión “*entre lo que significa la guita para mantenerse y la tarea periodística*” y, a la par, precisa que “*hay una escisión entre*

⁴⁹ Entre las respuestas se tomaron en cuenta como parte de ellas las dadas a “¿Cómo analiza esta frase: “la editorial en el diario tiene la función de manifestar la opinión de la empresa, empresa que tiene sus intereses económicos, sus intereses en el mercado, sus alianzas políticas, sus alianzas económicas y su posición política, su visión de lo que hay que hacer (Julio Sevares, jefe editorialista de Clarín, en la tesis de Glattstein, Pablo y Murphy, Santiago. "Elecciones 2003: el candidato ideal de Diario Clarín")?”.

ambas. En algunos lugares la magnitud de la cuestión hace que se generen cosas enormes". El presidente de Fopea enfatiza el disciplinamiento de los periodistas por la influencia de "intereses económicos que no se vinculan a la comunicación, obviamente vos como empleado de esa empresa te sentís atado de la posibilidad de dar esa información que corresponde. La crisis de 2001 afectó a toda la sociedad pero particularmente a la prensa. Se recortó la torta publicitaria y los medios tuvieron que empezar a despedir gente. Al despedir gente, la gente que estaba en esos lugares, por temor o porque no tenía posibilidad, empezó a hacer ochocientas cosas que antes no hacía. Además, hay que sumar como factor agregado que empresas que no tienen nada que ver con medios de comunicación, que no tienen mirada a largo plazo, se involucren como propietarias de medios". En la misma línea, la representante de los trabajadores de prensa en la Capital Federal, marca que "no comparto los intereses mercantiles que se llevaron a su máxima expresión durante la década del '90, en realidad se ve hasta el día de hoy. Eso significó baja de credibilidad. Nosotros tenemos dos estudios. Uno es de 1998 y el otro de 2006. En ellos se da un proceso muy marcado de baja de credibilidad, porque a medida que aumentó el conflicto social en Argentina, a comienzos de 2000, bajó la confianza en la producción periodística. Se nota una curva descendente, a mayor nivel de conflictividad más baja la credibilidad de la prensa, tanto hacia los medios como hacia los periodistas. Por eso, hoy no hay periodistas estrellas, no hay grandes referencias en la prensa como ese trabajo tan de marketing que se hizo en la década del '90 para simular pluralidad, a la que se prestaron muchos periodistas".

En relación a las particularidades que estampa la década del '90 en la profesión, Becerra grafica que ante la elección entre una investigación y un aviso se opta por el segundo: *"ahí se acaban todas las contradicciones"*.

Todos coinciden que la rentabilidad es una de las condiciones clave de la subsistencia de los medios. Sin embargo, a causa del flujo monetario que manejan algunos grupos mediáticos Wainfield los considera actores políticos *“que disputan poder público y lo hacen porque quieren imponer ideas, valores e intereses”*. Por esto, el columnista de Página 12 en un hipotético estudio sobre los medios *“explicaría todo sobre el eje del poder”*.

Diversificación

Algunos de los entrevistados eligieron indicar las consecuencias que conlleva la diversificación de una empresa con origen en el sector o que otras firmas ajenas a él inviertan dentro de empresas periodísticas. *“Cuando hay una denuncia sobre telecomunicaciones o comunicaciones satelitales, el medio al cual pertenece esa empresa no dará esa información. Por lo tanto, no sólo se coarta la libertad de expresión del periodista que trabaja allí y quiere escribir sobre eso, se coarta también la libertad a recibir información que tiene el ciudadano. Acá hay un dato que es central: los medios construyen poder más por lo que callan que por lo que dicen”*, sentencia Michi.

Mastrini subraya el concepto de contrapeso y despliega dos niveles de análisis *“el primer balance se da a nivel del sistema mediático: éste no puede ser sólo de medios comerciales, debe haber un fuerte sector de medios públicos y un fuerte sector de medios no comerciales. Después, (el segundo balance está) en relación concreta a los medios privados, hay que buscar un equilibrio entre el lucro y algunas regulaciones que no permitan que sólo los criterios de lucro sean los que están presentes”*.

Con respecto a lo anterior, Loreti y Michi proponen la creación de la figura del defensor del lector, cuya función sería la de transparentar, por un lado, en dónde los medios tienen intereses y si,

por otro lado, los intereses paralelos de los accionistas pesan ora en la tapa, por caso, ora en el proceso de trabajo.

Influencia de los patrocinantes

Hay un acuerdo general sobre que la influencia de los patrocinantes en los medios existe. Excepto al parecer de Etchevers, representante de Grupo Clarín, quien, aunque no niega lo dicho, manifiesta que depende de *“la responsabilidad y los valores de cada medio”*.

Mastrini y Becerra añaden un sutil condicionamiento: *“nunca te van a decir lo que hay que decir, sino que vos sabés lo que no hay que decir”*. En sintonía con lo precedente, el columnista de Página 12 opina que *“su peso (el de los patrocinantes) en el análisis de los conflictos es subestimado”*. Ante lo cual, Michi aporta un ejemplo con respecto al denominado conflicto entre “el gobierno y el campo”, *“la posición que el medio tenía sobre el conflicto contaminaba toda la información general, aquel medio que estaba a favor decía ‘paro histórico’ del campo y el resto de las notas eran notas críticas sobre todo lo que el gobierno hacía mal en otras instancias. Los que estaban a favor de la posición oficial hablaban de lock-out patronal, hasta en la terminología estaba condicionado eso. Por otro lado, contaminaban al resto de las notas el supuesto boicot destituyente de distintos sectores en cuales confluía el campo”*.

En consonancia, Fopea emitió dos comunicados⁵⁰ sobre las presiones que ejercieron el gobierno y los privados vinculados a las

⁵⁰ El 4 de abril de 2008 publicó **“Presiones en la cobertura del conflicto entre el Gobierno y sectores del campo”** y el 23 de marzo de este año emitió un comunicado titulado **“Fopea advierte por agresiones físicas y/o verbales a periodistas en piquetes y actos”**.

Cabe agregar lo que informó Verbitsky después de quejarse de que los intereses de Clarín y La Nación en la resolución del conflicto por la 125 no fueran denunciados por Fopea, que sí criticó al gobierno por presiones a periodistas. Este es un fragmento del artículo en el que el periodista de Página 12 cuenta qué le respondieron desde Fopea: *“Cuando publiqué esta información escribí en Página 12 que al Foro de Periodistas Éticos, FOPEA, no le preocupó esta cruda connivencia de*

empresas periodísticas sobre los periodistas durante la cobertura del mencionado conflicto a lo largo de casi un año.

Por último, el vice decano de la carrera de Ciencias Sociales de la UBA expresó que, teniendo en cuenta el entramado en el que está inserto un medio de comunicación según Julio Sevares, *“el tema es cuál es el espacio que se le da al público, al cual se dice que representan, y a los propios periodistas para expresar su opinión sin limitaciones”*.

Finalmente, Fagale informa sobre algunas transformaciones y sus secuelas bajo una categoría que ella llama perio marketing: *“la empresa, absolutamente mercantil, desconoce hasta el abc del periodismo, donde se miente y se omite descaradamente. Esto tiene una explicación que los editoriales y las líneas editoriales comienzan a nacer de las áreas de marketing, ustedes saben que en el caso de Clarín, las reuniones no son en la redacción con los editorialistas sino en el área de publicidad, eso está pasando en todos los medios. De este modo, se define cómo salen los diarios, qué sale en la tapa, qué no. Gente que entrega sus notas y, luego, aparecen sus notas totalmente destrozadas donde ni siquiera se le consulta al periodista qué es lo que quiere hacer, una de las posibilidades es quitar su firma”*.

5- Las distintas formas de financiamiento suelen exponer los flancos por los que se cuele la presión o la censura indirecta. A la vez, hacer un repaso de ellas ofrece información en relación a cómo varían las estructuras económicas según el tamaño de la empresa mediática y cuál de esas vías tiene más peso.

¿Cómo se sostiene un medio?

intereses. Los colegas de FOPEA me respondieron con preocupación que sí se habían pronunciado: dijeron que tanto las empresas de medios como sus avisadores agropecuarios presionaban a los periodistas para que su cobertura fuera adversa a la posición oficial. Pero ningún medio publicó su comunicado”.

Hay coincidencia en cuanto a que la publicidad es una forma fundamental de sustento, a la cual suman el abono en el caso del cable.

Merece un párrafo aparte el aporte de Becerra, quien dice que otra fuente importante es el Estado en su función de auxilio y añade la faceta infraestructural, en la cual la discrecionalidad se convierte en un atributo clave de esa relación: *“en radio y televisión el soporte y el apoyo del Estado argentino se verifica en que esa radio o ese canal tiene una licencia obtenida en virtud de algún proceso con reglas que el Estado argentino definió en algún momento histórico determinado y le asignó la licencia. Históricamente, la regulación argentina impidió que la mayor parte de la sociedad pudiera participar de esos procesos, por lo cual ahí hay una ayuda discrecional”*.

El académico de la UNQ enfatiza que *“también es una ayuda la desgravación de impuestos, el régimen de fomento de la competencia, la tolerancia hacia el trabajo en negro (...) Pero también hay (otro tipo de) ayuda: por ejemplo, el subsidio del insumo papel. Como ustedes saben, el Estado argentino es socio de Clarín y La Nación en Papel Prensa S.A., lo que, en consecuencia, es una ayuda para esos medios. Es decir que no hay reglas de juego ecuanímes para todos los medios gráficos. (...) La de La Nación y Clarín con el Estado es también una sociedad económica además de política.”*

No obstante, ante el interrogante, Etchevers prefiere argumentar que *“es pertinente comentar esto en un momento de crisis como la que atraviesan los medios en todo el mundo y en la Argentina con la caída de la torta publicitaria, con la caída de la circulación de los medios”* y resumir que *“la posibilidad de tener un grupo con eje en los medios de comunicación pero con presencia en distintos medios, nos permite tener la solidez económica y la sustentabilidad empresarial para poder ser autosustensables e independientes económicamente sin depender de negocios extraperiodísticos o de alguna ayuda, asistencia o prebenda del Estado”*. Fagale recoge el guante y hace eje en las

consecuencias de la crisis económica actual cuyos efectos se están viendo en Europa y, con las particularidades del caso, en Argentina: *“a los medios argentinos no les llegó la crisis como les llegó a los europeos o norteamericanos, sin embargo la van a profundizar como elemento de presión. (...) Hoy, la crisis económica mediática es porque como grupos económicos estuvieron asociados, fueron la causa, con la especulación financiera. Fueron los que incentivaron, no sólo desde el campo cultural justificando la aplicación de un modelo, sino desde el punto de vista estrictamente económico; fueron parte de la especulación financiera que causó esta crisis, esta crisis que vamos a pagar todos”*.

Por su lado, Michi se refirió al gobierno actual y su objetivo en la distribución de la pauta, considerada fuente de sostenimiento necesaria, como instrumento de presión en una comparación con métodos pretéritos: *“antes, la forma de ejercer coerción era distinta; por ejemplo, en la década del 90 con las amenazas a los periodistas y juicios o el asesinato a Cabezas. Hoy, quizás en muchos medios, el mecanismo más sutil es el peso que tiene la publicidad oficial en el sostenimiento de ese medio. (...) si el periodista que trabaja ahí ve que el 60% de la publicidad que entra es del Gobierno, va a tener limitaciones y autocensura a la hora de dar determinada información”*.

6-La creciente pauta oficial se distribuye sin criterios objetivos según lo registran sucesivos informe de la Asociación por los Derechos Civiles⁵¹, por lo que el uso discrecional dado por cada gobierno constituye un punto de discusión al igual que cuáles deberían ser los fines que tendrían que regularla.

La repartición, según el cantar oficial, puede ser un instrumento que alimente la pluralidad o todo lo contrario, desde

⁵¹ Los informes se pueden consultar en www.adc.org.ar

otras perspectivas. El objetivo, tal como se dan las cosas en el presente, queda librado a la disquisición gubernamental.

¿Cuál debería ser el criterio para la distribución de la pauta oficial? ¿La cantidad de público al que llega el medio o, acaso, el de la propuesta del Sindicato de Prensa de Ushuaia que sugiere que la pauta tiene que ir atada a la producción local y a la cantidad de trabajadores comprometidos u otro criterio?

Hay un punto de conexión general entre los entrevistados sobre la necesidad de una regulación normativa sobre la distribución de la pauta oficial. También, se concluye, implícita o explícitamente, que, actualmente, domina la lógica de mercado.

Las diferencias emergen cuando se proponen definir el fin de la pauta. Para Etchevers, el sentido de la publicidad oficial es la difusión de los actos de gobierno, por lo que debiera apuntar a llegar a la mayor cantidad de gente. Según él, deben desterrarse “*la arbitrariedad*” y las “*exclusiones irracionales*”. A su vez, resalta que “*hay una distorsión cuando un medio cuya audiencia es difusa recibe montos importantes*”.

Sin dejar de acordar con el punto de vista sobre la falta de un criterio claro, Becerra apunta que en la actualidad uno de los preponderantes es el “*amiguismo*”, cuando el elemento rector debiera ser uno que se ajuste al objeto de la campaña. Con un fin propositivo, dice que si es un tema cuyo destinatario debe ser la sociedad entera, los medios donde se difundirá deben ser los más posibles, en cambio si el receptor debe ser una parte de la sociedad nada más, para mayor eficiencia, debe elegirse entre los medios consumidos por esa porción del público.

En este aspecto, convienen Wainfield y Loreti. Este último, además, señala dos problemas: “*las situaciones patológicas*”, en referencia a un otorgamiento discriminatorio, y “*el aumento simultáneo de los montos y los beneficiarios*”.

Loreti manifiesta la necesidad de plantear la discusión sobre si el criterio fortalece a la concentración o no. En ese sentido, Wainfield dice que dar más al que más llega “*reproduce la lógica capitalista en lugar de privilegiar la lógica democrática*”. En esta línea de pensamiento, Michi pone de relieve la función del Estado como garante del pluralismo y la necesidad de que se regule explícitamente el tema, erradicando “*la discriminación por la ideología o dueños*” y “*el criterio del PEN*”. En su lugar, propone la formación de un organismo colegiado que defina la cuestión.

Mastrini profundiza (sin dejar de señalar que el Estado debe ser más transparente en la asignación) afirmando que “*la publicidad siempre condiciona*” y que, en su lugar, debería haber “*políticas de sostenimiento*” para los medios del tercer sector, los comunitarios. Su justificación es la idea de establecer un contrapeso.

Como alternativa, Loreti cita la propuesta del Sindicato de Prensa de Ushuaia: “*dice que la pauta que distribuye el gobierno tiene que ir atada a la producción local y a la cantidad de trabajadores comprometidos y no sólo al rating*”. En torno a él, Mastrini se mostró escéptico: “*porque cada grupo pondría características para que se los beneficie*”.

7- Uno de los resultados de las transformaciones que acaecieron en el sector de medios de comunicación es la concentración de la propiedad en pocas manos. ¿Esto afecta a la libertad de expresión? La concentración de la propiedad es una de las formas a través de la cual se busca reducir los riesgos económicos en un sistema capitalista, por un lado. Pero, por el otro, obstaculiza la aparición de competidores en una actividad en la que la pluralidad es un valor esgrimido unánimemente.

¿Hay una situación de oligopolio en el sector de medios de comunicación actualmente? Si así fuese ¿cuáles serían los riesgos?

Becerra y Mastrini tienen el mismo punto de vista sobre el riesgo que existe en el ejercicio de la profesión debido al oligopolio de la propiedad de medios, pues *“nadie presupone que un medio de comunicación informe en contra de sus intereses. No sería lógico (...) El tema es, si es un medio de comunicación que está en esa posición y tiene ese privilegio es importante, que transparente cómo pone en juego sus intereses cuando brinda información a la población”*.

En relación a lo dicho en el párrafo anterior, Mastrini indica otros efectos que, como la autocensura –el *“riesgo principal y más extendido”*–, *“se van incorporando en la práctica”*.

El columnista de Página 12, en relación a lo antedicho, se refiere a la informalidad del mercado laboral y a cómo redonda la informalidad del mercado laboral periodístico. Wainfield subraya de qué manera se manifiesta la precariedad laboral *“produciendo dificultades severas para cumplir con la cláusula de conciencia”*.

Otra consecuencia es que el oligopolio conduce a un producto *“muy homogéneo”*, a causa que hay poca diversidad de contenido. Esto provoca, en palabras de Martín Becerra, *“una sobrerrepresentación de determinados grupos étnicos en contra de la subrepresentación de otros”*. Fagale comparte la visión y profiere que *“los oligopolios lo primero que hacen es unificar fuentes. Cuando se produce eso, ocurren dos cosas: se traslada la competencia de las empresas en forma horizontal hacia los propios compañeros, se ve en el caso de los movileros y la primicia. Dos, no se manejan tiempos de investigación ni de reflexión respecto al tema en cuestión, no se lo indaga, no se lo investiga, no existe la estructura en las áreas de noticias de los canales de televisión ni de las radios”*.

Becerra suma que *“las víctimas del contenido final somos todos los consumidores, porque tenemos una sola perspectiva sobre la realidad predominante”*.

Por otro lado, Loreti volcó su postura adhiriendo a la declaración de la CADH de 2000, *“la Convención Americana de Derechos Humanos, en el año 2000, hizo una declaración de principios (...) dice que los monopolios y los oligopolios deben estar limitados por una regulación y que en tanto limitan la libertad de la información y la libertad de expresión, afectan la democracia. Ya ha dejado de ser un tema de discusión, ya es un principio constitutivo de la libertad de expresión”*.

En disidencia, Martín Etchevers señala que *“cuesta encontrar un oligopolio en algún mercado”* y sentencia que *“lejos de cualquier oligopolio, somos el mercado más diverso del mundo”*.

Fagale, desde su perspectiva particular, esboza que en un cuadro de integración vertical y concentración horizontal *“los medios de cada grupo aplican características y organización del trabajo distinta en cada uno de ellos. Es diferente cómo Clarín impone una organización del trabajo en el diario a cómo lo hace en Canal 13, es distinto lo que hace con TN y es muy distinto lo que hace con Diarios y Noticias, por mencionar su agencia. También, es otra cosa lo que hace con los subcontratados de Ciudad Internet. Lo mismo en Telefónica”*.

8- En un contexto de concentración, de pauperización de las condiciones laborales, en el que el funcionamiento de la Autoridad de Aplicación es considerado deficiente⁵², el respeto a la libertad de expresión parece estar ligado a la decisión de empresarios, por una parte, y a la relación, virtuosa o no, entre empresarios y periodistas, por otra parte. Lo señalado tiene varios efectos en el ejercicio de la libertad de expresión, piedra angular del sistema democrático de gobierno. Más aún en una sociedad en la que existen realidades e intereses divergentes.

⁵² Sugerimos, para más información, ver la auditoría de La Sindicatura General de la Nación sobre el Comfer. Noviembre de 2000.

¿Cuáles son los límites de la libertad de prensa y la libertad de expresión?

