

Macri y los medios

UN GRAN CAMBIO PARA LA GRAN CONTINUIDAD



Ilustración: Juan Atacho

DANIEL SATURRedacción *La Izquierda Diario*.

Los primeros meses de gobierno de Mauricio Macri estuvieron marcados por una catarata de medidas de ajuste que consumaron una transferencia multimillonaria de recursos a las grandes patronales del campo y de la ciudad. En el terreno de los medios masivos y las tecnologías de la información y la comunicación, si bien hasta el momento Cambiemos no necesitó realizar grandes transformaciones estructurales, la flamante CEOcracia se propone reconfigurar el escenario profundizando las políticas en favor de las grandes corporaciones.

De allí que el Grupo Clarín y su cara visible, Héctor Magnetto, encabecen el pelotón burgués más feliz con los nuevos ocupantes de la Casa Rosada. Es que si bien en los últimos años ni la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual ni la Afsca mancillaron seriamente las propiedades de Clarín, con el nuevo gobierno “la Corpo” (junto a un puñado de otras “corpos” como Telefónica, UNO, Claro y Telecentro) se siente más a gusto. Casi en familia.

Si durante la segunda etapa del período kirchnerista (tras la ruptura, en 2008, del “romance” entre Néstor Kirchner y Magnetto) desde el Estado se puso en pie un plan para contrarrestar a los “medios hegemónicos” fortaleciendo el sistema mediático gubernamental, tanto estatal como privado (financiando directamente el crecimiento de grupos empresarios aliados); el plan del nuevo gobierno es desandar ese camino, impulsando el

desarrollo de los negocios de Clarín, Telefónica, La Nación y otros grupos al tiempo de “cortar el chorro” financiero a empresas consustanciadas con el gobierno anterior. Así, sin la pauta oficial de antaño y con más de una traba legal, solo sobrevivirá quien tenga espaldas suficientes para competir con los nuevos amigos de la Casa Rosada. Tal es el caso del Grupo Indalo de Cristóbal López, que sin dejar de identificarse “simbólicamente” con el kirchnerismo hoy sigue creciendo, comprando incluso parte de las empresas de otros empresarios amigos como Szpolski y Garfunkel.

La contracara de estos movimientos empresarios la viven cotidianamente cientos de trabajadoras y trabajadores de los medios, quienes asisten a esta “reconfiguración” con despidos cotidianos (a veces masivos) y planes de ajuste lanzados por todas las patronales, pero sobre todo por aquellas que hoy ven sus ganancias menguadas y un horizonte con nubarrones.

Se acabó, el PRO les dice que llegó el final

La primera y clara señal que dio Macri sobre sus propósitos fue la creación del Ministerio de Comunicaciones, a cuyo frente puso a un cómplice de los genocidas de la dictadura cívico-militar. Es el cordobés Oscar Aguad, apodado “El Milico” por su gran amistad con represores de la talla de Luciano Benjamín Menéndez y Carlos “Tucán” Yanicelli. Aguad sabe mucho más de represión y censura que de libertad de expresión.

Pero de lo que más sabe es de cómo liberalizar aún más el mercado de medios.

El mismo decreto que creó el Ministerio de Comunicaciones puso bajo su órbita a la Afsca y a la Aftic, los organismos “autárquicos” que debían hacer cumplir la Ley de Medios y la ley Argentina Digital, respectivamente. Ambas normas quedaron así bajo la tutela directa de Aguad. A su vez se creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom), que absorbió casi todas las atribuciones y facultades de la Afsca y la Aftic. Todo esto se realizó con la mera firma del presidente y con el Congreso Nacional cerrado, sin que fueran convocadas sesiones extraordinarias. El republicanismo no viaja en globos amarillos.

En ese marco, la salida abrupta y casi novelesca de Martín Sabbatella del directorio de la Afsca (tenía mandato hasta 2017) y de Norberto Berner de la Aftic (el suyo vencía en 2019) fueron una patética crónica anunciada. Pero las consecuencias menos deseadas las sufrieron las empleadas y los empleados de esos organismos, que perdieron sus trabajos con la excusa de la “guerra a los ñoquis”. Si la labor de ese personal no había arrojado resultados de consideración fue por las políticas kirchneristas, nunca destinadas a debilitar a las corporaciones y mucho menos a beneficiar a los medios comunitarios, alternativos y populares. Ya se analizó en *Ideas de Izquierda* cómo, bajo el manto discursivo de

la “democratización de los medios”, el gobierno de Cristina Fernández utilizó el tema para su juego político pero no para cambiar las cosas¹.

Negocios para pocos

Hasta el momento el cambio más visible en materia de medios con la llegada de Macri fue la entrega de las transmisiones televisivas de los partidos más convocantes del fútbol argentino a El Trece (Clarín), Telefé (Telefónica) y América (Vila-Manzano). Así Fútbol Para Todos ya no es el programa de mayor rating de la TV estatal. Al dar ese preciado producto el macrismo mató dos pájaros de un tiro. Por un lado, achicó un poco el presupuesto del FPT, al reducir cerca de un 10 % el monto que le paga a la AFA que ahora estará a cargo de los canales. Por otro, como ese porcentaje es una “gananga” para las corporaciones (abonarán al Estado \$ 45 millones por torneo y recaudarán no menos de \$ 110 millones por venta de publicidad), el gobierno apuesta a que semejante guiño sea muy bien considerado.

Hubo algunas otras medidas oficiales, como el fin de 678 o la rescisión masiva de contratos en Radio Nacional. También hubo desplazamientos en Télam y un brutal desmantelamiento de la agencia Infojus (dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos). En este último caso, no solo se despidió a parte del personal sino que se realizó una nefasta “limpieza” de artículos y entrevistas judiciales que eran comprometedoras para el macrismo.

Aunque menos visibles, hubo otras medidas del gobierno de Macri que deben tenerse en cuenta. Como afirma el investigador del Conicet Martín Becerra, el gobierno

...modificó sustancialmente las reglas dispuestas por leyes votadas por el Congreso en 2009 y 2014 referidas a los límites a la propiedad de licencias de televisión abierta, por cable (los cableoperadores podrán expandirse ahora cuanto quieran o puedan) y radio; extendió la duración y renovó esas licencias y formalizó el permiso de transferencia de licencias entre operadores, algo que la ley audiovisual prohibía pero que igualmente se realizaba tanto a la vista como a espaldas del anterior gobierno. Mediante su Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 267/15, Macri se comprometió a elaborar una ley ‘convergente’

que contemple la progresiva imbricación de internet, del sector audiovisual y el de las telecomunicaciones².

Estos cambios, algunos más sustanciales que otros, buscan consolidar el podio de los “ganadores”. Como corolario de la primera etapa de este nuevo período, y también en palabras de Becerra,

...los conglomerados con redes de transporte de servicios de telecomunicaciones, TV por cable y conectividad a internet (Telefónica, Clarín, Vila-Manzano, Telecentro) junto a los principales grupos editoriales (La Nación, Perfil), viven la convulsión del mercado con expectativas, mientras que el resto de los medios dedicados a la producción de contenidos padece una fragilidad endémica que hace crisis (...) Así, una turbulenta actividad de compra y venta de medios conmueve a los grupos de tamaño mediano y pequeño de empresas gráficas, radios y señales de TV de pago³.

Si bien en los años kirchneristas la compra-venta irregular de medios fue habitual (de allí la transformación de Cristóbal López en magnate del rubro) con el macrismo la situación se profundiza. Sin perder tiempo Clarín ya compró la telefónica Nextel, una adquisición que, de todos modos, se vería como secundaria si logra hacerse de Telecom y logra convertirse en el pulpo cuyos tentáculos lleguen a todas las ramas infocomunicacionales. Un primer paso en ese sentido ya se dio con la reciente aprobación por parte de la ENaCom para que Fintech (socio de Clarín en Cablevisión) se quede con el 70 % de las acciones de la telefónica.

Fragilidades

Otra “novedad” fue la compra, a fines de febrero, de la FM Rock & Pop por parte de Fenix Entertainment Group. La emblemática emisora integraba el Grupo 23, propiedad del kirchnerista Sergio Szpolski y del multimillonario Matías Garfunkel.