Para comenzar, Lidia Fagale enuncia etapas, las cuales pueden ser presentadas por la cadena precarización-disciplinamiento-autocensura, que atravesó la Utpba tras el retorno al sistema democrático de gobierno. En la primera, desde 1983 hasta Menem, llamada por ella *“de lucha ideológica”*, se prestó atención a *“las secuelas de lo que había instaurado la dictadura, secuelas de carácter ideológico. Era un momento de mucha lucha ideológica en el gremio de prensa por recuperar la memoria de periodistas desaparecidos, por recuperar la libertad de escribir”*. La segunda comienza con Menem en 1989 y culmina con la caída de Fernando de la Rúa. Está marcada por la defensa de los derechos de los trabajadores de prensa: *“se aplican la mayoría de los decretos que fueron funcionales a la conformación del oligopolio mediático y se desconoce las leyes laborales de todos los trabajadores y en particular de los de prensa. A lo largo del menemismo y del duhaldismo, se desconocen todas las leyes. Se intenta derogar cinco veces, entre 1989 y 1998, el Estatuto del Periodista. (...) Fue un lapso donde aumentó el nivel de agresión a la prensa, donde esa disciplina personal a la que me refería sobre la que se ejercía la autocensura, porque no es que solamente se dio durante el terrorismo de estado, sino que la pérdida de puestos de trabajo, la flexibilización, la desjerarquización hicieron que compañeros se disciplinaran y aceptaran condiciones laborales que eran atentatorias contra el ejercicio de la actividad”*. Fagale sintetiza *“la peor opinión es el silencio”*.

Tanto Mastrini como Loreti remarcan que la libertad de prensa y la libertad de expresión son conceptos basados en una antigua concepción del Estado como principal obstáculo para las mismas: *“tienen su origen vinculado a las políticas de censura de los Estados nacionales del siglo XVII, a la eliminación del monopolio público de la*

palabra que tenían la Iglesia y el rey” explica Mastrini. Loreti cita a Owen Fiss y, en la misma senda, plantea: “históricamente, el Estado era el enemigo de la libertad de expresión del individuo’. Lo que ocurre es que ha cambiado tanto el mapa y han aparecido tantos factores de enorme dimensión que (...)para que algunos hablen, hay otros que deben hablar menos” . Mastrini profundiza: “Hay una concepción de que el Estado constituye un riesgo para la libertad de expresión y yo creo que hoy en los Estados democráticos el mayor riesgo para la libertad de expresión está en el mercado”. Becerra lo refuerza explicitando que los condicionantes para la libertad de expresión en Argentina son: “la concentración, la centralización geográfica de la producción de contenidos, la precarización de los procesos de trabajo y todas las características que marqué anteriormente como propias del actual sistema de medios” (N. de R. Hace referencia a su primera respuesta en la que describe las características propias del sistema de medios argentino).

Michi coincide en este último aspecto añadiendo que la autocensura y la centralización geográfica –graficada en su ejemplo de un televidente de Jujuy- son dos de los principales efectos, los cuales se apoyan en el empeoramiento de las condiciones laborales: *“la imposibilidad de hacer investigaciones en profundidad; el hecho de que el periodista tenga que ser fotógrafo o el fotógrafo periodista o todo a la vez; el hecho de que no haya la suficiente capacitación, que es responsabilidad de los periodistas pero también de las empresas periodísticas que no les facilitan la capacitación; las presiones que pueden existir a raíz de las presiones directas o indirectas desde la publicidad, por ejemplo, la autocensura y también, obviamente, la concentración de medios. La concentración hace que haya menos voces; que el público de Jujuy tenga que escuchar una hora de información de noticiero de Buenos Aires donde le hablan 15 minutos de los baches de la Ciudad de Buenos Aires y no le hablan de los*

chicos que se mueren de hambre en su provincia, habla de que algo está mal”.

Fagale describe algunas transformaciones en las condiciones laborales que repercuten sobre la calidad del resultado final: *“las principales modificaciones en el personal con relación de dependencia son los cambios en las calificaciones- me refiero a cambios en las tareas asignadas por las categorías conocidas- en algunos casos por la introducción de lo que durante algunos años se denominó nuevas tecnologías y que ya no eran tal. Otro cambio fue la pérdida del derecho intelectual sobre lo que el trabajador produce, porque los originales eran cooptados por un archivo general de la redacción y usados por terceros. Al día de hoy, te vas de un medio y toda tu trayectoria fotográfica queda en la nada. Tampoco se reconocían derechos básicos como vacaciones, licencias y demás a los colaboradores permanentes que no son los colaboradores eventuales. Por supuesto, menos aún para estos, que no son reconocidos y que son los encargados de asumir los costos de su capacitación, más los insumos que no son privilegios para un periodista. Un periodista colaborador debe consumir cable y pagarlo, pagar la tinta de la impresora, pagar banda ancha, consumir los diarios, comprar libros. Cabe remarcar que la capacitación quedó reducida a los que tenían disponibilidad de horario, es decir a los que ganaban menos. Excepto si la empresa realizaba un convenio con, por ejemplo, la UCA, TEA, etc. todo esto desde una concepción mercantil, y desde el punto de vista ideológico repudiable. Empezamos a ver al egresado con una conciencia conformada por determinados tipos de maestría.”*

Con respecto a las líneas precedentes, Mastrini da un paso más proponiendo un concepto superador que reemplace a la libertad de expresión por un concepto *“que sea el derecho a la comunicación, por la posibilidad y la garantía de los medios para comunicar”*. Implicaría redefinir el rol del Estado: *“hay que ir en la línea de*

garantizar derechos más el derecho de poder hacerlo. Si no se garantiza cómo, es un derecho abstracto.” Retornando a los límites para ejercer la libertad de expresión, Loreti establece que *“el límite tendría a ser el espacio de los otros. Es, dicho tecnológicamente, el tema del equilibrio frente al monopolio.”*

En lo que concierne a la práctica cotidiana de la profesión, Wainfeld dice que en el mundo de la *“espectacularidad y la barbarie mediática”* no se respeta la vida privada de las personas comunes, la protección de los derechos de los menores, la preservación de ciertos sectores o grupos que en general no son personajes públicos. Esto está en relación con la mirada ética que plantea Martín Etchevers: *“desde el punto de vista ético y su responsabilidad tendrá que ver con la manera en que cada medio encare el periodismo, las exigencias en el chequeo de información, de confrontar a determinada cantidad de fuentes para verificar una información, de dar, a partir de un hecho que pueda ser opinable, espacio para las distintas opiniones, de ejercer desde un lugar de foro de debate una mirada pluralista donde estén representadas las distintas voces de la realidad, de ejercer con responsabilidad su derecho a tener una editorial propia pero de explicitarla a su lector”.*

En cuanto a la libertad de prensa, Etchevers dice que *“la libertad de prensa se ejerce con responsabilidad y esa responsabilidad está atada al paradigma ético de cada medio.”* Mientras que Becerra opina que *“la libertad de prensa en la Argentina goza de muy buena salud desde el `83. (...)O sea, el juicio a las juntas militares en 1985 no se transmitía por televisión por temor a la reacción de la corporación militar. Entonces, eso era un condicionante de la libertad de prensa, por supuesto también de la de expresión. Entonces, yo creo que fue un proceso gradual y mi lectura es que, independientemente de lo bueno o malo que hayan hecho los gobiernos, en la sociedad argentina la libertad de prensa está bastante consolidada. (...)En*

conclusión, la libertad de los dueños de los medios goza de muy buena salud. (...) eso no significa que se tenga libertad de expresión porque hay autocensura entre los periodistas, despidos por cuestiones ideológicas: en Clarín se está yendo parte del staff más experimentado, como María Seoane, por ejemplo”.

Este último dato sobre las circunstancias que viven en Clarín algunos periodistas es citado por Fagale, aunque en el contexto de la crisis económica del presente: *“en lo macro, que es la crisis, como hablamos, las empresas la van a agudizar y van a cortar por lo más débil y ya lo estamos viendo, por ejemplo, en Clarín, donde ya están convocando a un sector que está en nivel gerencial o como jefes de redacción y llamándolos a retirarse voluntariamente de la empresa, tomar un retiro voluntario, cobrar una jubilación en su casa. Toda esa renovación es la que se viene. Con una achicamiento de los planteles. Esta es una excusa, la otra (N de R: forma de presión) es por la introducción de tecnología que queremos ver ahora en la práctica hasta dónde esto se va a traducir en el campo nuestro en meses”.*

9 –Como se dijo, en la actualidad se mantiene verbalmente la tesis liberal como estandarte. Esta pone de manifiesto la tensa relación entre el gobierno de turno y los medios. Sin embargo, no todos avalan dicha perspectiva luego que la década del `90 dio a luz grupos económico mediáticos. También, mutó el campo de acción del Estado tras la implantación del neoliberalismo, por lo que la modificación de su intervención varió la relación con los distintos actores. Este es el marco que justifica la pregunta.

Planteamos el interrogante considerando, sobre todo, que, en el período que analizamos, el desenvolvimiento del sector de medios (y en especial los que terminaron constituyéndose como los actores de mayor peso) tuvo en el Estado y sus resoluciones a un socio de vital importancia. Asimismo, buscamos que a través de las

respuestas se pudiera ver qué papel otorgan los entrevistados (y, por extensión, a la posición que representan debido a su labor) al Estado como rector del mercado de las comunicaciones.

¿Cuál es la relación entre el Estado y los grandes medios?

Martín Etchevers diferencia entre Estado y Gobierno. Según él, *“el Estado, desde un punto de vista constitucional, debería asegurar las condiciones del funcionamiento libre de los medios de comunicación desde un lugar de la mayor transparencia, la menor discrecionalidad y reglas de juego muy claras para que todos los medios puedan actuar sin distorsiones en el mercado.”* En cuanto al Gobierno, *“nosotros entendemos que hay una disputa sana por la agenda. Es tan legítimo que el Gobierno intente poner su agenda como que los medios, desde su lugar de conocedores de la sociedad a la que representan, traten de considerar los temas que sus audiencias están reclamándole.”*

Tanto Becerra como Mastrini comparan el gobierno de Néstor Kirchner con el de Cristina Fernández, caracterizando al primero de *“mucho ruido y pocas nueces”* en referencia al enfrentamiento discursivo pero no político. Becerra manifiesta que el de Néstor Kirchner *“era muy confrontativo pero el último día hábil de gestión firmó la fusión de Cablevisión y Multicanal”*. En cuanto al gobierno de Cristina, ambos coinciden en que el enfrentamiento se trasladó a los intereses de los medios afectándolos, por ejemplo *“el Gobierno de Cristina vendió pliegos de licitación para licencias de televisión por cable luego de veinte años de que esto no se hacía. Y eso afecta intereses”*. Sin embargo, Becerra describe a la relación actual como *“esquizofrénica”* porque *“por ejemplo, hace dos semanas⁵³, Papel Prensa renovó su directorio: el Estado argentino sigue designando al ex Jefe de Gabinete Alberto Fernández como director en nombre del*

⁵³ La entrevista se llevó a cabo el 6 de mayo de 2009.

Estado argentino. El accionista mayoritario de Papel Prensa S.A. es Clarín. Entonces, por un lado hay un nivel de enfrentamiento retórico fuerte (y eso es bastante novedoso) entre el Gobierno y el principal grupo de medios. Pero, por otro lado, siguen sentando a una persona que siempre fue muy conciliadora con Clarín. Y yo, en cambio, esperaba que lo saquen. Que lo saquen y que el delegado del Gobierno denuncie a Papel Prensa y que dijera que no iría a sentarse al directorio mientras la empresa siga contaminando los ríos, etc.”

En cambio, Loreti ofrece una mirada retrospectiva, después de enumerar diversas relaciones, enfatizando los beneficios impositivos recibidos durante los '90: *“si uno estudia la política de desgravamiento entre 1989 y 2001, verá que hubo varios millones de pesos en desgravamiento a los medios de comunicación, incluido a aquellos que compraron los medios en el proceso de privatización. Con lo cual les estaban “devolviendo” un montón de plata. Los fundamentos son para el desarrollo de la actividad, eso está en el informe del CELS (Centro de Estudios Legales y Sociales) 2005-2006, también figura en la página del Comfer en desgravación”.*

Fagale encuadra la tensa relación entre los medios y el gobierno anticipando cuáles serán las posibles consecuencias en torno a la elección de la norma digital y los efectos que tendrá sobre los trabajadores: *“lo que van a discutir los medios y que van a usar como rehenes a los propios trabajadores, ya que como se sabe Argentina en 2004 había optado por la norma digital norteamericana, eso hizo que los grupos hicieran experiencias, compraran equipos, hicieran transmisiones y demás. Bien, uno de los acuerdos del Mercosur facilitaba optar por la norma japonesa, que todavía el gobierno no la eligió pero pareciera que sí. Frente a esta opción los grupos lo que van a pedir es una indemnización millonaria en dólares por las inversiones que hicieron a causa de la norma digital norteamericana. Entonces, es el mismo Estado quien cambia la norma, es el mismo*

Estado el que tendrá que indemnizar otra vez a los grupos mediáticos. Es fabuloso. Si el Estado se niega, debido a que hay condiciones políticas nacionales e internacionales para establecer un tímido no a los grupos oligopólicos, podría ocurrir que a cuento de invocar su actual situación crítica despidan trabajadores. Esto es lo que vemos que puede ocurrir. Porque del mismo modo en el '98 despidieron gente porque se reacomodaron los grupos de dominación económica en la superestructura mediática. El capital nacional se empieza a desprender y facilitarle injerencia al capital extranjero. Se reacomodan y, como necesitaban poner en orden sus balances, una de las exigencias era la reducción de plantel”.

En 2006 y 2005, el conflicto salarial se tradujo en reclamos salariales. En 2001, fue caótico, eran reclamos salariales, condiciones de trabajo, puestos de trabajo. Ese escenario se calmó, hubo como una meseta en los medios de comunicación debido a la pérdida de credibilidad, de calidad informativa”.

10 – La pregunta sobre el anteproyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es a causa que se considera que aportará soluciones para resolver los principales escollos que están presentes en el sector de medios. Qué puntos se rescatan como claves para la modificación del actual mercado de medios que hemos descrito y qué otros son irrelevantes, nocivos o negativos para nuestros entrevistados son los objetivos propuestos.

En la misma línea de la pregunta anterior, el fin es sacar a la superficie qué aspectos de la labor comunicacional y de sus entes los entrevistados proponen poner a sujeción de una ley específica. Y cómo, dado el estado de cosas, una nueva norma que siguiera los lineamientos del anteproyecto, puede afectar el campo específico de cada uno de los entrevistados, en tanto figuras representativas

de los distintos actores que inciden directamente en nuestro objeto de estudio.

A su entender, ¿cuáles son los núcleos del Ante Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?

Hay un acuerdo casi general sobre que los aportes fundamentales del anteproyecto son la división tripartita del espectro; la protección de contenidos locales, propios y regionales; el tope a la concentración; que la Autoridad de Aplicación esté integrada por minorías parlamentarias; la Defensoría del Público; el Consejo del Menor; el Registro Público de Accionistas para que las acciones sean nominativas y no anónimas.

Loreti considera que *“hay un cambio importante respecto del objeto de la regulación, no se regulan los medios sino que el sentido es establecer mecanismos de promoción de diversidad y pluralismo independientemente del soporte, por eso digo que no se regulan los medios. La filosofía del proyecto es llevar a ley los estándares interamericanos y de Naciones Unidas en materia de libertad de expresión, pluralismo y diversidad del mismo modo que Unesco”*. En cuanto a la Autoridad de Aplicación, advierte que un aporte fundamental es *“la incorporación de pluralismo político en el armado de la autoridad regulatoria y de la autoridad de los medios públicos, previendo no el acuerdo parlamentario sino la participación de la segunda y tercera minoría del Congreso en la autoridad de regulación. Eso es más que lo que tienen en EE.UU. En EE.UU. dicen no más de tres de un mismo partido político, y después vas al cuerpo del Senado, pero el Senado no propone y la Cámara de Representantes tampoco”*.

Otro de los factores fundamentales para Loreti es que *“hay una fuerte impronta de protección de los contenidos locales, propios y regionales. Hay una fuerte impronta de desconcentración. Hay una búsqueda de generar instancias de neutralidad tecnológica para evitar la obsolescencia. ¿De qué se trata esto? De la previsión con vistas a*

la digitalización, de llamados a concurso en situación híbrida: alta definición, estándar, multiplex, etcétera. Porque si vos definís algo estricto, la ley se queda obsoleta. Hay algunas cosas que si las ponés en la ley, cuando son complejas de cambiar, provocan obsolescencia en la ley. Doy un ejemplo impensado, pero que ocurrió: en EE.UU., la fecha del apagón analógico para entrar a la televisión digital está fijada por ley. La cuestión es que la gente por la crisis empezó a vender los bonos que servían para comprar los aparatitos, que servirían para transformar provisoriamente el televisor analógico en digital. Se cayó en EEUU y el parque de televisores digitales que todos supusieron que iba a haber, no está. Por lo que tuvieron que mandar un proyecto al Parlamento para cambiar la fecha del apagón. Acá, la ley apuesta a la neutralidad tecnológica en ese plano. Siempre entendiendo la tecnología para facilitar las instancias de diversidad.”

El jurista remarca que *“hay un tema, con el cual yo tengo mis precauciones sobre lo que mencioné en relación a que los medios sólo se dediquen a eso, es que cuando te aterrizó la tecnología encima ¿qué hacés? Es la aparición de las Telco (N de R: el término Telco se usa para referirse a grandes empresas de telecomunicaciones). Hay varios modos para incorporar esto. Uno es, como dice el proyecto de la diputada Giudice (Silvana), que en dos casos pueden actuar las empresas que explotan servicios públicos: que haya otro medio para que no se establezca un monopolio y, el segundo, que cumplan con pautas de participación de minorías accionarias, derecho de los trabajadores y producción independiente.*

Puesto así, eso tiene un problema: no atiende al modo de desmontar la situación de monopolio de servicios públicos. Lo que hace este proyecto (N de R: por el ante proyecto presentado por el PEN), y lo hace bien, es establecer once condiciones que si se cumplieran todas para sacar una licencia de comunicación audiovisual, el monopolio telefónico estaría ofreciendo una

retaguardia lo suficientemente abierta como para dejar de serlo. De hecho, ninguna telefónica está festejando este anteproyecto”.

Por su parte, Michi piensa que es indispensable *“que sea una ley generada desde un Estado y no desde un Gobierno”*; y, también, vaticina con respecto al triple play *“una guerra campal donde va a haber dos grandes grupos que son Clarín y Telefónica que no sabemos cuántos muertos van a quedar en el camino. Hablando metafóricamente, claro”*.

Mastrini plantea sus dudas sobre lo que respecta a *“la política de contenidos y la política federal: hay buenas intenciones aunque no me queda claro cómo creen que se van a cumplir esas intenciones; observo cierto idealismo político como si bastara la regulación, cuando hace falta también política pública.”*. Becerra, en la misma línea, rescata la importancia de *“la financiación a medios alternativos que están reclamando algunos medios comunitarios: está bien que las organizaciones no lucrativas tengan acceso a las licencias de medios, pero sabemos que, por ejemplo, la producción televisiva es carísima, no está al alcance de cualquiera”*. Por eso mismo, Fagale remarca que *“el proyecto achica la brecha jurídica, no la económica. Todavía no sabemos si el Estado va a brindar créditos blandos para aquellos que se deban tecnificar a causa del apagón tecnológico, o a la hora de comprar un pliego. Creo que el proyecto condensa lo que se dijo desde la apertura democrática hasta la fecha”*.

Finalmente, Martín Etchevers cuestiona: *“creo que tiene cuatro o cinco cuestiones que son peligrosas. Son un riesgo para el desarrollo de los medios y para la libertad de expresión en Argentina. Básicamente, se los podría resumir en tres o cuatro temas. Uno tiene que ver con la amplísima discrecionalidad que se le da a la Autoridad de Aplicación para otorgar, renovar, revisar y hasta cancelar o caducar licencias. Hay artículos como el artículo 38 que cada dos años permite revisar las licencias con lo cual la inseguridad jurídica*

que le genera al licenciataro es muy grande o el artículo 40 que deja librada a la Autoridad de Aplicación para otorgar o no una licencia, cuando quien la solicita es licenciataro de otro medio de comunicación como puede ser desde un sitio de Internet hasta un diario o una revista. Hoy, esa discrecionalidad el Estado no la tiene y si viniera un diario como Perfil, por poner un ejemplo, y quisiera comprar una radio, el Estado, hoy, mientras cumpla la ley, no podría decirle que no, el día de mañana podría decirle que no y además no darle explicaciones de por qué lo hace”. Sobre el artículo 38, el especialista en Derecho de la Comunicación, Damián Loreti apunta: “dice que, por razones de tecnología, la autoridad regulatoria, al igual que la FCC, puede revisar las reglas de multiplicidad de licencias. Eso no quiere decir que cada dos años se revisarán las licencias, quiere decir que se revisan las reglas. Para graficar: si vos multiplicás por seis la cantidad de señales que hoy mandás por analógico, no tiene ningún sentido decir que por área primaria de servicio va a tener una señal. Es un disparate. ¿Ahora, qué hacés? La fijás en seis, en doce. ¡Qué sé yo que va a hacer la tecnología en quince minutos!”.

Etchevers detalla que “otra de las cuestiones peligrosas es que el Estado cambia las reglas del juego para atrás, es retroactivo y obliga a todos los licenciataros que habían cumplido la ley hasta el momento, incluso una ley que, si bien tiene su origen en la dictadura y nadie discute que debería renovarse, también tiene 175 modificaciones hechas en democracia, la última de las cuales fue en el año 2005 por el Congreso de la Nación, y todas las inversiones que han realizado licenciataros en base al marco legal vigente se consideran inválidas y se obliga a desinvertir a partir de un artículo que es retroactivo y que, por supuesto, desde cualquier punto de vista es inconstitucional, porque las leyes en Argentinas no son retroactivas. Otra de las cuestiones riesgosas es que la Autoridad de Aplicación sigue estando controlada por el poder político, el Poder Ejecutivo, y las legislaciones

más modernas establecen una mayor independencia técnica y política de la Autoridad de Aplicación, incluso con mandatos que no se superpongan con los mandatos políticos, con los períodos electorales para garantizar una mayor independencia”.

Para el Gerente de Comunicaciones Externas del Grupo Clarín, el anteproyecto “*establece una restricción en cuanto a la imposibilidad de tener un canal abierto y un canal de cable en el mismo área de cobertura que no existe en ninguna legislación del mundo. Básicamente, porque la televisión abierta y la televisión de cable son servicios de naturaleza diferente. La televisión abierta produce contenidos y el cable distribuye contenidos, en muchos casos de terceros. Hay regulaciones en el mundo que sí establecen obligaciones para el licenciatario en el sentido de que debe distribuir sin discriminación los contenidos de terceros y los propios. Eso sí existe; lo que no existe en ningún lugar es que se prohíba la propiedad de televisión abierta y televisión de cable básicamente porque son dos servicios de naturaleza diferente, cuya competencia es de naturaleza diferente (...)*En el caso del cable, que no usa espectro radio eléctrico, uno puede recorrer las distintas legislaciones del mundo y es una tradición que no hay regulación sobre la licitación estatal para poner un servicio de cable. En este proyecto se requiere una habilitación del Estado, con lo cual el riesgo de que el poder político de turno, sea éste o cual fuere, pueda digitar si autoriza una licencia de acuerdo a si la línea editorial le simpatiza o no, es un riesgo para la libertad de expresión. Estas son algunas cuestiones que preocupan en relación a este proyecto de Ley”.

11- La finalidad es rescatar la posición de los distintos entrevistados respecto a uno de los dispositivos de control o auditoría real de la sociedad civil para observar a los medios de comunicación. Al mismo tiempo, y en directa relación a la cuestión

Estado-medios apreciada en una de las preguntas precedentes, podremos ver en qué medida los sectores implicados en el tema (y que nuestros entrevistados reflejan) se disponen a un seguimiento analítico del desempeño de los medios en su función específica.

¿Está de acuerdo con la existencia de un Observatorio de Medios?

Hay un acuerdo general en que deben estar constituidos por entidades de la sociedad civil, académicos y que sea independiente del Gobierno. Particularmente, Becerra cree *“que tendría que haber miles de observatorios de medios. Tiene que observarse todo, todo el tiempo. En democracia no puede haber ningún sector que quede por afuera de la observación pública, del escrutinio público: los medios, los clubes de fútbol, las universidades. O sea, todo espacio donde se dirimen aspectos culturales, la trama de las relaciones sociales, los aspectos de la socialización, donde hay aportes del Estado, donde se utilizan los espacios públicos, todo eso tiene que ser observado. Y cuantos más observatorios existan, cuantas más personas se involucren y comprometan con la observación, va a mejorar la calidad de lo observado”*.

Wainfeld considera necesario apuntar que *“la idea que sólo los medios pueden hablar sobre los medios es una idea asombrosa, la idea que los medios no tienen poder es algo que sólo lo dicen los medios. Digo una cosa: hay varios medios importantes que tienen formaciones de grado, de posgrado o que dan carreritas universitarias para formar a sus cuadros. En esos espacios se habla del poder de los medios, la manipulación, etcétera. No se dicen las huevadas que salen en los diarios sobre la independencia y todo eso. Masivamente, se dicen cosas en las cuales nadie cree. Ningún editor de un medio cree que el medio no tiene un grado de poder. Sabe que tiene poder, se preocupa por acrecentarlo, se preocupa por el ejercicio de ese poder y, también, cuando no tiene influencia”*.

Mastrini explica que *“hay muchas experiencias en el mundo y, además, no entiendo por qué los medios no pueden ser observados si todos podemos serlo. Salvo que tengan algo para ocultar”*.

12- Teniendo en cuenta, a título de ejemplo, los grandes déficits marcados por Guillermo Mastrini (la falta de pluralidad y de transparencia en los medios al brindar información), indagamos de qué modo los medios de comunicación se legitiman frente al público a la vez que imprimen sus propios intereses en el armado de la nota.

¿Con qué medios cuenta el receptor para discernir entre verdad y mentira?

Becerra responde que *“un receptor medio, con muy pocas. Un receptor promedio en la Argentina ve más de cuatro horas de televisión por día o sea que en promedio los argentinos estamos muy expuestos al mensaje televisivo, muy pocos de ellos leen los diarios, pero la agenda televisiva se circunscribe a la lectura de un solo diario (Clarín, obviamente), así que está bastante unificada la perspectiva y eso lo vemos en los noticieros de televisión que son bastante similares”*. Mastrini ejemplifica: *“me ha pasado que al leer las noticias sobre el debate de la ley de radiodifusión, en cuyos hechos soy protagonista y conozco bastante, observo la enorme distancia que hay entre lo que yo percibo y lo que perciben los medios. Lo que pasa es que es muy difícil darte cuenta de esa distancia cuando no sabés de lo que están hablando. Ahora ¿por qué tendría que presuponer que esa distancia no es igual de grande cuando hablan de temas que no conozco?”*.

Michi piensa que el receptor *“cuenta con su propia realidad, con su propia experiencia. Ver lo que le pasa a él y ver lo que le comunican los medios. Cuenta con, pese a todos los condicionantes, diversidad de medios, diversidad de posturas; por lo tanto, si tiene la*

posibilidad económica de acceder a mayor diversidad de medios, escuchar distintas voces, ver distintas caras, eso te puede llegar a ayudar a tener una formación más crítica sobre la realidad; a ver lo que está pasando y tener una visión más global. Pasa que muchas veces las limitaciones son muchas para lograr eso. No es lo mismo un porteño de clase media que un campesino del Chaco que puede escuchar sólo una radio que llega a su lugar y que tiene una postura y que es lo único que puede escuchar. Me parece que las herramientas existen pero no son equitativas”.

13 – La frase proferida por Elisa Carrió, durante la semana posterior a la presentación del anteproyecto de Servicios de Comunicación Audiovisual, sirve de disparador para proponer a los entrevistados que reflexionen en torno a, por un lado, el grado de influencia de las grandes compañías mediáticas en los círculos de poder político y, por otro, cómo esas compañías pueden consignar un grupo de poder que esgrime el derecho a la libertad de expresión para defender intereses particulares. A saber, la expresión se dio al calor de la discusión por una nueva regulación, a cuyo debate se llamó a la sociedad en su conjunto y no sólo a los actores implicados.

¿Cómo analiza la siguiente frase: “no tenemos ningún problema en defender a los llamados grupos económicos si es para defender la libertad de expresión. Discutiremos la mejor ley con Clarín”. Elisa Carrió?

Desde el punto de vista de Michi, Carrió se equivoca al tomar partido por un grupo económico y actúa por prejuicio, cuando debiera leer y debatir el anteproyecto. En el mismo sentido, Mastrini agrega que la frase es “*sincera y transparente*” dado que, según él, la Unión Cívica Radical y la Coalición Cívica son los voceros de los grupos concentrados.

Por su parte, Martín Etchevers atribuye la frase a la “*posibilidad de que una norma violente la seguridad jurídica de los inversores*” y a la “*amplísima discrecionalidad que se da en el proyecto al poder político para administrar la titularidad de los medios*”. Puntualmente, justifica esos dichos citando la importancia de “*la industria*” en la discusión por los medios, donde deben ser oídas “*todas las voces*”.

“*La verdad es que las leyes se discuten con Clarín, se diga o no*”, aclara Wainfeld, dando cuenta de que “*siempre se discute con las fuerzas políticas como con los factores de poder*”. Aunque, elige destacar que “*si la idea (de la frase) es discutir con las corporaciones por fuera del espacio público, me parece pésimo*”. Esto, dice, se da en un marco de contradicción entre la lógica de mercado y la lógica democrática en donde “*la intervención de las instituciones democráticas es para frenar*” el poder que la lógica de mercado da a uno en detrimento del otro, a diferencia de la lógica democrática, donde, dice Wainfeld, “*todos valemos uno*”.

Loreti apunta a las condiciones estructurales de los límites de la libertad de expresión: “*uno de los modos de afectar la libertad de expresión es la pobreza*”, apunta el jurista, y se apoya en una pronunciación de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH): Primer caso, el principio 12 “*los Monopolios y los Oligopolios afectan a la libertad de expresión*”. Segundo, “*la pobreza y la marginación social en que viven amplios sectores de la sociedad en América, afectan la libertad de expresión de los ciudadanos del hemisferio, toda vez que sus voces se encuentran postergadas y por ello fuera de cualquier debate*”⁵⁴. También, “*en un trabajo realizado por el Banco Mundial, titulado “La voz de los pobres. ¿Hay alguien que nos escuche?” se pudo determinar*

⁵⁴ Pág. 102. Inciso 2 CAPÍTULO IV LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y POBREZA. Informe de 2002 de la Relatoría para la Libertad de Expresión

*el escaso grado de participación que tienen los sectores pobres del mundo y en particular los de América Latina. A los pobres se les ha negado históricamente acceder a información e influenciar en decisiones que afectan profundamente sus vidas cotidianas, y por lo tanto se encuentran desposeídos de su derecho de participación activa en el quehacer nacional*⁵⁵. Y concluye: “es inconcebible pensar en mejores condiciones si se defiende a los grupos concentrados.”

14 – La frase del filósofo argentino León Rozitchner fue elegida como diagnóstico posible de la reconfiguración (que hemos venido describiendo) del espacio mediático en los noventa. A través de estos dichos, es pertinente interrogar sobre las impresiones y los consecuentes juicios de valor que tal situación genera en cada uno de nuestros entrevistados. El sector de medios como mercado oligopolizado por grandes empresas capitalistas es uno de los aspectos del objeto de estudio que ha sido tratado en este trabajo y, como tal, fue sometido a la consideración de quienes colaboraron en la investigación.

¿Cuál es su opinión acerca de la aseveración de León Rozitchner que dice: “los medios compraron y privatizaron el espacio público donde las palabras circulan”?

Mastrini coincide con Rozitchner en el sentido de que la mayor parte de la información es vehiculizada por los medios, aunque no todo. Por ello, el académico caracteriza esa mirada como excesivamente “mediacéntrica”. “*Sí coincidiría, dice Mastrini, en que, donde los medios llegan, instrumentan relaciones mercantiles porque esa es su lógica*”.

Michi se pregunta: ¿por qué la sociedad permite que se apropien de la palabra? y se contesta: “*porque la dirigencia ha desoído*”

⁵⁵ Pág. 102. Inciso 4. Ídem.

a la sociedad y se le han hecho enormes concesiones a los medios, convirtiéndose éstos en el escenario donde se debaten los grandes temas nacionales". Para Michi, el porqué de estas condiciones hay que pensarlo por el lado de la desconfianza en el sistema institucional y la falta de pensamiento crítico. Para él, hay una credibilidad excesiva en los medios que, paralelamente, buscan generar un público acrítico.

Vinculado a esto, Mastrini asevera que se trata de un desafío político (puesto que los medios no van a ir en contra de sus intereses) donde veremos si la sociedad es capaz de instrumentar otros intereses o se conforma con los que aparecen en los medios.

15 – En estrecha relación con el punto precedente, la siguiente pregunta apunta a escrutar sobre qué soluciones o alternativas plantean o reconocen los entrevistados a la hora de ejercer el derecho a la libertad de expresión en la actualidad o en un escenario ideal.

¿Si los medios construyen la realidad verdadera, cómo entran las otras verdades que los medios no registran?

La mayoría de los entrevistados enfocan la apertura del mapa mediático, generando, de esta manera, más espacios para la sociedad civil.

Becerra especifica marcando tres modos: la manifestación directa; la transformación de los medios gubernamentales en cabalmente públicos; y que exista la posibilidad de que otro tipo de dueños aparezca como actor de la escena mediática.

Sobre este último punto acuerda Mastrini, quien señala que *“hay muchas verdades que los medios no registran”* y que debieran aparecer mediante *“medios públicos y de la sociedad civil”*.

Por su lado, Wainfeld marca que los medios construyen la realidad en dos sentidos. Por un lado, editando y armando un relato, un abordaje de la realidad. Y por el otro, promueven la realidad *“me*

sorprende cómo se construye. Muchas movilizaciones de la semana pasada, vinculadas a la inseguridad y al dengue, fueron claramente motivadas por las coberturas previas. (...) La noticia empieza con el cronista solo y después empieza a llegar la gente. Luego, la noticia es la reacción de la gente”. Para revertir esto, Wainfeld señala lo que cree nuclear del anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: la apertura para más voces que compitan, aunque sea en inferioridad de condiciones; *“que haya posibilidades reales, que organizaciones, sectores sociales y demás tengan la posibilidad de competir. Lo van a hacer en debilidad, porque los grandes medios no tienen sólo plata, también tienen personales calificados”.*

16- Debido a que existieron varios intentos por reemplazar la Ley de Radiodifusión que quedaron truncos, pero que, sin embargo, hubo un acuerdo general en el momento de realizarle diversos cambios, cabe la posibilidad de conjeturar sobre condiciones estructurales que imposibilitan el reemplazo. Esas limitaciones no desaparecerían a la hora de las modificaciones del articulado.

¿Por qué no se reemplazó la Ley N° 22.285?

Mastrini da el puntapié y señala que hay cierto consenso, pero no el suficiente. Porque para ello debería estar involucrada el resto de la sociedad demandando su reemplazo. En tanto, afirma que el lobby no desapareció.

A excepción de Martín Etchevers, el resto de los entrevistados sindicaron al lobby como el responsable del fracaso en los sucesivos intentos de cambiar la ley. Gabriel Michi, tras describir los proyectos fallidos, recordó que hubo *“una ley que tuvo bastante avance, fue la conocida como Ley de mayorías y minorías, durante la época del alfonsinismo, fue redactada por Álvarez Guerrero, ex gobernador de Río Negro, que era muy progresista para la época”.* Según el

presidente de Fopea, no se aprobó por lobby. En cuanto a las modificaciones *“como el Art. 45 que posibilitó el acceso de prensa gráfica a medios audiovisuales, fueron funcionando a favor de grandes grupos, manteniendo un statu quo que garantizaba que el sistema de medios se mantuviese como tal”*.

Para Guillermo Mastrini, en la actualidad, con respecto al anteproyecto presentado *“hay mucho lobby, mucha presión para que no salga, eso no desapareció. Por otra parte, los tiempos son muy cortos”*.

Becerra opta por un análisis más abarcativo: *“me parece que hay una operación, por un lado, de los lobby mediáticos pero por otro lado del estamento político gobernante (ahora y antes) que, por ser político, es muy funcional a los medios para que éstos sean como son. Por supuesto, no como ahora, por motivos que yo no sería bueno para analizar, se han extremado algunos conflictos por primera vez. Pero hasta este momento, al estamento político los medios no le importaban. O sea, Tinelli concentraba 35 puntos de rating y mientras tanto Dromi la hacía con pala y todos felices: la gente se reía con Tinelli, Dromi se llenaba de plata, el otro se construía una pista de avión en Anillaco y así la vida. Era funcional. Entonces no es sólo la presión. sino que los legisladores, los funcionarios, los jueces no son estudiantes de comunicación o profesores de comunicación, entonces, mientras no los jodan a ellos, se mantienen pasivos”*.

Como el antes citado, Etchevers hace eje en lo político *“yo creo que también debemos preguntarnos cuál es la voluntad política en las distintas administraciones en no sólo modificar la ley, sino también en hacerla cumplir. Hay situaciones que a uno le llaman la atención porque tienen que ver con esta famosa democratización con incremento de la pluralidad de medios que las administraciones podrían llevar a cabo sin necesidad de modificar la ley, y con esto no quiero decir que no haya que modificarla, pero hay decisiones*

administrativas o políticas del Poder Ejecutivo que podrían haberse tomado desde hace muchos años en Argentina como, por ejemplo, licitar canales abiertos en todo el país, y no se han hecho”. Y, siguiendo con el cumplimiento de la norma que rige en el presente, advierte que “hoy, hay situaciones de irregularidad que son toleradas por el poder político hace años y nadie dice nada al respecto; o situaciones donde, por ejemplo, no se cumple con la Ley de Bienes Culturales que son medios de capital notoriamente y públicamente extranjero y que no podrían ser titulares, y el Estado los tolera y especula con eso. Con lo cual, digo, hay una cantidad de cosas que, más allá del cambio de ley, podrían hoy controlarse, regularse, modificarse y no se hace”.