Szpolski y Garfunkel son el prototipo de empresarios portadores, al decir de Becerra, de una “fragilidad” que “los hace orbitar en torno del financiamiento político o del mecenazgo de capitales que los usan para lubricar otros negocios”

(lo que no excluye su vocación vaciadora). Según informaron la ONG Poder Ciudadano y la Fundación LED (a pedido del gobierno) el grupo fue el mayor receptor de pauta oficial entre 2009 y 2015, con una suma total de casi \$ 815 millones. Pero tras años de crecimiento “exitoso”, en los últimos meses el Grupo 23 se desgajó y perdió más de la mitad de sus medios. El colmo de la “fragilidad” se dio en los últimos meses, cuando el dúo empresario no pagó los sueldos de diciembre, enero y febrero ni los aguinaldos en Radio América y Tiempo Argentino, culminando con la venta de ambos medios al ignoto empresario Mariano Martínez Rojas, quien siguió sin pagar lo adeudado al personal.

El conflicto sacó a la luz la ya emblemática lucha del personal de la radio y el diario, con el rol destacable del SiPreBA, el nuevo Sindicato de Prensa de Buenos Aires que se formó tras la ruptura masiva de periodistas y profesionales con la burocrática UTPBA. La experiencia es una muy buena noticia en el gremio, realizada no solo contra empresarios vaciadores sino contra el gobierno de Macri, que por un lado le “cortó” la pauta oficial a Szpolski y Garfunkel pero por otro, vía el Ministerio de Trabajo, es indiferente a la situación de cientos de personas.

En los últimos meses situaciones similares sufren quienes trabajan en *El Argentino* (del mismo Grupo 23), Radio Rivadavia, *La Nación*, Minuto Uno, Télam, Infojus y Radio Continental, entre otros. Como se ve, los patrones son variados, desde multinacionales hasta el Estado. El último caso, antes del cierre de esta nota, fue el despido de dos tercios del personal del canal CN23, comprado semanas antes por Cristóbal López a Szpolski y Garfunkel. Dicho sea de paso, una de las gerentes encargadas de “notificar” los despidos fue Desiré Cano, figura de La Cábora y amiga personal de Máximo Kirchner.

De Víctor Hugo a José Pablo

Quizás la manifestación más concreta del “cambio de época” fue el despido de Víctor Hugo Morales de Radio Continental, tras décadas al frente del equipo deportivo y años de conducir *La Mañana*, el programa de mayor *share* de la emisora. A Víctor Hugo lo echó el Grupo Prisa, la corporación multinacional para la que trabajó por años. Íntimo amigo del *establishment* europeo y latinoamericano, Prisa decidió »

cambiar al, quizás, mejor relator de fútbol de la historia, por el macrista Mariano Closs (de los menos agraciados del rubro) mientras que en la mañana ahora está María O'Donnell, opuesta a Morales en cuanto a relación con el kirchnerismo. La (costosa en cuanto a rating) decisión de Prisa se produjo apenas asumió Macri.

“En el país, si no te disciplinás a lo que las empresas quieren escuchar, no se puede trabajar”, dijo Morales cuando lo echaron, como si hubiera descubierto la pólvora. En verdad esa “pólvora” la huelen desde siempre quienes no son estrellas pero trabajan diariamente construyendo la información pública. Entre los trabajadores de medios la precarización y flexibilización laborales son norma, desde las grandes empresas hasta las “pymes”. Con el agravante de que cada conflicto con las patronales es censurado en todas las páginas, pantallas y micrófonos. Ahí la competencia empresaria queda en segundo lugar y el interés de clase se impone.

La política del macrismo y su CEOcracia no deja lugar a dudas sobre el “respeto” a la libertad de expresión. En eso Víctor Hugo tiene razón. Por eso la izquierda, y especialmente el PTS y el FIT, se solidarizaron con él y repudiaron el atropello contra su programa, “sobre todo cuando las razones del levantamiento son eminentemente políticas (...) No puede soslayarse el precedente nefasto que sienta semejante ataque a la libertad de expresión”⁴. Es que la defensa de la más amplia libertad de expresión no se trata de una defensa cualquiera, ya que su ataque en el capitalismo (más aún en momentos de crisis) tiene como primeros destinatarios a quienes luchan por cambiar el sistema. Por eso su defensa es, ante todo, un método de autodefensa para la clase trabajadora y las corrientes revolucionarias en ella insertas.