17- Teniendo en cuenta que el proceso económico social que se inició en 1976 se consolidó durante los ‘90 y tendió a la concentración de la riqueza y el disciplinamiento social ¿La oligopolización del mercado de medios es inherente al sector o es propio de un tipo de sociedad?

Becerra afirma que es un modelo de sociedad “*instalado no el en ‘76 sino en el ‘75 desde un gobierno constitucional. Yo creo que sí, que ese modelo tiende a la oligopolización de muchos sectores de la economía y eso no pudo hacerse sin la represión primero y, luego, sin la tercerización e interiorización del disciplinamiento y el control*”. Para el Director del Departamento de Ciencias Sociales de la UNQ en esa transformación “*los medios juegan fuerte, son un dispositivo esencial. Esto remite a la frase que me leyeron de Rozitchner porque, en efecto, no tiene que ver con una maldad intrínseca de los medios sino que tiene que ver con una funcionalidad, porque los medios son funcionales a un modelo de sociedad. Y creo que por eso es tan estratégico pensar en un cambio en la regulación de los medios,*

porque uno sueña que eso podría, muy potencialmente, cambiar las condiciones de o la estructuración de nuestras vidas”.

Por su lado, el presidente de Fopea remarca que *“es inherente a la lógica de pensar el mercado concentrado en todos los aspectos. Pero las sociedades más democráticas del mundo lo que hacen es tener pluralidad de voces, más allá de que siempre hay un tendencia a concentrar medios”*. Luego de hacer esta formulación retrospectiva, Michi se auto interroga *“¿por qué los medios son tan seductores para sectores económicos que no tienen mucho que ver con los medios?”*. Y se responde: *“básicamente, porque, más allá del negocio, es un gran elemento de influencia. Ha habido experiencias en Argentina en que un grupo desembarca en los medios porque necesita determinadas leyes que le faciliten en definitiva su crecimiento en el otro sector de la economía que él maneja. Muchas veces los medios son vistos, más que como un negocio, como una necesidad de influir. Mucho se discutió cómo la publicidad oficial influyó en los medios de comunicación. Pero para el Grupo Clarín, la publicidad oficial representa apenas el 3% de sus ingresos anuales. A Clarín le interesa mucho más que salga un dictamen favorable en la unificación del sistema de cable: eso es un negocio. Dentro de este modelo que se reproduce, la dictadura tenía una particularidad. Pese a la idea de Martínez de Hoz de instaurar este proceso de concentración en grandes grupos, en materia de medios de comunicación, se mantuvo el Estado, pero se mantuvo en función de un proyecto asesino y que servía a la lógica económica de Martínez de Hoz. Para un sistema dictatorial vos necesitás tener el control de los medios para ratificar tu propio sistema político sin divergencias y para ratificar los principios de un sistema político, como se dio en este caso. En democracia, al abrirse el juego, se abre la posibilidad, ya que la estructura es insostenible para el Estado, pero es cierto que si bien se garantizó una pluralidad de voces, no se logró una democratización absoluta del sistema de medios. Imperó la lógica*

del que tiene, una lógica de principios del liberalismo donde lo que se iguala son las posibilidades pero en función de la capacidad que vos tengas de conseguir mejores posibilidades. Fue muy útil ese sistema de medios para la lógica que imperó en los '90. Por eso se dio un desembarco de empresas de servicios públicos en el sistema de medios porque hacía a la lógica que estaba imperando en ese momento”.

Mastrini acuerda con Michi en relación a la influencia del neoliberalismo, sin dejar de apuntar que la ley natural del mercado es concentrar: *“creo que no es una contradicción lo que me plantean. Hay una tendencia natural de los medios de comunicación al oligopolio. Es un mercado que admite poca diversidad porque el financiamiento publicitario tiende a generar una homogenización de la audiencia y de los productores de contenidos. Por otra parte, estamos en un momento en que ha habido un desplazamiento del interés social como motor de la política de comunicación y lo que predomina es el interés económico. Mi sensación es que es un poco de las dos cosas. Sin duda, hay una tendencia inherente de las industrias culturales a formar fuertes oligopolios, cuando no monopolios. Por otra parte, la matriz neoliberal ha contribuido a un desarrollo donde predomina la lógica de la ganancia y lo público ha quedado relegado. Lo que quiero marcar es que en los '50 también había una tendencia de los medios a la concentración, pero el contexto político intervenía y había menor desequilibrio”.*

Acerca del anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual⁵⁶

Como se mencionó anteriormente, el Poder Ejecutivo Nacional presentó un anteproyecto de Ley de Servicios Audiovisuales. Con el fin de esclarecer su valor, recurrimos a la palabra de dos especialistas.

Entrevista a Gabriela Cicalese⁵⁷

-¿Cuáles son los núcleos del anteproyecto Ley de Servicios de Contenidos Audiovisuales?

GC-Más que núcleos habría que hablar de dimensiones de la ley. Una dimensión es el punto ideológico, político, filosófico. En ese sentido creo que los comunicadores tenemos como un denominador común, en el sentido que cualquier ley que repare lo de la Dictadura, efectivamente, va a tener a cuestiones más progresistas de por sí. En ese aspecto hay más consenso que disenso.

Después, está la dimensión tecnológica. Si nosotros vemos hasta la tecnología que tenemos hoy, todo cabe en la ley. Pero corremos el riesgo que nos pase lo que le pasó a la Constitución Nacional cuando dijo en uno de sus artículos ‘el correo debe estar en manos del Estado’. Entonces, recuerdo antes que se sancionara la ley, a mediados del ’90, digamos, llevábamos diez años de democracia y existía esta emergencia. Obviamente nuestro espíritu filosófico dice los medios en manos del Estado. Los que ellos dicen el correo en manos

⁵⁶ El anteproyecto se encuentra disponible en la página oficial de la Presidencia de la Nación a la fecha 26/08/2009.

En: www.casariosada.gov.ar/index.php?option=com_rsgallery2&page=inline&id=2481&catid=1161&limitstart=1

⁵⁷ Gabriela Cicalese es Doctora en Comunicación, autora del libro “**Teoría de la comunicación. Herramientas para descifrar la comunicación humana**” (2003). Actualmente, es la Directora del Centro de Comunicación y Cultura La Crujía;

del Estado, antes de la Reforma constitucional. Bien, entonces lo que uno piensa es ‘bueno, en un futuro, ¿es lo suficientemente amplio como para que nuevos medios también quepan?’. Creo que todo aquello que transite por el espacio público, sea por aire o por cable o no, digamos, o virtual pero el espacio público sea lo que está en juego siempre tiene que haber una cierta regulación del Estado. En ese sentido, creo que la ley hasta hoy llega sin embargo me cuesta ver cómo va a llegar a futuro, fundamentalmente me cuesta ver otras cuestiones tecnológicas.

Otro logro de la ley es abrir otra dimensión a través de un protagonismo social a actores sociales que no tenían ubicación en el espectro de radiodifusores. Hablar de culturas aborígenes, poner claramente a las ONG como sujetos susceptibles de poder tener licencias. Igualmente, creo que habría que cuidar que no se vuelva corporativista. Está bien, sindicatos y ONG sí, pero fundamentalmente una ley, cualquiera de ellas, tiene que pensar en el bien común de los ciudadanos.

Me parece que la ley es interesante conceptualmente en la idea de la responsabilidad editorial. Esta responsabilidad va más allá del dueño, entonces se incorpora a otros actores. Lo que no me parece que supere es el sesgo funcionalista a nivel teórico, pensándolo ya desde la teoría de la comunicación que desde el aspecto político ideológico. El aspecto funcionalista de seguir repitiendo que existe una triple división, me refiero al Art. 4, entre fines educativos, informativos y de entretenimiento. Me parece que eso se quedó estancado teóricamente. Creo que hay como distintos núcleos y si uno lo piensa más como dimensiones está el político el tecnológico el de los actores sociales, el de la responsabilidad social y me parece que el teórico es el menos debatido. Estamos todos los comunicadores por el control ideológico que se nos pierde por ejemplo la finalidad. ¿Por qué no se toca?

-¿Cuáles las falencias y vacíos que deja?

GC-Me llama la atención, más desde lo jurídico, que lo que hace al marco legal pone los tratados internacionales por encima de la propia Constitución Nacional. Reconozco que los tratados son necesarios. Por ejemplo, el Art.12 que menciona con qué se ancla jurídicamente esta ley, no nombra la Constitución Nacional. Me parece que es un sesgo propio del estilo gubernamental de esta época, mirando más los derechos humanos en un sentido más de los tratados internacionales que el marco jurídico concreto de contención. Me parece que en distintos aspectos se ve, uno es el que decía antes en relación a poner más énfasis en las corporaciones que en los ciudadanos como un todo. Me parece que ese es un vacío.

Otro que me parece es que hay una cierta descentralización que no se cuestiona. Por un lado, hay un Comité Federal, hay instancias que se denominan federales de control. Pero, por otro lado, hay una parte que se habla del personal técnico y de locución cuya habilitación sigue estando autorizada. Esto es para mí una contradicción con el lugar que en la dimensión filosófica vos le das, por ejemplo, a los pueblos originarios. O sea, si vos le querés dar protagonismo a los pueblos originarios, ahí hay un lugar de centralización donde te hace ruido políticamente. Ahí también hay un vacío. Por ahí la ley debiera pensar algunas instancias de excepción a esta centralidad o algún otro sistema de validación de la locución, etc...

-¿Cuáles son los principales problemas que atraviesa el sector de medios de comunicación y deberían ser atendidos por el proyecto?

GC-Los problemas que atraviesan unos medios no son los mismos que atraviesan otros. Si vos mirás el gran espectro nacional, vos tenés un oligopolio de medios, tenés centralismo porteño, que es desde raíz, desde que aparecieron las primeras cadenas de radio. Por otro lado tenés los problemas de los pequeños medios, de los medios

comunitarios de las FM que quedaron sin un marco legal a las cuales esta ley intenta contener. Entonces, hablar del sector de los medios como un problema me parece que la ley es un buen punto de partida, no me parece que lo resuelva. Creo que está bien y blanquea algunos de los problemas. Vuelvo a decir, creo que toma los problemas existentes y una ley tiene que ir más allá y preveer problemas. Decir ‘una vez que les permito a las ONG el acceso a una FM ¿qué tengo que cuidar?’. Yo creo que tengo que cuidar otras cosas. Tengo que cuidar que la asignación no sea discrecional según el gobierno de turno. Que haya determinadas secciones del público como cosa macro, del Estado como cuestión general independientemente de las coyunturas que tienen que estar garantizadas.

Por eso creo que la ley es más un punto de partida, aplaudible, bueno e interesante pero que no lo resuelve. Creo que vamos a estar en tres o cuatro años planteando nuevos problemas de los nuevos medios, de los medios antes truchos hoy legales, que hoy no aparecen.

En eso se queda la ley aún desde el gobierno de facto. A la ley 22285 se le hicieron 175 modificaciones. No es la misma ley. A veces cargamos con lo ideológico de decir es la ley del gobierno de facto. Creo que la nueva ley dialoga más con aquel espíritu primitivo que con la sensación de barajar y dar de nuevo. Es más una ley creada anti lo que estaba, que creada a partir del hacia delante. Que igual es bárbaro que exista, pero me parece que falla con eso de raíz. Si ustedes ven, desde que se sancionó ley, a lo largo de todas estas modificaciones, cada gobierno intentó tener un modelo de medios. Creo que esta ley que en ese sentido resuelva la ley anterior. Creo que es la ley que quiere este gobierno proponer. Por eso hay cuestiones como el federalismo que no aparecen tan claras. Porque es un gobierno que no tiene una política federal en todo. Y, sin embargo, hay cuestiones como los tratados internaciones que sí aparecen con muchísima magnitud.

Me parece que le estamos dando como una magnitud fundacional que en realidad no tiene. Yo la acompañaría y, después, vamos viendo que otras 175 modificaciones son susceptibles porque por lo menos legisla y regula lo actual. Intenta como Estado regular, eso ya de por sí es aplaudible.

-¿Está de acuerdo con la conformación propuesta para la Autoridad de Aplicación?

GC-Me parece que hay algo que en lo personal disiento y es que la mayoría del directorio sigue estando designado por el Poder Ejecutivo Nacional. Nuevamente les digo, me parece que es una impronta propia de este gobierno. Ahí es donde alguien puede plantear ‘bueno, más allá de la pluralidad pretendida, si una mayoría del directorio del poder Ejecutivo va a pasar que lo mismo que nos pasa hoy con la discusión del Consejo de la Magistratura. Muy bien, se democratizó, pero finalmente cuando la papas queman el Poder Ejecutivo vuelve a hacer el gran mentor’.

Los directores del Comfer no pueden tener intereses en términos de la ley anterior, pero en esta ley no se dice nada respecto a qué pasa con los intereses de los directores del Comfer. Ahí la ley deja un vacío. Creo que el que se cree un Consejo Federal es bueno, igualmente creo que muchas veces las cámaras, las organizaciones, piensan en todas, las organizaciones sindicales, las cámaras de empresarios vinculados a los medios, los sindicatos, las federaciones de las ONG, las federaciones de las universidades, en general por nuestra conformación de país, ya no sólo por los medios, tienen sus sedes en Bs. As.. Entonces el Consejo Federal en su creación tendría que guardar ciertas garantías de ese federalismo y no solamente decir la participación a las cámaras.

Por la realidad lo digo. En una ley abstracta estaría bárbaro. Diría ‘mirá que bien, le da lugar a las cámaras y demás’. Ahora, si lo

miramos en el mapa real de la Argentina las cámaras, las federaciones, los sindicatos y demás tienen todos sus sedes en Bs As..

Después está el Consejo Audiovisual e Infancia que también crea esta ley ¿no? Que está bueno como finalidad, pero ya existe, ya le mismo Gobierno creó, una Ley de niños, niñas y adolescentes. Entonces es ahí donde uno dice 'es posible que se superpongan'. Una buena Ley de niños, niñas y adolescentes debiera incluir su situación respecto a qué pasa en los medios. No me parece, en ese sentido, necesario crearlo. Es una creación que más duplica que renueva. Diría que es otra vez una cuestión más de este Gobierno comprometido con niños, niñas y adolescentes, marcando más un lugar de visibilidad política que un recurso legal real. Y lo que sí me parece más interesante, aunque hay que ver como se aplica me parece que está bueno, es la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento y la Defensoría del Público. Ahí me parece que hay dos instancias que también hay que ver cómo se van construyendo, ahí sí yo les diría se corre un poco de la coyuntura y legisla hacia futuro. Ahí me parece que abre y no se fija tanto en lo que está como sería en esto de los Niños y de la infancia. Es, me parece, más una cuestión demagógica o de declaración, en ese sentido, que de incidencia real.

-En cuanto a las condiciones que el Anteproyecto propone para el ingreso de las telefónicas ¿qué posición tiene?

GC-Yo creo que ahí, al revés de lo que sucede con lo anterior, ordena y reglamenta lo que ya existe. En lo personal ¿qué esperarías yo de la ley? Que le impidiera a las telefónicas el acceso a los medios por una cuestión de la realidad que tienen las telefónicas en nuestro país. Vuelvo a lo que decía del federalismo. En las páginas puede quedar bárbaro pero vamos a verlo en lo concreto. Y en lo concreto, las empresas telefónicas que podrían participar son claramente empresas extranjeras. En ese sentido, a mí no me alcanza con ponerle algunas

condiciones de ingreso. Yo creo que en ese sentido la ley debería ser más específica, más fuerte, más dura. Esta es mi opinión ideológica, política, personal. También no incluir, para las cooperativas, la cláusula de tener contabilidades separadas, se puede abrir el espacio para un monopolio de carácter local por la importancia que tienen las cooperativas de servicios. Tal vez no de telefonía, pero sí de electricidad, por ejemplo en ciudades pequeñas. En una dimensión abstracta, uno dice “¡Qué bárbaro! A las cooperativas no se les exige contabilidad separada. No se ponen trabas burocráticas para que puedan acceder” Si vos lo ves frente al grupo Clarín y frente a los grandes medios, decís “esto es súper progresista”. Ahora si vos lo ves en los marcos concretos y reales de una ciudad en donde la cooperativa de cable tiene el teléfono, luz, gas y saca y pone intendentes y cambia el color político del presidente de la cooperativa según el intendente de turno porque es imposible gobernar sin tener esa cooperativa, y encima le vas abrir los medios de aire o las radios, francamente genera micromonopolios. Ahí es donde, me parece, lo legal tiene que estar cuidando a los ciudadanos comunes, no sólo cuidando que los dueños puedan ser los más amplios posibles.

-Respecto a los requisitos para ser licenciatario ¿cuál es su posición?

GC-Yo creo que no varían demasiado los requisitos. No aparece como una marca, por ejemplo, dentro de este proyecto la cuestión periodística. Por más que, lo que decíamos de funcionalista en un principio, lo informativo sea como un aspecto, el concepto de lugar periodístico, de empresa periodística en sí misma, si ustedes se fijan en la producción de medios audiovisuales, hoy tenemos una conformación que incluso, ahí es donde digo la ley hay que ver hasta dónde contempla. Por ejemplo, una de las cuestiones es la terciarización de la producción en los medios audiovisuales. ¿Cuántas productoras viven

con un canal? En este sentido, Canal Encuentro, por ejemplo, fue un canal que se abrió a pequeñas productoras que no tenían acceso a canales de aire –si bien Canal Encuentro no es de aire, tiene una conformación distinta al canal de cable común-. Esto no se traduce en lo que es la empresa periodística, donde también sucede esto: los cables, las replicas. Ahí hay un problema legal de contratación de compañeros que están trabajando y cuyo trabajo se replica en cantidad de cuestiones, que a mí no me parece que esta regulación específica de quiénes son los licenciarios la esté contemplando. Yo creo que habría que poner, por ejemplo, a quiénes se contratan, habría que regular más en este sentido para impedir algunas cuestiones. Yo siempre digo lo mismo, no necesariamente sólo a los medios, sino respecto de lo económico en general, del mercado en general. Porque cada vez que el Estado interviene en un aspecto, el mercado se las arregla para monopolizar, centralizar, hacer grandes estructuras allí donde le dejan el espacio. Entonces yo creo que la ley, en ese sentido que hablábamos de los vacíos, cuanto más vacíos dejes, si ya conocés el comportamiento de los oligopolios, no podés suponer un comportamiento democrático allí donde dejás un vacío. Lo que tenés que suponer es una replicación de lo que ha venido haciendo el mercado en todos estos años de muchísimos más vacíos que los que deja esta ley.

-Una de las críticas es sobre la regulación que se hace al servicio de cable porque no usa espectro radioeléctrico. ¿Cuál es su posición?

GC-Si nosotros decimos servicios audiovisuales, ¿la TV por Internet no es un servicio audiovisual? Un canal de cable ¿no lo es? Lo que a mí me parece es que le damos la razón a la tecnología. Entonces, la tecnología marca el límite de hasta dónde nos metemos y hasta dónde no. Antes el tema era el papel prensa frente a la libertad de

prensa. Hoy los diarios *on line* son muchísimo más consultados y la publicidad *on line* es muchísimo más consultada. Y así, si vos hicieras una ley donde diga “se prohíbe que el papel prensa tenga un valor diferenciado para los medios propietarios que para el resto, etc., etc.” Sería fantástico pero no te resuelve el problema de concentración de la pauta publicitaria. A mí me parece que a la tecnología, a veces, se le da un valor de cierta cosa inocua, como si fuera un contexto. Yo creo que a la tecnología, si hablamos de medios y si hablamos de medios audiovisuales, la tenemos que incorporar como parte de la propiedad, de la lógica, de lo que llamaba McLuhan el ambiente. Nos parece natural cualquier cosa en ese código porque nos acostumbramos a la tecnología. Yo creo que no sólo deberían incluir la TV por cable, deberían incluir, desde una cosmovisión más amplia que habría que ver cuál es, la incorporación de las posibles tecnologías que regulen el espacio público y los contenidos de difusión pública, masiva, local, de difusión abierta.

-En cuanto a la competencia del tercer sector, ¿crees que se garantiza o qué se debería hacer?

GC-Creo que los habilita a negociar. Eso está más cerca del tercer sector que de las empresas y eso está bien. Yo creo que la ley no dice nada respecto de la discrecionalidad con que se pueden llegar a otorgar las licencias. También hay, entre los comunicadores en general, una idealización del tercer sector. En este sentido, me parecía más clara la definición de no gubernamental. En el tercer sector está la fundación de los grandes bancos y es parte del tercer sector. Yo no se si que la Fundación Banco de Boston tenga una licencia es más progresista que el hecho de que la tenga América. Creo que pasa por otro lado, y que lo que claramente no resuelve esta ley es que no habla de las garantías de no discrecionalidad con las que un gobierno –el que sea, este hoy, pero el que venga mañana también- pueda otorgar las licencias. Sobre todo

me parece que en este tercer sector queda claro como una de las omisiones, como una de las cosas no dichas.

-Según plantearon desde la UTPBA, con el proyecto se achica la brecha jurídica pero no la económica ¿Cómo se puede lograr?

GC-Tomé una cita a ADEPA desde las preguntas que ustedes plantearon (N. de R. en referencia a una pregunta del cuestionario que enviamos con anterioridad). ADEPA dice que una de las cuestiones peligrosas *“es que el Estado cambia las reglas de juego para atrás. Es retroactivo y obliga a todos los licenciatarios que habían cumplido la ley hasta ese momento, incluso una ley que, si bien es de la dictadura, tiene 175 modificaciones en democracia”*. Tomo esto de la ley es retroactiva y obliga a los licenciatarios hacia atrás. Yo creo que en esta respuesta, uno ve que hay, en algún aspecto, alguna vocación de tocar intereses económicos. Igual coincido con esta postura ya que insinúa, postula, intenta pero no creo que lo resuelva. No creo que ninguna brecha económica la pueda resolver ninguna ley hoy en ningún aspecto jurídico de la economía del país. Creo que la brecha económica se resuelve con medidas claramente económicas y con leyes para que no solamente no existan los monopolios y oligopolios en los medios, sino que no existan los monopolios y oligopolios en general en la industria, en el mercado financiero, en el mercado de comercialización. Es una brecha que está instalada en el modelo socioeconómico, político, heredado de los 90 y que no se tocó.

-Tiene que ver con Legislar a futuro, de dar licencias al tercer sector y ver cómo se sostiene eso.

GC-Como sostener ese tercer sector, que se supone hoy es el que interesa, que la radio cooperativa que está en algún pueblo x y vuelvo a insistir con la salvedad de qué cooperativa; es decir, que ese

sea efectivamente el licenciatario y no que mañana aparezcan una serie de asociaciones dibujadas y que tengan igualmente el acceso con menores impuestos y menores pretensiones que con una entidad privada. Hay, como pasa en muchas cuestiones legales cuando se tratan, una letra visible y una letra relacionada con el contexto. En la letra visible, la ley, uno la ve y dice no podés no estar de acuerdo. Si la empezás a ver con realidades como la brecha económica, descubrís que hay brechas legales, hay brechas de centralismo, hay brechas de cultura hegemónica. Que se siga sosteniendo la locución y los técnicos con una habilitación centralizada no es “más presencia del Estado”, es hegemonía de una cultura. Si vos pensás esto gráficamente, más allá de la mención a los pueblos originarios, pero no sólo a los pueblos originarios sino también a los pueblos pequeños, a lo largo del país y ahí hay como una cosa que hace ruido. No se puede evitar pensar que el Art. 45 cuando se deroga, creo que es la tercer medida del gobierno menemista, que da pie a lo que fue el menemato y da pie a lo que fue no sólo la concentración de medios solamente, sino a lo que fue una propuesta neoliberal y conservadora que no tuvo resistencia pública. Si entramos a ver la historia, ahora que la distancia nos da una cierta posibilidad de mirarlo distinto, hubo resistencias en distintos sectores, en sindicatos, en universidad, en muchos sectores. Sin embargo, no hubo visibilidad mediática de eso. Y esa invisibilidad mediática fue una vieja receta que ya le había servido al peronismo en otro momento, que era darle los medios a los amigos y no tenerlos en sus propias manos. Por ejemplo, hay debates que quedaron absolutamente saldados ya en democracia sin ninguna ley. De facto, digamos, quedaron saldados. Por ejemplo, a mediados de los 80, cuando Romay (Alejandro) había recuperado su canal pero el resto de los canales seguían en manos de distintas instancias del Estado o de corporaciones vinculadas con el Estado, estaba el debate de lo público y lo privado. En ese debate nadie cuestionaba la financiación publicitaria, ya sea que

la recibiera el Estado como que la recibiera un privado. Claramente, en ese momento se determinó que quedara un canal en manos del Gobierno, hoy podríamos reposicionar el concepto de televisión pública, y el resto quedaban absolutamente en manos privadas, más allá de a quienes, quedaba claro que no teníamos que tener como Estado los grandes canales principales de aire del país. Ese fue un debate que se resolvió sin marco legal. Fue un debate que se resolvió en función de negociaciones, tratativas, un cierto acompañamiento de la opinión pública pero muy relativo, mucho peor que hoy. Realmente ahí quien no era experto no lo seguía. Y son cuestiones que van quedando. Por eso la ley, en ese sentido de legislar a futuro y tener en cuenta ciertos aspectos, yo creo que desde el lugar del Estado se tiene que dar la mayor cantidad de garantías respecto de algunas medidas que van más allá de lo mediático. Como Menem en su momento, gracias a esta no visibilidad mediática de resistencia y de no refuerzo de la opinión pública, entre antes y después de las primeras privatizaciones pasó un Neustadt (Bernardo), no pasó sólo la caída de un Gobierno y Bunge y Born como Ministro de Economía en el siguiente. También hubo complicidad mediática con esto de ser asociado de las políticas. Entonces nosotros no podemos tener medios asociados a ninguna política, por lo menos eso pensamos quienes nos posicionamos desde un lugar democrático, que tampoco lo más progre y lo mejor económicamente tiene que tener todos los medios a favor. Entonces, es muy difícil hablar de brecha económica, hablar de concentración de los medios y los efectos de esa concentración sin pensar en el contexto más amplio en el cual también están los medios. Los medios son actores principales, o sea cuando vos pensás que Clarín fue el segundo beneficiado de la pesificación, la pesificación no fue una medida mediática, fue una medida económica con determinados efectos económicos sociales que van mucho más allá de los medios. Entonces, lo que vos no podés tener es como esa escisión porque

realmente en la realidad no existe. ¿Qué hicieron las grandes empresas frente a esto preguntaría yo?

-¿Cuáles son los efectos sociales de la concentración de medios?

GC-Creo que el más grave es la no visibilización de distintas voces, el silenciamiento de muchas voces. Pero no sólo de los más pobres y más necesitados y de los más discriminados, sino de la diversidad en general. La falta de pluralidad. Yo creo que los medios de comunicación tuvieron el gran efecto, más que social te diría político, de despolitizar la sociedad. Creo que sin los medios, esto que vemos hoy, que leemos en los libros de posmodernidad respecto del poco compromiso de los ciudadanos respecto a lo político, frente al Estado, etc. Por lo menos en Argentina, tuvo como gran agente la concentración de los medios de comunicación. Hay ejemplos miles: que un Tinelli (N. de R. en referencia a Marcelo Tinelli y su programa humorístico, ahora llamado Showmatch), que despolitizó en los 90, que brilló en los 90, que marcó mucho más que hoy el escenario de la campaña, no sólo ridiculice y que esté a favor de uno o a favor de otro, si sirvió para polarizar y dejar a un tercero afuera; más allá del efecto real y político que todos los analistas se han esmerado en exponer, tiene grandes valores para decir “por acá pasó la campaña”. No existís si no pasás. Este lugar de la existencia, de la visibilidad, de una visibilidad tan despolitizada y tan de cargar al otro y de construir tan pocos lazos fraternos se podría decir en un sentido más idealista, yo creo que es el gran efecto de los medios en la sociedad.

-El hecho también de que naturalizan esa falta diversidad. Lograron naturalizarla. Esas voces que no están, parece normal que no estén.

GC-Absolutamente. Además creo que naturalizan valores de mercado. La idea de que tenés que ser exitoso no importa quién caiga alrededor. Eso no era un valor hegemónico en la sociedad antes de la concentración de los medios. Es cierto, tampoco lo era antes de la década menemista en todo su esplendor. Porque si en un caso les digo que los medios no están aislados, en esto tampoco. Ahí me parece que son como agentes privilegiados de la cultura hegemónica. No en este sentido de decir si es la elite agroganadera la que tiene la propiedad de los medios. No me refiero a eso sino a un deber ser donde sucede esto, quedan naturalizadas muchas cosas.

-Nosotros lo venimos trabajando desde un disciplinamiento que comienza en la dictadura y en sus políticas regresivas, que tiene al terror como medio y que se cierra con las políticas de los '90 con los medios de comunicación en complicidad.

GC-Y otras políticas. En mi libro sobre Teoría de la Comunicación, hablo de cómo fue evolucionando la censura. Obviamente la dictadura necesitó la censura explícita, las listas negras, la censura previa, la censura posterior, la desaparición como forma de controlar qué se leía y quía y qué circulaba. Los 90 no necesitaron esto porque tenían otras herramientas. Cuando Menem dice “yo soy el presidente que menos presionó a la prensa”. Si calculamos la censura con este viejo concepto tiene razón. Ahora aparece lo que se llama la censura fundamental: ¿qué es lo que me impide a mí, que tengo un centro de comunicación e ideas progresistas, combatirle a Tinelli en horario pico? Que no tengo el dinero como institución para comprar el horario pico que necesariamente tiene que ser en el otro canal que compite más o menos en igualdad de condiciones, porque después están los otros dos que ni siquiera están en igualdad de condiciones porque compiten por un tercer puesto. No puedo, en ese horario, tener esa posibilidad. Esa brecha económica es la básica. Es otro tipo de

censura. Ahora, el menemismo, la década neoliberal, que si uno lo compara en el resto de Latinoamérica no fue distinta, las medidas neoliberales no lo hicieron solamente con los medios, lo hicieron con todo. Por ejemplo en mi tesis doctoral, yo lo que trabajo son las carreras de comunicación. Lo que planteo es que lo que necesitó hacer la dictadura fue intervenir, echar, proscribir, etc., a un montón de docentes, controlar. La primera ley que hace que todas las universidades tengan que tener un régimen común para emitir títulos, cosa que atenta contra la autonomía universitaria del 18, es una ley militar. Ahora si ustedes se fijan hoy, la CONEAU es mucho más reguladora de lo que era, en su momento, la ley de la dictadura, porque para poder darte un título a vos te exijo una cantidad de cosas. Para poder aprobar la materia no tengo que ver ya los contenidos mínimos en el programa, también incluso te hacen entregar el último trabajo práctico, qué consigna diste, etc., y eso es reforzar, eso que se instaló en la segunda parte de la década del 90, fue reforzar la política pública que había tenido en Estado respecto de las universidades. Ahí no hubo resistencia porque estaban los fondos del BID (Banco Interamericano para el Desarrollo), entonces todos los docentes pasaron a ser investigadores porque era un modo de sostener el sueldo, sostener el puesto de trabajo, robustecer la pertenencia académica. Muchos de ellos no tenían una pertenencia profesional. Entonces si ves eso, que a lo mejor no viene al caso de los medios pero es una comparación válida, decís en muchos aspectos de la vida social, los 90 profundizaron el modelo político, económico, el disciplinamiento, etc., a partir de otros recursos que no tuvieron que ver con la mano dura, con la violencia explícita, con el enfrentamiento. Por eso las resistencias se diluyeron y pasó en todos los ámbitos, también en los medios. En los medios esto se logró encima cobrándote, como se dice hoy con un 0-600 para que pseudo votes la agenda que proponen los medios según el entretenimiento. Por eso vuelvo a la primera pregunta,

me parece que sigue siendo muy funcionalista esto de dividir en entretenimiento, información, educación. Porque me parece que refuerza esos conceptos, “entonces en el entretenimiento no me meto tanto”. Y resulta que en el entretenimiento hay más naturalizaciones de discriminación; o sea, la apuesta de Tinelli no fue sólo por una cuestión de campaña política en sí. Tuvo una variable de género y otras variables. Tuvo este otro programa que se fue cayendo. Tuvo una serie de variables naturales, como esto de cargar al que habla en términos políticos más tradicionales o más serios, también hace al descrédito y a la despolitización en general. Más allá de que hoy le rinda a fulanito, porque la gente no vota a este porque quedó ridículo y vota a este otro que es más simpático. En términos más generales, o menos coyunturales, a lo que lleva es a una despolitización en general. En eso los medios fueron artífices de lo que fue este modelo que ustedes ven claramente como una continuidad y que se explayó en la década de los 90.

-Nosotros venimos trabajando fundamentalmente en cuanto a lo que es el interior de los medios, que en la dictadura, como vos señalabas, se usaba el terror explícito como método de censura y ahora, ya en los 90, producto de las políticas de pauperización laboral, tenemos la autocensura. Lo que estábamos marcando es que se modificaba la causa eficiente de la censura.

GC- Igual yo creo que esa otra censura, la censura fundamental, la censura económica y la cuestión de la libertad del acceso... ¿por qué la autocensura? Por no perder el trabajo. Y por qué existe eso de que yo hago una nota, me la publican en cinco lados y no me importa, no hago un reclamo laboral: por una estructura económica. Y eso, creo yo, que va más allá de la autocensura. Tiene que ver con un aspecto estructural de los medios. Y yo agregaría hoy, desde los dos mil, la pauta estatal. La pauta oficial como modo de disciplinamiento. Nosotros, que

trabajamos sobre todo con experiencias de diarios relativamente locales en distintos puntos del país, sostenerse sin la pauta del Estado es a veces imposible. Porque quizás no sea el Poder Ejecutivo, pero es el banco, el algún plan nacional. En algún momento la pauta oficial se ha convertido en un modo, tal vez no de censura, pero sí de discrecionalidad respecto del manejo de la información. En la autocensura aparece seguro. Porque vos, en un medio, qué vas a decir. En los noventa era para que no te echaran y hoy tal vez es para que no cierren el diario. A la autocensura en este sentido yo aconsejaría no verla tanto como causa sino como un efecto. Y en ese sentido las dos variables que me parece que influyen en la autocensura son la estructura económica (esto de la censura fundamental en términos de que contra eso no hay una movida política coyuntural que te lo repare) y, algo que es más de los dos mil que de los noventa, es la publicidad oficial, el lugar del Estado como juez y parte. Es lo que me parecía que quedaba como vacío en la asignación de las licencias, en algunas cuestiones donde hay vacío, el vacío está respecto de eso. Es decir, cómo garantizamos que el día de mañana, suponiendo que este gobierno tenga las mejores intenciones de respetar la democracia de los medios, que un futuro gobierno no pueda ser discrecional en el manejo de la pauta.

-¿Qué más haría falta, aparte de la regulación, para desmontar la concentración actual?

GC-Un cambio de sistema económico-político. Hazte la misma pregunta para otros aspectos de la vida social: ¿qué hace falta para redistribuir la riqueza?

-Por ejemplo, nos dijeron que quizás salga la ley pero con eso no va a alcanzar. Además de la decisión política harán falta

apoyos de otros sectores de la sociedad porque se está enfrentando a poderes importantes.