Pero este principio no impide analizar a fondo qué quiere decir cada quien cuando habla de “libertad” y “pluralismo”. Porque no fueron pocos quienes, a lo largo de la última década, se negaron a hablar en los medios de Jorge Julio López, de las represiones estatales y paraestatales a las protestas sociales, de Mariano Ferreyra, de los originarios perseguidos y asesinados por gobernadores del “proyecto”, de la Masacre de Once, de las inundaciones en La Plata, de la minería a cielo abierto y de un largo etcétera. Son los mismos que hoy acusan al macrismo, no sin

razón, de avasallar las libertades democráticas. Pero lo hacen porque ahora se les niegan los privilegios a los que habían accedido durante la gestión anterior.

En este contexto hay quienes “gambetearon” la marea liquidadora. Por ejemplo, Eduardo Aliverti, Mario Wainfeld, Eduardo Anguita, Felipe Pigna o José Pablo Feinmann (todos indentificados con el kirchnerismo) en 2016 seguirán en Radio Nacional. Otros lo harán en canal 7, Télam y otros medios estatales. Esto habilita dos reflexiones. Por un lado, que el gobierno “permita” que continúen viejos adversarios es, más que un reflejo “pluralista”, una continuidad posible sin mayores problemas de principios. Por otro, que “plumas” de *Página/12* y otras trincheras kirchneristas sigan en Radio Nacional desarma varios argumentos de quienes quedaron afuera. La periodista Cynthia García, por ejemplo, tendrá valiosas razones para decir que su desplazamiento es un caso de “persecución política e ideológica”, pero difícilmente lo convenza a Anguita, que ahora es el principal columnista político de la mañana de Nacional.

Barajar y dar de nuevo

Todos estos movimientos en los medios llevaron a un grupo de especialistas a declarar públicamente su

...preocupación ante la política de comunicación delineada por los Decretos de Necesidad y Urgencia (...) del presidente Mauricio Macri. Las razones de dicha preocupación residen tanto en el procedimiento como en los contenidos de dichas medidas.

Entre los firmantes están Martín Becerra, Guillermo Mastrini, Roberto Gargarella, Eugenia Mitchelstein, Martín Sivak y Luis A. Albornoz y otros reconocidos académicos.

A su vez la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual le pidió a Macri que no modifique por decreto la Ley de Medios, ya que eso desobedece “la Constitución Nacional, los Tratados Internacionales a ella incorporados, las leyes vigentes y la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación”.

Sin embargo el gobierno no solo avanzó con esos cambios sino que redobló la apuesta. El *Protocolo de Actuación de las Fuerzas de Seguridad*

del Estado en Manifestaciones Públicas, popularmente llamado “Protocolo Antipiquetes”, tiene un ítem que termina de cerrar el círculo de la actual política de medios. Los trabajadores de prensa ahora deberán cuidarse cuando cubran un corte de ruta o una manifestación. Según el protocolo para los medios habrá “una zona determinada, donde se garantice la protección de su integridad física y no interfieran con el procedimiento”. Es decir, liberalización de zonas para reprimir sin testigos.

Sin dudas la lucha histórica por una real libertad de expresión y de prensa, porque el conjunto del pueblo acceda libremente a la información y por terminar con la apropiación de la palabra pública por parte de unos pocos, sigue en pie. Si el período kirchnerista demostró el fracaso de creer que a las corporaciones se las combate con fuegos artificiales y creando otras “corpos” que les compitan, el gobierno de Macri directamente pone en jaque a quienes creen que a los enemigos del pueblo se los puede vencer sin movilizar a la fuerza social capaz de hacerlo.

La pelea de los trabajadores de prensa, periodistas y técnicos que no son empresarios ni gerentes está íntimamente ligada a la lucha del resto de la clase trabajadora. Eso no es noticia. Pero cuán necesario es recordarlo ante tantos ataques y confusión. ●

1. Ver dossier “Cinco años de una tramposa ley de medios”, *Ideas de Izquierda* 11 (julio de 2014); y el artículo “Medios audiovisuales: kirchnerismo, concentración y convergencia”, *Ideas de Izquierda* 21 (julio de 2015).

2. “La pauta que los parió”, *La Izquierda Diario*, 4 de marzo de 2016.

3. “Turbulencias en el mercado de medios”, *Perfil*, 20 de febrero de 2016.

4. “Echaron a Víctor Hugo Morales de Radio Continental y Canal 9”, *La Izquierda Diario*, 11 de enero de 2016.