GC- Pero eso también es un error de la ley. Primero está esto de la reacción (para lo que traje a colación la resolución de ADEPA). Y una ley, como cualquier ley sobre cualquier ámbito es muy difícil que legisle hacia atrás, tiene que legislar hacia delante. Y si hacia delante no le ponés una traba real a las telefónicas que son las que hoy se te vienen... Por que antes era, como latiguillo de los comunicadores, el Grupo Clarín como lugar del monopolio. Es real. Pero no deja de ser un monopolio nacional. Hoy, encima, tenemos esta otra variable que son los monopolios internacionales. O sea, Canal 9, por ejemplo, que tiene un lugar de representación absolutamente menor en nuestra sociedad, ya es un monopolio internacional. Es Televisa jugando en primera en la televisión argentina. Es otra variable que también hay que considerar. No digo que lo de Clarín no sea repudiable, que no haya que corregirlo. Digo que además, deberíamos ver estas otras variables. Yo creo que si la ley no logra regular esto, es porque no es una ley que vaya a lo profundo de la estructura económica de los medios; que es una ley que ordena y estabiliza el estado de cosas, es status quo. ¿Mejora? Sí, por supuesto que mejora, siempre una incidencia estatal mejora, pero para mí no alcanza. Pero no es que no alcanza porque una ley no alcanza: no alcanza el nivel de penetración que se propone esta ley en el sistema de medios. Es mucho más progresista que la que teníamos pero me parece que no va a lo nodal, que hay situaciones de base que no se modifican. El otro día Víctor Hugo Morales, con Lanata (Jorge), planteaba “aquí se intuye, yo no lo sé bien ni tengo pruebas, un cierto pacto entre Clarín y el Gobierno, lo que sería de las traiciones más difíciles de digerir por parte de toda la comunidad más progresista que ha acompañado esta ley”. A mí me resultó llamativo que algunas cuestiones tan esenciales de la estructura de concentración de medios no estén contempladas por la ley. En este

sentido coincido con tu otro entrevistado que les dijo que con la ley no va a alcanzar. Pero no porque una ley no alcance, creo que esta ley no alcanza. Pero que igual, dada cómo está la coyuntura de este gobierno el cual propuso casi un referéndum de la ley no un debate, yo sería partidaria de que bueno, al menos tengamos esta herramienta, que mejora, que habla de una instancia de participación del Estado. Porque tengo, como todos los comunicadores desde la democracia hasta acá, esta sensación de la ley es la ley de la dictadura y de por sí, hay que cambiarla. Aunque, por ejemplo, en la Universidad Nacional de Córdoba hubo un debate que duró casi cinco años sobre el cambio del plan de estudios que era heredado del plan 78 de la dictadura. Y lo nuevo que salió fue una cuestión que integró todo. Y entonces tiene veinticinco mil materias, muy difícil de administrar. Y uno de los caballitos de batalla que aparecía era “ya no podemos estar más con el plan del proceso”. Hoy, con el devenir, mucha gente que hoy es docente y que se había graduado con el plan 78, no durante el proceso sino después cuando el plan era el mismo pero ya lo real no era lo mismo, como hoy. Hoy no tenemos la misma situación mediática que teníamos durante la dictadura. Tenemos ese marco regulatorio que quedó viejo, que tiene improntas ideológicas terribles, etc. Pero nuestro mapa de medios hoy es otra cosa. Entonces, si nosotros vamos a sostenerlo en que lo de hoy es mejor porque lo otro es de la dictadura, corremos el riesgo de que esto no nos sirva. Es la sensación que, por ejemplo, tienen quienes cursan en la Universidad de Córdoba respecto de su plan, que se aprobó en el 93 y se legalizó en el 98. Y seguramente tenía cosas más *aggiornadas*, pero tampoco era un plan tan acabado que ameritara eso. Digo, uno no se puede definir sólo por oposición, se tiene que definir a sí mismo. Por eso hablaba en la primera pregunta de las dimensiones. Yo creo que hay un primer acuerdo que es la necesidad de esta nueva ley. Yo creo que tiene que haber un cambio de otras regulaciones económicas, también en otros

aspectos, que vayan acompañando. O sea, una política realmente progresista que modifique las leyes de negociación económica en todos los planos de la sociedad. No solamente en los medios, para que realmente los medios den cuenta. Si no hay instancias sociales donde haya visibilización de las minorías, en ningún plano, qué puede hacernos pensar que una ley va a hacer que en el plano de los medios eso esté. La comunicación creo que es la dimensión más indiciática de lo político-económico. Que tiene la mayor relación de contigüidad. Tomen cualquier discurso mediático, desde la publicidad hasta las tiras adolescentes, y en todos va a haber una variable que se repite que es su nivel de indiciabilidad, en el sentido de contigüidad, de no existir el uno sin el otro, entre la variable político-económica y el discurso que se habla cuando a lo mejor en realidad se habla de el color de las cortinas. Y creo que, en este sentido, esta ley tiene los pro y los contra de este momento histórico y de este gobierno.

-¿Por qué no se reemplazó la 22.285?

GC-Porque nunca hubo un acuerdo sobre este tema. Y creo que hoy tampoco lo hay. Creo que hoy por ahí se va a reemplazar por esto de los veinticinco años de democracia que dan esta cierta necesidad. Porque, además, la tecnología hace que haya tantas variables que quedan sin marco legal que te obliguen a decir “sancionamos una ley”. Pero creo que esa discusión de fondo es tan profunda como cualquier discusión político-ideológica sobre cualquier otro aspecto de la comunicación. Y por lo tanto ni expertos ni políticos han llegado a un consenso sobre este tema. Y creo que por eso no se reemplazó hasta ahora, así que por eso, aún cuando se reemplace, va a tener un ni de muchos sectores, de acuerdo a que no incluya las particularidades.

-A nivel general, ¿tuvo eco en la sociedad la discusión del anteproyecto?

GC-La sociedad, como un todo, sabe que existe, en algunos casos. Hay fenómenos interesantes: el otro día hablaba con la directora de la carrera de comunicación en Río Negro (donde la carrera tiene un año desde su creación nada más), donde se convocó a un auditorio para trabajar la ley y concurrieron cuatrocientas personas en Viedma. Y acá se trató en la UBA y hubo ciento y pico de personas. Los dos son la sociedad: una es más representativa, digamos, cuatrocientas personas en Viedma es hasta cuantitativamente mucho más significativo que la de una población de la UBA. Yo creo claramente que es un tema de los comunicadores, que somos muchos. Como decía Aníbal Ford en un momento, en América Latina las carreras de comunicación dejaron de ser carreras para ser un movimiento social. Porque tenés millones de estudiantes en todo Latinoamérica que estudian comunicación.

Por esta despolitización que crearon los mismos medios, la gente no siente que hablar de la propiedad de los medios sea algo que le hable de la vida cotidiana aunque cotidianamente consuma medios. Creo que sigue siendo un debate de interesados. Igualmente, por ejemplo, en mi época de estudiante fue un tema de elite, hoy hay una discusión mayor. Si es mayor porque somos más los comunicadores o los que tenemos vocación de serlo o porque el tema es de mayor interés social, la verdad no lo sé. Lo que sí les puedo decir es que no lo veo como un tema de la vida cotidiana. Entre otras cosas porque los medios no lo trabajan. Y hoy en día no podemos hablar de la sociedad como un todo si no pensamos en el discurso mediático. Entonces es un círculo vicioso. Pero sí creo que hay más sectores que antes interesados en el tema.

Por charlas que hemos tenido, nos ha parecido que, si bien se amplió, se queda en una discusión sectorial. Justamente porque en ningún momento existió la instancia en la cual el ciudadano medio pueda discutir en qué le podía interesar o afectar a él esta discusión.

Pero eso también ameritaría una reflexión crítica de nuestro rol como comunicadores en la sociedad. Nosotros debiéramos haber sido capaces de transmitirle a este ciudadano medio, de hacerle saber que es un tema que le afecta la vida cotidiana y mucho. Y eso nunca lo logramos. Porque, entre otras cosas, las universidades y la formación de los comunicadores quedó muy endogámica. Hoy los grandes referentes de la comunicación dónde aparecen. O sea, ¿cómo se entera el ciudadano común de este gran concepto fantástico que fulano acuñó y que todos repetimos como si fuera la Biblia? ¿Quién conoce a Eliseo Verón en un rol político-social comprometido? No aparece. En ese sentido, las ciencias de la educación tuvieron como un deslizamiento. Quienes eran sus referentes académicos tuvieron una incidencia política y empezaron a tomar lugares de poder, de incidencia en los ministerios, en los lugares de referencia del profesor común. Pero los comunicadores no. Nosotros hablamos de una cosa y la vida habla de otra. Y la vida habla de lo medios, y los medios están en manos no nuestras.

Es cierto que, también, una herramienta que podrían ser los medio más consumidos, le hacen a un costado esta clase de temas, lo hace un poco más difícil aún. Porque hoy, poner en un horario central a dos personas con posiciones distintas, se hace casi imposible.

No es vendible. Y si ustedes se fijan lo que fue esta campaña en términos del nivel de pacto entre el periodista y el entrevistado ante cualquier político. En ese sentido me sorprendió la entrevista de Lanata a Aníbal Fernández, donde no se tocaron temas ríspidos. Y eso por qué: porque la comunicación pública dejó de tener ese lugar de lo periodístico. Nosotras justamente, con una colega, escribimos en una publicación de UTPBA algo sobre la invasión de la comunicación institucional sobre el periodismo como problemática actual. Que tiene que ver con que la comunicación institucional tiene esto de “esta es mi gacetilla, vos tenés buena relación conmigo, me lo publicitás en tu

medio". Y no lo vas a tocar, no lo vas a cuestionar, ni vas a fijarte ese lugar de pradito ético que pueda tener un periodista o editor de un medio frente a lo que le está llegando. En la medida en que todo es comunicación institucional, porque tal político o tal periodista va a ese medio en la medida en que hay un pacto previo de empatía, ahí es donde la polémica no es rica para los medios. Tampoco es rica en la academia: andá a una universidad, en una charla, y planteá una posición distinta del que está hablando. Pedile a una mesa, donde haya cuatro panelistas, que los cuatro hablen del mismo tema y debatan entre sí. Es imposible, cada quien habla de su tema. Se convirtió en comunicación institucional. Esta falta de diálogo no es propia. Por eso vuelvo al eje de que los medios tampoco son ajenos a la sociedad, ni tampoco vienen de la estratósfera y marcan un nuevo planeta. Fuerzan, acompañan, contienen, reconducen pero a partir de lo que está. Si hubiera un ejercicio del debate, en distintos ámbitos de la sociedad, tendría *rating* un debate en la tele. Y entonces es el huevo y la gallina: ¿Cómo no hay debate en la tele no puede haber debate en otros ámbitos? Y... mitad y mitad. También porque no hay debate en ningún ámbito, el debate en sí mismo perdió un lugar de reconocimiento social y queda naturalizado que mejor nos divertimos, mejor que hagan reír a la gente.

Entrevista a María Cristina Mata⁵⁸

-¿Cuáles son los núcleos del anteproyecto Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?

M.C.M-Para contestar esta pregunta, siento la necesidad de plantear, antes que nada, que necesitamos una nueva ley que norme el

⁵⁸ La entrevista fue realizada vía e-mail. La respuesta fue recibida el 19 de julio de 2009. María Cristina Mata es Docente e Investigadora de la Universidad Nacional de Córdoba, dirige el Centro de Estudios avanzados y es autora de diversos trabajos acerca de la comunicación en Argentina.

funcionamiento de los medios audiovisuales para generar las condiciones de posibilidad de otro modo de pensar y hacer efectivo los derechos de comunicación en nuestro país.

Si aceptamos que la mayor parte de las interacciones públicas que tenemos los argentinos se desenvuelven atravesadas por la presencia y labor de los medios masivos de comunicación, si pensamos que dentro de esos medios la televisión y la radio son los más consumidos y de mayor penetración social, no podemos eludir el hecho de que esos medios están concentrados en muy pocos emisores dotados de gran poder económico y que requerimos de una norma que ayude a la desconcentración y la multiplicación de posibilidades expresivas. Sin ello, no es posible pensar en procesos de información y debate público y plural de ideas; en agendas variadas y enriquecedoras; en la circulación de distintos puntos de vista. Y sin esas condiciones es impensable que se fortalezca y profundice el sistema democrático como campo de conflictos, de disputas y de resoluciones sustentadas en la confrontación de ideas e intereses por parte de todos los actores sociales.

Desde ese punto de vista, considero que los aspectos más importantes del anteproyecto son tres. Por un lado, los que se refieren a la naturaleza de los organismos que regularán y entenderán en los servicios de comunicación audiovisual, que serán colegiados, con representación del poder ejecutivo, de la legislatura nacional—con participación de las minorías- y de organismos de la sociedad civil. Por otro, el acceso que a partir de la nueva ley tendrán las organizaciones sin fines de lucro como prestatarias legales de servicios de comunicación audiovisual; la reserva del 33% del espectro para estos prestadores debe contribuir indudablemente a una multiplicación de la oferta comunicativa y, en consecuencia, a potenciar las posibilidades expresivas de diferentes sectores. En el mismo sentido es importante la multiplicación de medios públicos —pertenecientes a

estados de diferente jurisdicción y a universidades- que la nueva ley permitirá y la creación de la figura del Defensor del Público. Finalmente, otro aspecto relevante presente en diversos artículos del proyecto de ley se refiere a la limitación de la concentración monopólica de medios y actividades vinculadas con la comunicación audiovisual.

-¿Cuáles son las falencias y vacíos que deja el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual?

M.C.M- No soy una experta en legislación de medios así que no me referiré a vacíos jurídicos o debilidades de ese tipo que tiene el anteproyecto y que se han expresado en varios de los Foros realizados, o que ha puntualizado la Coalición por una Radiodifusión Democrática, o aquellos que ha señalado el jurista Miguel Julio Rodríguez Villafañe⁵⁹. Desde la perspectiva de la democratización de las comunicaciones considero que faltan contenidos orientados a potenciar el funcionamiento de los medios audiovisuales sin fines de lucro. Pero, tal vez, deberían existir también cláusulas que garanticen una mayor descentralización y federalismo en el funcionamiento de los órganos de adjudicación de licencias; cláusulas que indiquen cómo se va a potenciar la producción de radio y televisión local mediante reinversiones y financiamientos que en cambio sí se destinan a la producción cinematográfica; cláusulas que no sólo se refieran a la necesidad de proteger los derechos de la infancia sino orientadas a poner freno al sexismo y racismo tan al uso en los medios masivos de comunicación.... En un sentido mucho más específico, y tal como lo destacó una compañera del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía que desarrollamos en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba durante el Foro realizado en

⁵⁹ En su reciente libro “*Los fines justifican los medios. Radiodifusión Cooperativa y Mutual*”. Ed. Paraná, 2009

nuestra ciudad, creemos que la nueva ley debería habilitar –en términos de principios y operativamente- que se incorpore la idea de la ciudadanía comunicativa, es decir, la explícita concepción de que las normas en la materia deben tender al ejercicio de los derechos que todos y todas tenemos a poder informarnos y expresarnos. Por ello, creemos que el artículo 19 del anteproyecto, referido a la figura del Defensor del Público, debería ampliarse y completarse añadiéndose, como misión y función de la Defensoría la promoción de esos derechos a través de actividades y acciones tendientes a su reconocimiento y ejercicio, alentando especialmente la labor de las universidades y los medios públicos en este sentido. Por otro lado sería importante que se reglamentara el funcionamiento de la defensoría de tal manera de garantizar su funcionamiento federal y su cercanía a los habitualmente excluidos del escenario comunicativo. Pensar un funcionamiento ligado a grupos sociales e instituciones que garanticen no sólo la denuncia de violaciones puntuales a la ley sino la promoción de iniciativas para el ejercicio de los derechos de comunicación.

-¿Cuáles son los principales problemas que atraviesa el sector de medios de comunicación y deberían ser atendidos por el proyecto?

M.C.M-(Esta es una pregunta que no responderé porque no me parece pertinente ni clara. ¿A qué sector de medios se refiere? ¿Una ley tiene que resolver problemas de un sector o permitir que el mismo funcione como un servicio para el bien común?, etc. etc. Un problema que pueden tener algunas radios o canales de TV es que tiene problemas económicos. ¿La ley debe ocuparse de eso... O que no tienen suficiente audiencia. La ley puede o debe ocuparse de eso?)

-¿Está de acuerdo con la conformación propuesta para la Autoridad de Aplicación?

M.C.M-Sí, en términos generales.

-¿Concuerda con el conjunto de condiciones numeradas para el ingreso de las telefónicas o cree que deberían ser más aún?

M.C.M- Sí, en términos generales.

-¿Está de acuerdo con lo que se propone respecto a los requisitos para ser licenciarios?

M.C.M- Sí, en términos generales. Pero al respecto habría que señalar que en el artículo 23, indica que el inciso “c” peca por defecto respecto de lo que propusimos desde la Coalición por una Radiodifusión Democrática en el décimo de los 21 puntos. Por defecto porque entonces planteamos que no deberían poder ser licenciarios “quienes hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos”. Y el anteproyecto lo asimila a “funcionarios” de gobierno de facto.

-Una de las críticas versa sobre la regulación que se propone de la TV por cable debido a que no usa espectro radioeléctrico ¿cuál es su posición?

M.C.M- Si bien la TV por Cable no utiliza el espacio radioeléctrico, es necesario regularla si se acuerda en lo que el ante proyecto de ley establece como concepción doctrinaria acerca de la comunicación: un derecho humano fundamental. Ese derecho debe ser garantizado y promovido. Por ello, por ejemplo, me parece relevante la idea de tarifas sociales para los servicios de comunicación pagos. Porque de lo contrario pueden seguirse profundizando las brechas existentes hoy entre quienes tienen acceso a multiplicidad de bienes culturales y quienes no pueden acceder a ellos ante la inexistencia de canales abiertos en sus respectivas poblaciones. Por otro lado, las regulaciones sobre contenidos deben afectar a todos los medios.

- ¿Cómo se garantizará la competencia de los medios del tercer sector?

M.C.M-No hay garantías en el ante proyecto que aseguren que esos medios podrán competir en términos mercantiles. Hay quienes opinan que podrían haberse incluido artículos que de algún modo las ofrecieran, aunque ellas siempre dependerán en última instancia de la capacidad de la sociedad civil para organizarse y producir alternativas de comunicación. Podrían haberse establecido cláusulas que al menos habiliten posteriores normas o iniciativas obligadas por la ley para consolidar en términos económicos el funcionamiento de los medios de organizaciones sin fines de lucro; podría haberse explicitado el tratamiento que recibirán estos medios por parte del Estado –en sus diferentes niveles- en términos de distribución de la publicidad oficial. Seguramente, habrá que trabajar mucho para que en términos sociales y políticos se reconozca la necesidad de que este tercer sector de medios pueda subsistir y fortalecerse.

-Según la UTPBA, con este proyecto se achica la brecha jurídica pero no la económica ¿cómo se puede lograr?

M.C.M-Puede discutirse, y de hecho se está expresando en los Foros en los que el anteproyecto se debatió en diferentes ciudades y ámbitos, tanto la cantidad de frecuencias de que podrá disponer cada prestataria comercial, así como cierta “ingenuidad” atribuida a la propuesta en tanto no contiene reaseguros contra modalidades de encubrimiento de propietarios. Personalmente considero que la reducción de licencias de servicios abiertos de 24 a 10 por prestatario, la limitación de licencias de TV paga que en este momento son irrestrictas, la reducción temporal de las licencias y su prórroga mediando la realización de audiencias públicas, la revisión periódica de las licencias son, entre otros aspectos, elementos superadores que

tienden a la desconcentración del mercado y a impedir la constitución de monopolios y oligopolios. Y esto no quiere decir que deban, tras la sanción de la ley, extremarse los controles para evitar las trampas.

-Desde Adepa se dijo “otra de las cuestiones peligrosas es que el Estado cambia las reglas del juego para atrás, es retroactivo y obliga a todos los licenciarios que habían cumplido la ley hasta el momento, incluso una ley que, si bien tiene su origen en la dictadura y nadie discute que debería renovarse, también tiene 175 modificaciones hechas en democracia⁶⁰” ¿cuál es su postura?

M.C.M-No me llama la atención la posición de ADEPA que, básicamente, reacciona a partir del prejuicio acerca del ante proyecto y tratando de preservar las actuales condiciones que beneficia a muchos de sus asociados en perjuicio de una mayor democratización de las comunicaciones.

-¿Cuáles son los efectos sociales de la concentración de medios de comunicación?

M.C.M-Básicamente dos: Por un lado la univocidad del discurso y la consolidación de sectores de poder que, lejos de trabajar por la democratización de la sociedad, operan para concentrar debates y decisiones; es decir, para ser los dueños de la agenda y los dueños de lo que en la sociedad se entiende por “palabra legítima”. Por otro, el achicamiento de oportunidades expresivas para muchos sectores lo cual conspira contra las posibilidades de que se constituyan en protagonistas públicos del debate acerca del orden social. Es decir, contra la posibilidad de ejercer la ciudadanía.

⁶⁰ Ver Martín Etchevers en “Charla en la Biblioteca Nacional”. Anexos.

-¿Para desmontar la concentración actual, qué más hace falta aparte de la regulación?

M.C.M-Obviamente, sería necesario introducir cambios en las políticas económicas y también en las políticas culturales. Los medios de comunicación no deberían pensarse como un sector aislado de la economía ni de la cultura.

-¿Por qué no se reemplazó la 22.285?

M.C.M-Creo que no ha existido hasta ahora, y desde la recuperación del sistema democrático argentino, una consistente voluntad política de enfrentar el poder concentrado en los medios masivos.

-A nivel general ¿tuvo eco en la sociedad la discusión del anteproyecto?

M.C.M-En principio, la idea de los Foros fue una iniciativa relevante. La experiencia directa e indirecta que tengo respecto de la dinámica y los resultados que se ha dado en alguno de ellos me indica varias cosas. Por un lado, que los funcionarios encargados de promoverlos desde el Estado nacional han asumido con seriedad la tarea desarrollando una atenta escucha de aquellas discusiones y proposiciones que lo ameritan. De por sí ello no asegura que los contenidos de críticas y propuestas sean atendidas o al menos explicitadas sistemática y claramente a fin de que ellas puedan enriquecer el posterior debate parlamentario. Por otro lado, me indica que la participación de la sociedad es enriquecedora: se proponen ideas, se discuten aspectos generales y, en cierto caso, detalles, se expresan inquietudes sectoriales. Pero también se advierte que en los Foros hay buena cantidad de declamaciones elogiosas o de multiplicaciones de expresión de denuncias y quejas que no

constituyen aportes sustantivos. No creo que esto sea un problema en sí mismo. Por el contrario, creo que revela que como sociedad tenemos una débil asunción de lo que pueden implicar los derechos a la comunicación. Y en ese sentido pienso que los Foros deben ampliarse, extenderse como de hecho se está haciendo desde organizaciones sociales, universidades, desde ciertos municipios, para que al menos esta problemática comience a ser parte de una agenda común.

Conclusiones

“Cada fase histórica deja huellas de sí en las fases sucesivas, en cierto sentido es el mejor documento”⁶¹.

El Proceso de Reorganización Nacional (PRN) fue el brazo ejecutor del programa del sector dominante compuesto por grupos económicos locales y empresas transnacionales diversificadas y/o integradas en pos de modificar el perfil productivo del país y redireccionar la distribución del ingreso obtenida por los obreros a lo largo del modelo de industrialización basada en la sustitución de importaciones (ISI).

La década del '90 reforzó lo conseguido por el PRN en el plano simbólico a través de los medios de comunicación.

Disciplinamiento

Antes de avanzar, no deben perderse de vista dos instrumentos capitales para minar la vida estatal y transformar la correlación de fuerzas *a posteriori* durante la dictadura, el endeudamiento externo⁶² y el terror.

El plan económico tuvo como condición imprescindible el disciplinamiento social o, si se quiere, el disciplinamiento de la capacidad de movilizarse que había desarrollado el movimiento obrero

⁶¹ Pág.100. “**Materialismo histórico y Benedetto Croce**”. Gramsci, Antonio. Nuevas Visión, 2006.

⁶²Entre 1975-1983 la deuda externa pasó de u\$s 8085 millones a u\$s 45.069 millones y entre 1989 y 2001 aumentó desde u\$s 63.672 millones a u\$s 90.957 millones. El endeudamiento en ambas etapas representó una estrategia para redistribuir el ingreso (puede consultarse “La Deuda Externa” cuyo autor es Alejandro Olmos). Durante la dictadura, se hizo a través del seguro de cambio, la estatización de la deuda privada y las elevadas tasas de interés internas. Durante la convertibilidad, el endeudamiento y sus consiguientes refinanciamientos financiaron una enorme fuga de capitales (sugerimos el informe emitido en 2003 por la Comisión sobre fuga de capitales de la Cámara de Diputados de la Nación).

en las dos décadas anteriores. Mario Rapoport señala que de tres maneras el PRN procuró desarticular tanto la organización sindical como la potencialidad de movilizarse de los sectores populares. La primera de ellas se llevó a cabo a través de la política económica “que pretendió la reestructuración industrial”. La segunda se vislumbró por medio de la legislación de excepción “duramente aplicada y, sobre todo, con represión ilegal”. El *modus operandi* se completó con “normas laborales de contenido regresivo” cuyo objetivo fue “reglamentar las actividades sindicales para reducirla al ejercicio de las reivindicaciones estrictamente económicas”⁶³. Vale un dato, Ley de Prescindibilidad mediante, entre 1976 y 1980 fueron expulsados 200.000⁶⁴ obreros.

Para disciplinar, no bastaron el congelamiento salarial, los despidos masivos, la prohibición del derecho a huelga o de cualquier forma de manifestación de desacuerdo, sino que se pergeñó un plan de aniquilación del sector popular y sus modos de expresión. Ergo, no sólo hubo un genocidio sino que también se intentó limitar la capacidad de producción simbólica alternativa en contraposición a la hegemónica⁶⁵.

La política laboral de la Dictadura, si así se la puede denominar, y sus objetivos fueron consolidados durante el menemismo. Un concepto se cristalizó: flexibilidad laboral⁶⁶. Este sería el fundamento que esgrimirían empresarios y funcionarios para desplegar una de sus estrategias con el fin de apropiarse de una parte del ingreso de los trabajadores a la luz de la excusa que los derechos laborales pretéritos

⁶³ Pág. 619. “**Historia Económica, política y social de la Argentina**”. Rapoport, Mario. Emecé, 2006

⁶⁴ Martínez de Hoz. 2 de enero de 1980. Citado por Francisco Delich en “**Desmovilización social, reestructuración obrera y cambio sindical**”. En revista *Crítica & Utopía* N°6.

⁶⁵ 126 fueron los periodistas muertos según consta en la lista redactada por www.terrorfileonline.org

⁶⁶ Así la define Eduardo Giorlandini: “Suprimir o reducir derechos, achicar o suspender beneficios”. Pág. 11. Citado en “**La trampa de la Flexibilización laboral**”. Guillermo Pérez Crespo. Cinco Continentes, 1995.

eran un escollo para la evolución del aparato productivo del país y su modernización tecnológica. El Cenda en su revista lo refutó: “todas las medidas asociadas con ese término tienen un solo y único contenido: son otras tantas formas de producir o facilitar la caída del salario”⁶⁷.

La Ley Nacional de Empleos N° 24.013(1991) agudizó la precarización de una parte de la sociedad que venía de sufrir la etapa de hiperinflación. Cabe señalar que la flexibilización de las condiciones se caracterizó por nuevas modalidades contractuales, fijación de topes indemnizatorios por despidos injustificados, reducción de cargas sociales, etc. A la ley N° 24.013 debe sumarse el decreto N° 1334/91 cuyo objetivo fue la no homologación de convenios que tuvieran cláusulas indexatorias. Los salarios no podían pactarse por menos de seis meses y, a su vez, cada incremento debía vincularse a un crecimiento de la productividad.

Martín Schorr y Juan Santarcángelo resumieron los resultados de las transformaciones laborales desde el '76 hasta el fin del segundo gobierno de Menem así: “hacia fines del decenio los ocupados debían trabajar igual-o, incluso, mayor- cantidad de horas que al inicio del mismo, pero recibiendo a cambio una muy inferior retribución salarial. En tal sentido, cabe destacar que este último constituye uno de los mecanismos más arcaicos de apropiación del excedente por parte de los empresarios y presenta, naturalmente, profundos impactos regresivos en materia distributiva. Por último, el proceso de deterioro en la situación laboral de la mano de obra ocupada durante la década pasada

⁶⁷ La flexibilización según el Cenda implica “a) la reducción de los costos de despido de los trabajadores (mediante disminución de las indemnizaciones correspondientes o mediante los contratos temporarios), b) la adaptación de los tiempos de trabajo a las necesidades de los empresarios (jornada laboral ajustable, vacaciones en cualquier momento del año), c) la polivalencia dentro del trabajo, que incrementa la intensidad del mismo, d) la negociación de los salarios y condiciones de trabajo a nivel de individuo o empresa y, finalmente, e) la reducción de las contribuciones que el empleador hace sobre el salario”. Ambas citas en Pág.6. Informe N° 1 Otoño/2004. En www.cenda.org.ar

también se reflejó en el notable incremento que se registró en la cantidad de trabajadores que no gozan ninguna prestación social”⁶⁸.

Redistribución regresiva de la palabra

La dictadura dejó el humus fértil para la consolidación de oligopolios en los principales sectores económicos y la reprimarización de la economía. Un elemento clave para ese fin fue el crecimiento del desempleo y la informalidad laboral. Debe añadirse un doble proceso de transferencia del ingreso: del trabajo al capital y, dentro del capital, de las PYMES a las empresas de mayor tamaño⁶⁹.

A través de la coerción, la dictadura impuso un sistema económico basado en un nuevo patrón de acumulación de capital apoyado en la valorización financiera, la concentración de capital y económica⁷⁰ en contraposición al desarrollado durante el ISI. La transformación de las relaciones de producción trajo aparejadas consecuencias que van desde el disciplinamiento del sector popular, la ruptura de la alianza entre la clase obrera y el capital local hasta la gradual despolitización social y la demarcación a una sociedad de “*sus*

⁶⁸ Pág. 83. “**Desempleo y precariedad laboral en la Argentina durante la década de los noventa**”. En Estudios del Trabajo N° 20. Schorr, Martín y Santarcángelo, Juan.

⁶⁹ Pág. 7. “**Proceso de Privatización en Argentina**”. Aspiazu, Daniel y Basualdo, Eduardo.

⁷⁰ Pág. 6 “El concepto de **concentración económica** remite al peso relativo que tienen las mayores firmas de un sector de actividad en el conjunto de la producción del mismo. La **centralización del capital**, por su parte, se vincula con aquellos procesos por los cuales un núcleo determinado de empresas y/o conglomerados económicos acrecienta su control sobre los medios de producción que dispone una economía, a partir de la expansión de su presencia en uno o múltiples mercados sobre la base de una reasignación del stock de capital existente (compra de firmas, fusiones y/o asociaciones empresarias, quiebras, etc.). Asimismo, se entiende por **valorización financiera** a la colocación de excedente (por parte de las grandes firmas) en diversos activos financieros (títulos, bonos, depósitos, etc.) en el mercado interno e internacional, de forma de capitalizar las diferencias existentes entre las tasas de interés vigentes en el mercado local y a nivel internacional”. Pág. 6. Nota 1. “**El proceso de privatización en Argentina**”. Basualdo, Eduardo. y Aspiazu, Daniel. Abril 2002. En *bibliotecavirtual.clacso.org.ar*

horizontes de pensamiento, 'recortando' lo pensable de lo que definitivamente debía expulsarse de toda consideración"⁷¹.

En lo superestructural, durante la década del 90 "*se profundizó notablemente otro de los rasgos característicos de la economía y la sociedad argentinas post dictadura: la creciente- y cada vez más evidente- subordinación estatal a los intereses del capital concentrado*"⁷².

Otra etapa en el proceso de disciplinamiento de los sectores populares, más sutil por cierto e íntimamente vinculada a lo mencionado hasta ahora, es la simbólica. Esta tomó forma definitiva durante el menemismo, aunque posteriormente hubo medidas dignas de esa década como la que permitió, deliberadamente, la fusión entre Cablevisión y Multicanal.

Los militares acallaron el disenso con la represión y premiaron el consenso, por caso, con la irregular entrega de Papel Prensa. Sin embargo, la concentración de la propiedad de los medios de comunicación se dio recién durante la fase superior del modelo neoliberal impuesto por los sectores dominantes, puntualmente el período que va desde 1991 hasta 1999.

En el terreno de las continuidades que se registraron entre el programa socio-económico del PRN y la década del '90 aparece "*el fortalecimiento económico, político y social del bloque dominante que se conformó durante el período dictatorial y se afianzó en el transcurso de la gestión de gobierno del Dr. Alfonsín. Ello, en paralelo a la profundización de un modelo de acumulación cuyos denominadores comunes son la desindustrialización ligada a la crisis de las pequeñas y medianas empresas, el predominio de la*

⁷¹ Pág. 135. "**Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años '70'**". Pilar Calveiro. Ed. Norma, 2005

⁷² Pág. 40. "**El proceso de privatización en Argentina**". Basualdo, Eduardo. y Azpiazu, Daniel. Abril 2002. En *bibliotecavirtual.clacso.org.ar*

*valorización del capital, la centralización del capital, la concentración de la producción y el ingreso, la desocupación y la precarización de las condiciones laborales de los trabajadores, y la exclusión de un número creciente de individuos*⁷³.

Respecto a la libertad de expresión, dentro del ejercicio del periodismo la autocensura estuvo presente desde otrora hasta la actualidad, aunque por condicionantes diferentes. En la Dictadura resultó clave el terror⁷⁴, en cambio desde el advenimiento de la democracia, con más énfasis desde la puesta en marcha de la concentración de la propiedad de los medios, la presión provino de los dueños instrumentalizando la precarización laboral dentro del sector⁷⁵.

Hay un rasgo, en el cual Francisco Delich hizo hincapié al analizar la transformación que acaece tras la ejecución del plan de debilitamiento del movimiento obrero, que se disemina: *“la estabilidad en las fábricas dependía ahora no solamente de la eficiencia, de la calificación o de la disciplina, sino de la adaptación ideológica”*⁷⁶.

Entonces, en línea con las continuidades arriba mencionadas, podemos decir que se produjo un desplazamiento en la causa eficiente de la autocensura. Se pasó del terror estatal a la concentración de la propiedad de medios de comunicación y la pauperización de las condiciones laborales que inducen a esta *“adaptación ideológica”*

⁷³ Pág.6. ***El proceso de privatización en Argentina***”. Basualdo, Eduardo. y Azpiazu, Daniel. Abril 2002. En bibliotecavirtual.clacso.org.ar

⁷⁴ “(...) que el proceso usara la violencia represiva contra los opositores muy moderados, o aun para arreglar cuentas entre tendencias internas, fue una novedad que debió amedrentar al conjunto de los responsables de los medios de comunicación. La autocensura fue la regla”. (Pág. 446. **“La política mirada desde arriba. Las ideas del diario La Nación 1909-1989”**. Roberto Sidicaro.

⁷⁵ “Desde 1991, a partir del proceso neoliberal de concentración de la riqueza y de la consecuente concentración de los medios de comunicación, la dictadura económica que domina el país - juntamente con las reformas legislativas y los acuerdos sindical-empresariales que precarizaron el trabajo y con la política destinada a ahogar el pluralismo informativo para instaurar el pensamiento único- no dejó de impulsar, repetidamente, la desaparición del Estatuto. No menos de siete veces, la ofensiva se plasmó en iniciativas públicas del gobierno de Menem, frustradas por la acción de la UTPBA antes de tomar estado parlamentario”. En www.utpba.net

⁷⁶ Pág.4 **“Desmovilización, reestructuración obrera y cambio sindical”**. Delich, Francisco. En revista Crítica & Utopía N° 6.

forzada. No obstante, es sintomático que los defensores de la corporación empresarial mediática, a la hora de buscar responsables por la presión al periodismo, sigan apuntando sólo al Estado.⁷⁷

En cuanto a las medidas, entre varias, hay tres esenciales. La primera refiere al permiso de inversiones cruzadas, es decir de la gráfica a la TV y la radio. El gobierno de Carlos Menem modificó el artículo 43 Inc. c, el 45 Inc. e, el 46 Inc. a y c que regulaban sobre el régimen de la propiedad. El máximo exponente será el Grupo Clarín.

La segunda está vinculada al Tratado de Protección de Inversiones suscrito con EEUU (1992) que facilitó el desembarco de capitales de ese origen en el sector, el caso tipo fue CEI-Citicorp. Se ejecutó a través de la ley 24.124 promulgada en 1992. Esta fue una de las causas por las cuales en la década menemista gran parte de los medios tuvo participación estadounidense en su paquete accionario.

La tercera fue el decreto 1005/99 que permitió poseer hasta 24 licencias en lugar del tope anterior que era de 4, bajo el argumento que *“la limitación al número máximo de licencias adjudicables a una misma persona, física o jurídica, consagrada en el artículo 43 de la Ley N° 22.285 y sus modificatorios era congruente con un mercado comunicacional poco desarrollado”*⁷⁸.

⁷⁷ En una declaración de ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas) de diciembre de 2008, se puede leer: *“Alegan supuestas motivaciones extraperiodísticas intentando desacreditar noticias o titulares que no se ajustan a su visión de la realidad. En forma falaz, confunden a la prensa con la oposición, o sugieren intereses ocultos extraños al ejercicio del periodismo. Esta intolerancia los ha llevado a injuriar a periodistas o a dirigir sus ataques a los medios o sus directivos, como en los recientes casos de Clarín y La Nación.”* Encontrado el 9/7/2009 en <http://www.adepa.org.ar/secciones/ldp/nota.php?id=151> Página oficial de ADEPA.

Por otro lado, en la última Reunión de Medio Año de la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa), desarrollada en Caracas, se puede leer en su informe sobre Argentina: *“La actividad del periodismo sigue tan atípica como preocupante por los escollos y la indiferencia del poder político hacia los medios de comunicación. A la conducción política le resulta difícil admitir disensos y pluralidad de ideas, o entablar diálogos imprescindibles para consolidar el sistema democrático y garantizar la transparencia en el ejercicio de la función pública.”* En <http://mercury.websitewelcome.com/~sipiapa/informe.php?id=277&idioma=sp&asamblea=5> Página Oficial de la SIP el 9/7/2009.

⁷⁸ Decreto 1005/99. En: www.medios.gov.ar

El conjunto de resoluciones tomadas buscó adrede la conformación de un oligopolio en el sector de medios, tal como había sucedido en el resto de la economía nacional. Durante los '90, los actores estelares fueron dos (sin ser los únicos): CEI-Citicorp Holding y el Grupo Clarín. Luego del derrumbe de la convertibilidad, el primero se desprendió por completo de sus medios y se fortalecieron Grupo Uno (Daniel Vila- José Luis Manzano) como el multimedio del interior y Telefónica, dueña de numerosos canales de televisión.

El proceso de disciplinamiento se hizo más eficiente por medio del destierro de la pluralidad en los medios, a lo que se añade la centralización de la producción en Bs. As, la cual conlleva la estandarización de los sectores representados⁷⁹. En perspectiva gramsciana: los medios son un instrumento eficiente, sino el más, provisto por la modernidad, bajo la sombra de la libertad de expresión y la pluralidad de opiniones, para gestar el consenso, explícito o no, favorable para la máxima expansión del grupo dominante. Sin embargo, no debemos soslayar que dicha concentración económica y geográfica, tras la década del 90, los constituye en actores económicos, además de políticos, principalísimos.

La integración vertical y la concentración horizontal se complementaron con el salto a actividades ajenas al sector por lo cual los motivos de presión dentro de y a través de los medios aumentaron⁸⁰. Para darle volumen, Matías Kulfas informa que entre 1997 y 1998 en el sector de comunicaciones hubo 2001 fusiones⁸¹.

⁷⁹ Para ver información al respecto aconsejamos el informe “**Qué ves cuando me ves**” del Laboratorio de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura de la Nación.

⁸⁰ Quizá resulte un dato anecdótico, creemos que no, el hecho que el sector de comunicaciones durante 1997 haya sido el segundo que más fusiones y movimientos de miles de dólares registró. Según el informe de la Cepal “**El impacto del proceso de fusiones y adquisiciones en la Argentina sobre el mapa de grandes empresas**”, elaborado por Matías Kulfas en 2002, el sector petrolero, el de comunicaciones y el de bancos explican “poco más del 60% de los montos desembolsados en operaciones de fusiones y adquisiciones”.

⁸¹ Pág.31. “**El impacto del proceso de fusiones y adquisiciones en la Argentina sobre el mapa de grandes empresas**”. Kulfas, Matías. En: www.eclac.org/argentina/

Hasta el '90, primaba lo que Becerra y Mastrini denominan el patriarcado en la propiedad de los medios de comunicación. Desde los '90 a esta parte, desde otros sectores, se puso el ojo sobre los medios como inversión generosa en utilidades monetarias y simbólicas. Por lo que no resulta extraño ver en el directorio de un grupo a accionistas cuyo origen es diverso o que, explotado el proceso de concentración, pasan a otros campos económicos.

Antes de dar un botón de muestra que exponga la magnitud de lo señalado, sistematicemos. La Dictadura y la subordinación del Estado, en democracia, crearon las condiciones de posibilidad para la distribución regresiva de la palabra.

La conformación de capitanes de la industria cultural es la réplica de lo que acaeció en la economía en general. Sin embargo, en el sector de medios de comunicación, las consecuencias culturales son más notorias al observador.

La subordinación estatal a los intereses de los principales grupos económicos tanto locales como transnacionales, la precarización laboral, la diversificación de inversiones y la concentración de la propiedad forman parte del tronco común de la economía nacional a partir de 1976. En el sector mediático se robusteció a través de la autocensura, la concentración geográfica de la producción, la uniformización de los productos y su consiguiente estandarización de las imágenes.

Sucedió en un contexto de reconfiguración del espacio público, poco a poco los medios van constituyéndose en un canal insustituible en la relación entre el ciudadano, la clase política y otros sectores de la sociedad.

El entramado señalado en una sociedad cada vez más polarizada exige repensar los instrumentos de pensamiento y *praxis*, de teoría y transformación. Ese entramado deja a las claras que los conductos masivos, los medios de comunicación más consumidos, son

escasamente útiles, pues son actores económicos con intereses propios rectores. Son escasamente útiles para entender las causas de la desigualdad, la anomia, el desinterés o, mejor, el reflujo hacia la privacidad, el hecho que no aparezca, excepto en contadas excepciones, todo lo que juegue en contra de la red de intereses en la que están sumergidos los medios, y demás.

No se trata de demonizar a los medios, sino que son apenas una muestra clara del cambio que sufrió la sociedad desde el 24 de marzo de 1976. Son la síntesis y, a su vez, el mejor instrumento de disciplinamiento coronado en una distribución regresiva de la palabra.

Ejemplo

Introduzcamos el concepto de heterogeneidad social tal como lo propone Ernesto Laclau, pues nos será de gran utilidad: “es un tipo de exterioridad que presupone no sólo una exterioridad a algo dentro de un espacio de representación. Sino del espacio de representación como tal”⁸². Si, tal como lo propone el saber popular, para que los gobernantes den interés a una demanda es necesario que esté en los medios, que se encargarían de materializarlas, su no inscripción en ellos las aísla, las expulsa del espacio de representación.

En la etapa del monomedio, los medios de comunicación tenían una independencia material relativa con respecto al Estado, aunque no ideológica. En cambio, la integración vertical y la concentración horizontal desaparecen esa distancia. Los medios convertidos en grupos económicos influyentes ponen una fingida ideología liberal al servicio de la tasa de ganancia. Para ello, fue clave la erradicación de la posibilidad de un proyecto alternativo al impuesto. Los grupos económico mediáticos manipulan en su defensa la idea del cuarto

⁸² Pág. 171. “**La razón populista**”. Laclau, Ernesto. Fondo de Cultura Económica, cuarta reimpresión 2009.

poder propia del Estado de Bienestar. Atravesado el neoliberalismo, estos grupos económico mediáticos se incorporaron al primer poder: el capital concentrado que subordina el Estado a sus intereses.

Vamos a un ejemplo. Entre 2006 y 2008, el Grupo de Reflexión Rural (GRR) publicó un trabajo de campo conocido como “Paren de Fumigar”⁸³. Se llevó a cabo en base a informaciones recolectadas a lo largo de 200 pueblos perjudicados por las fumigaciones necesarias para el cultivo con Organismos Genéticamente Modificados (OGM). El GRR no sólo marcó las consecuencias sobre la salud, también expuso la expulsión de minifundistas, de pueblos originarios, el ataque a un tipo de vida con pocas posibilidades de defensa, la subordinación de las economías regionales, el peligro que impera sobre la soberanía alimentaria y la biodiversidad, etcétera. No debe olvidarse que en 2008 la francesa Marie Monique Robin sacó a luz “El Mundo según Monsanto”, que versa sobre cuestiones íntimamente vinculadas a las descritas por GRR sólo que a nivel mundial. Vale señalar que en ambos trabajos aparece el entramado empresas-gobiernos- prestigiosas entidades de salud (ya sea universitarias o con algún tipo de vinculación con el Estado)-medios, que catapultan el proceso de legitimación.

Dichas manifestaciones lejos están de ser “reflejadas” en los medios “nacionales” del Grupo Clarín o en el diario La Nación, ni siquiera en sus suplementos rurales. Sorprende, a la par, la imbricación de intereses. El domingo 26 de abril, Horacio Verbitsky⁸⁴ reveló las irregularidades registradas en la autorización para que Monsanto opere en el país con sus OGM, fundamentalmente la semilla RR, en 1996.

El responsable de la Secretaría de Agricultura era Felipe Solá, quien emitió la habilitación tres días antes que la Dirección de Asuntos Jurídicos del Ministerio de Economía diera su veredicto y señalase sus

⁸³ El primero se publicó en 2006 y el segundo en 2009. Pueden consultarse: En www.grr.org.ar

⁸⁴ En “**Verano del '96**”. Página 12, 26/4/09.

observaciones. A lo que cabe añadir que *“de 136 folios del expediente, 108 son de Monsanto, en inglés y sin traducción”*. El ahora integrante del peronismo disidente nombró como director del INTA a Héctor Huergo, actual director de Clarín Rural y dueño del Canal Rural. El mismo Huergo, desde las páginas del suplemento o a través de columnas en el periódico, se ha encargado de tapar todo lo que vaya en contra del “oro verde”, que en los últimos años permitió alzarse con súper rentas. Paralelamente, en La Nación, Fernando Bertello, cuando se dio a conocer el informe del científico del Conicet, Andrés Carrasco, el cual da cuenta de los perjuicios de los plaguicidas, que en realidad viene a confirmar tarde lo que, por caso, ya en 2006 el Hospital Italiano de Rosario había denunciado, enumeró los efectos económicos que traería aparejada la prohibición del glisofato. Por supuesto, Bertello no los sopesó. Aquí operó otro carácter ya mencionado, en los medios de los grupos se inscribe una sola lógica y las demás son dejadas en el lecho del Leteo.

Podríamos señalar que son sus posturas y nada más si no supiéramos de la existencia de Expoagro organizado por ambos, Grupo Clarín y La Nación S.A. Alguien podría dudar bajo el argumento que son dos áreas que en el interior de las empresas no se confunden, empero los casos de Claudio Díaz y Horacio Lacolla durante el conflicto por la resolución 125 entre “el gobierno y el campo” o el comunicado de Fopea⁸⁵ denunciando la presión a los periodistas que trabajan en medios con intereses extraperiodísticos están para desmentirlo.

Con Calveiro concluimos que si en la Dictadura se desarrolló *“la potencialidad asesina del autoritarismo (...) protegida desde el*

⁸⁵ El 4 de abril de 2008 publicó **“Presiones en la cobertura del conflicto entre el Gobierno y sectores del campo”**.

*Estado*⁸⁶, a lo largo y ancho del menemismo se puso en acción la potencialidad silenciadora del autoritarismo también cobijada por el Estado.

⁸⁶ Pág. 135. **“Política y/o violencia. Una aproximación a la guerrilla de los años ‘70”**. Calveiro, Pilar. Ed. Norma, 2005

Fuentes

Libros

- * **“Comunicación y cultura de masas”**. Pasquali, Antonio. 2ª. Ed. Monte Avila, 1972
- * **“Grandes Hermanos”**. Anguita, Eduardo. Colihue, 2003
- * **“Hechos y ficciones de la globalización”**. Ferrer, Aldo. Fondo de Cultura Económica, 1997.
- * **“Historia económica, política y social de la Argentina”**. Rapoport, Mario. Emecé, 2006
- * **“Invasión Cultural, Economía y Comunicación”**. Muraro, Heriberto. Legasa, 1987.
- * **“La Noble Ernestina”**. Llonto, Pablo. Segunda edición. Editorial Punto de Encuentro, 2008.
- * **La política mirada desde arriba**. Sidicaro, Ricardo. Editorial Sudamericana, 1993.
- * **“Los Caminos del conocimiento”**. Samaja, Juan. Inédito.
- * **“Materialismo histórico y Benedetto Croce”**. Gramsci, Antonio. Nueva Visión, 2008
- * **“Medios, Política y Poder”**. Viale, Patricia, Castro, Jorge y Tovar Christian. Ediciones de Periodismo y Comunicación, 2004. 3ra edición
- * **“Los grupos de telecomunicaciones en la Argentina”**. Belinche, Marcelo; Viale, Patricia y Tovar, Cristian. Equipo de Investigación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la **Universidad Nacional de La Plata**. En www.perio.unlp.edu.ar
- * **“Periodistas y Magnates”**. Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. Prometeo, 2006.
- * **“Política y/o violencia”**. Calveiro, Pilar. Ed. Norma, 2005.
- * **“Robo para la corona”**. Verbitsky, Horacio. Editorial Planeta, 1991.

***"Sistema político y modelo de acumulación en la Argentina: Notas sobre el transformismo argentino durante la valorización financiera 1976-2001".**
Basualdo, Eduardo. Universidad Nacional de Quilmes, 2002.

Notas de diarios y revistas

* **"20 años de periodismo y democracia, La ética periodística: vulnerables frente a la censura y la autocensura"**. Chisleanchi, Beatriz. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios

* **"Campo versus Estado en Argentina: La parábola del cronista y la estrella de Rock"**. Ducrot, Víctor Ego. 28 / 07/ 08. En www.prensamercosur.com.ar

* **"Clarín ya no miente y Papel Prensa tampoco contamina"**. Lanata, Jorge. Crítica de la Argentina 17/08/2008

* **"Claudio Díaz: Por qué renuncié a Clarín"**. Díaz, Claudio. En argentina.indymedia.org

* **Contra las cuerdas. Encuesta de credibilidad"**. Postolsky, Glenn y Rodríguez, Daniel. Noviembre de 2004. Revista Observatorio de medios

* **"Denuncian y piden que se investiguen sus millonarias inversiones. Manzano, Vila y compañía"**. Viau, Susana. 1/2/01. En www.pagina12.com.ar

* **"Deportes, negocios y censura"**. Fernández Moores, Ezequiel. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios.

* **"Diputados no sacó la ley por presiones de los grandes medios"**. Calvo, Pedro, Brandoni, Luis y Polino, Héctor. Pág. 4 y 5. Julio de 2001. En la revista Radio y Televisión Americana en www.rt-a.com.

* **"Diarios argentinos y el asesinato de los piqueteros Kosteki y Santillán"**. Costanzo, Alejandro. Octubre de 2003. En mediatizados.blogia.com

* **"El abuso de poder obstaculiza el acceso a la radiodifusión"**. Borenholtz, Bernardo. Pág. 6. Noviembre de 2002. En la revista Radio y Televisión Americana en www.rt-a.com

- * **“El diario La Voz del Interior no publicó el artículo del columnista Enrique Lacolla sobre el conflicto del agro”**. Comunicado de FOPEA. 2/4/08. En www.fopea.org
- * **“El gobierno finalmente autorizó la fusión entre Multicanal y Cablevisión. TV por cable, sin espacio para el zapping”**. 8/12/07. Página 12.
- * **“El Interés Público”**. Guinzburg, Leon. En Encrucijadas, Año 1, N° 9.2001
- * **“Grupo Uno- Vila/Manzano”**. En www.lavaca.org.com
- * **“Grupo Admira (ex Telefónica Media de Telefónica de España)”**. En www.lavaca.org.com
- * **“Grupo Clarín. Proceso de concentración”**. En www.lavaca.org.com
- * **“Hoy los medios son los pedagogos de la ciudadanía” (entrevista a León Rozitchner)**. Vulcano, Gabriela. 3/10/08. Crítica de la Argentina.
- * **“¿Interés general?”**. Verbitsky, Horacio. 1/6/08. Página 12.
- * **“La futura ley de radiodifusión”**. Editorial. 3/5/08. La Nación
- * **“La mayor frustración fue estar otro año más sin ley” (Entrevista a Gustavo López, Interventor del Comfer)**. Pág. 4 y 5. Setiembre de 2001. En la revista Radio y Televisión Americana en www.rt-a.com.
- * **“Los enfrentamientos públicos entre el gobierno de CFK y Clarín”**. 24/4/08. En www.rosarionet.com.ar/rnet/empresas
- * **“Ley de radiodifusión: otra vez en el centro del debate”**. 16/10/08. Buenos Aires Económico.
- * **“La ética como baluarte insoslayable”**. Elguezabal, Sergio. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de Medios.
- * **“La izquierda sigue sin entender al peronismo” (Entrevista a Claudio Díaz)**. Rippel, Jonathan. 27/3/08. Revista 23
- * **“La lección del profesor”**. Lewin, Miriam. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios.
- * **“Manzano y Vila: Medios de comunicación y policía”**. 5/12/01. En www.derechos.org

- * **“Medios en guerra”**. Pág. 5. Revista Imagen N° 18. En www.relacionespublicas.com
- * **“Otra década con la radio y la TV en manos ajenas. Licencia para desinformar”**. Badenes, Daniel. La Pulseada N° 33. Agosto de 2005
- * **“Periodismo de la desesperación”**. Ulanovsky, Carlos. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de Medios.
- “Perjuicio al Estado por 200 millones de pesos. Por ‘festival de exenciones’, tres interventores a la justicia”**. Pág. 6. Septiembre 2001. En la revista Radio y Televisión Americana en www.rt-a.com
- * **“¿Quién construye a quién?”** Blaustein, Eduardo. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios
- * **“Una deuda que solamente se salda con más democracia”**, Viau, Susana. Diciembre de 2001. En www.lavaca.org.com.
- * **“Un debate abierto”**. Santoro, Daniel. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios.
- * **“Versiones encontradas entre el Comfer y la Justicia”**. Pág. 10. Noviembre de 2002. En la revista Radio y Televisión Americana en www.rt-a.com.

Informes

- * **50 Años de concentración de medios en América Latina**. Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín. En: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini
- * **“Acceso y participación”** Rossi, Diego. En: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini
- * **“Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados”** Rossi, Diego. En: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini
- * **Al final del período. Los límites del progresismo. Políticas de comunicación en Argentina durante el gobierno de Nestor Kirchner**. Mastrini, Guillermo y Marino, Santiago. En: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini

- * **“Concentración y dependencia. Los medios de comunicación en el centro de la crisis”**. Postolsky, Glenn, Santucho, Ana y Rodríguez, Daniel. Noviembre de 2003. Revista Observatorio de medios.
- * **Convertibilidad, Endeudamiento y Devaluación de la Economía”** Postolski, Glenn y Bulla, Gustavo.
- * **“Concentración del espacio comunicacional”**. Aruguete, Natalia.26/8/2006. En www.iade.org.ar
- * **“El proceso de privatización en la Argentina: la renegociación con las empresas privatizadas: revisión contractual y supresión de privilegios y de rentas extraordinarias”**. Basualdo, Eduardo. Flacso. En bibliotecavirtual.clacso.org.ar
- * **“El proceso de privatización en Argentina”**. Basualdo, E. M., Azpiazu, D. y otros. Flacso, 2002. En bibliotecavirtual.clacso.org.ar
- * **“Las reformas estructurales y el plan de convertibilidad durante la década de los noventa: el auge y la crisis de la valorización financiera”**. Basualdo, Eduardo. Flacso, 2003.
- * **“La Publicidad del PEN 2006-2007”**. Asociación por los Derechos Civiles. En www.adc.org.ar
- * **“Ley 22.285 desde la óptica del derecho a la información”**. Ponencia de Lello, Ivan en el 10º Encuentro de REDCOM en Salta, desarrollado durante el 4,5 y 6 de septiembre de 2008
- * **“Panorama actual jurídico-comunicacional de la radiodifusión en Argentina”**. Eliades, Analía. Oficios Terrestres 2007
- * **“Qué ves cuando me ves. La televisión argentina desde distintas miradas”**. En ic.cultura.gov.ar
- * **“Una Radiodifusión Pública para la Democracia”**. ADC (Asociación por los Derechos Civiles) en colaboración con CIPPEC, Poder Ciudadano, CELS, Asociación Periodistas, FOPEA y FARN.

Auditoria

- * **Auditoría de la Sindicatura General de la Nación sobre el Comfer**. Noviembre de 2000. En www.sigen.gov.ar

Páginas de Internet

- *www.utpba.com.ar
- *www.lavaca.org
- *www.infoleg.mecon.gov.ar
- * www.comfer.gov.ar
- * www.cidh.oas.org
- *www.cenda.org
- * www.brady.net.com
- *www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini
- *www.pecyp.com.ar
- *www.diariodecuyo.com.ar
- * www.pts.org.
- * www.ic.cultura.gov.ar
- *www.rt-a.com
- *www.adc.org.ar
- *www.losandes.com.ar
- * www.iade.org.ar

Leyes

- *Ley N° 22.285 De Radiodifusión
- *Ley N° 25.750 De Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales
- * Ley N° 12.908 Estatuto del Periodista Profesional

Declaraciones

***Declaración de los Relatores de la Libertad de Expresión 2002**

* **Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985**

Tesis

* **Entrevista a Julio Sevares.** Jefe de Editorialistas del diario Clarín. En la tesis de Glattstein, [Pablo](#) y Murphy, Santiago. "**Elecciones 2003: el candidato ideal de diario Clarín**".

Revistas

*Le Monde Diplomatique

*MU

*Oficios Terrestres

*Realidad Económica

*Revista Observatorio de Medios

*Revista 23

Diarios

*Buenos Aires Económico

*Clarín

*Crítica de la Argentina

*La Nación

*Los Andes

*Página 12

Semanarios

*Miradas al Sur