

Apuntes para una verdadera democratización

CINCO AÑOS DE UNA TRAMPOSA LEY DE MEDIOS

El kirchnerismo y la apropiación de una demanda histórica. Los mismos dueños de siempre. La convergencia y las ganancias empresarias. Flexibilización y precarización de los trabajadores de medios. La puja por los contenidos al interior de las empresas periodísticas. Experiencias históricas de la lucha de clases que cuestionaron radicalmente el rol de los medios.

MARTIN ESPINOZA

Periodista.

DANIEL SATUR

Redacción del periódico *La Verdad Obrera*.

La disputa entre el gobierno y el principal multimédios del país, Clarín, dio vida a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) votada en 2009, un año después de la batalla entre el gobierno y las patronales agrarias por los impuestos a las exportaciones de soja que rompió la “sociedad” que los Kirchner y Magnetto mantuvieron hasta 2008. La nueva norma reemplazó a la Ley 22.285, un decreto de Videla vigente desde 1980. El kirchnerismo se apropió así de una demanda histórica como la democratización de los medios de comunicación, levantada durante años por medios comunitarios y alternativos, organizaciones sociales y sectores políticos y académicos; instalando el debate público con un proyecto que terminaría apoyado en el Congreso por varios aliados circunstanciales.

El gobierno definió la pelea con Clarín como “la madre de todas las batallas”, aunque ésta fuera en realidad una mera puja capitalista por la redistribución del mercado de medios. Sus corolarios fueron el fallo de la Corte Suprema de octubre de 2013 que dio por terminado un litigio “cautelar” encarado por Clarín (declarando constitucionales dos artículos de la LSCA referidos a límites de licencias de radio y TV, y a plazos de desinversión y adecuación a la nueva ley); y la aprobación de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) al “plan de adecuación voluntario” presentado por el grupo de Noble-Magnetto que propone dividirse en seis unidades “independientes” entre sí. La AFSCA ya le había aprobado un plan similar al Grupo UNO de Daniel Vila y José Luis »



Ilustración: Anahi Rivera

Manzano. Repartiendo los medios de cada corporación entre sus socios quedaría más distribuido el mapa, aunque en los hechos los dueños sigan siendo los mismos.

Estos dos episodios, en cierta medida, cerraron una etapa en la disputa burguesa que copó la escena desde 2009. Es que los tiempos cambiaron. El kirchnerismo enfrenta su fin de ciclo, con el agotamiento de un “modelo” en el que el empresariado “se la llevó en pala”, como dijo la presidenta, a cambio de destinar una modesta porción de la renta a los sectores populares. Para Cristina Fernández era de primer orden dar por terminada la pelea con Clarín y así contar con la oposición burguesa para encarar el ajuste sobre los asalariados, ordenar las cuentas del Estado para volver al endeudamiento externo y garantizar una transición ordenada en 2015. Eso no acaba con las rencillas propias de la “batalla cultural” entre intelectuales y periodistas de uno y otro bando. Pero nada que amenace el más que necesario consenso burgués.

La aprobación del plan de adecuación de “la Corpo” muestra que la LSCA y su aplicación práctica no “democratizó” el mapa nacional de medios y ni siquiera transformó sustancialmente la propiedad empresaria respecto a antes de 2009. Por el contrario, se profundiza la concentración (con unos pocos nuevos actores) de los medios de comunicación de masas.

Los mismos de siempre

Si las “adecuaciones” a la Ley de Medios se cumplen, el mapa seguirá siendo un esquema con muchos medios (y quizás más dentro de unos años) pero poquísimos dueños. Habrá nuevos apellidos en la titularidad, pero nada que democratice de verdad la información, la palabra y la cultura.

A nivel nacional y regional, por provincias o grandes ciudades, la concentración mediática se sostiene hace años (ver “Los dueños de la Argentina mediática”). Y no hay multimedio que no esté ligado a las cámaras y grandes empresas, colaborando mutuamente (publicidad a cambio de buena prensa) y hasta asociándose en diversos negocios. A su vez esos grupos reciben jugosos ingresos por “publicidad oficial” del Estado nacional, de gobernaciones e intendencias. La capacidad de esos grupos de marcar la agenda pública es directamente proporcional al sostenimiento que reciben de las pautas privadas.

En un estudio reciente Guillermo Mastrini, Ana Bizberge y Diego De Charras dicen que:

en América Latina se ha realizado un estudio que da cuenta de la estructura de los mercados de las industrias culturales y su nivel de concentración (...) prensa, radio, televisión abierta y paga, telefonía básica y móvil en diez países de la región (...) El resultado obtenido da cuenta de un importante grado de concentración en todos los casos analizados. En promedio, los cuatro primeros operadores de cada mercado dominan el 80 % del mismo. Entre esos diez países estudiados está Argentina¹.

Hoy Clarín, Telefónica, Prisa, Vila-Manzano, Indalo (Cristóbal López), Veintitrés, Pierr

y otros grupos menores, poseen casi la totalidad de los grandes medios audiovisuales del país. Muchos de ellos, además, manejan los grandes diarios y revistas y, a su vez, dirigen diversas empresas de otros rubros. La Ley de Medios está muy lejos de romper ese esquema concentrado y oligopólico. Vigente desde hace casi cinco años (excepto en un par de artículos solo para Clarín), no aportó más que promesas y cambios cosméticos.

La misma AFSCA tendría problemas si quisiera propagandizar sus avances democratizadores. Ejemplos como el fallido canal mapuche Wall Kintun de Bariloche, “inaugurado” el 7D de 2012 pero aún sin funcionar, o la inexistencia de concursos públicos reales e igualitarios para licencias de medios de alta potencia en las grandes ciudades, grupos comunitarios y alternativos de comunicación, hablan por sí solos.

Un dato concreto muestra la “multiplicación de voces” que impulsa el gobierno. El FOMECA es el Fondo de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual, creado a partir del artículo 97 de la LSCA, por el cual se destina el 10 % de los fondos recaudados por multas a los medios privados a proyectos comunitarios, de frontera y de pueblos originarios. En 2013 el FOMECA repartió \$ 4.750.000 entre 83 proyectos radiales y televisivos, a razón de \$ 57.200 por proyecto. En ese mismo período, la Jefatura de Gabinete repartió entre diez “corpos” afines \$ 523.000.000 en “publicidad oficial” (el más beneficiado fue el grupo Veintitrés de Garfunkel-Szpolski) con \$ 144.953.341. Y Clarín, el que miente, entre 2012-2013 recibió \$ 2.300.000, bastante más que lo entregado por el FOMECA a los 83 proyectos comunitarios.

Los nuevos medios propiciados por la LSCA se reducen a unas decenas de radios de muy baja potencia (muchas veces interferidas por grandes canales y radios sin control ni sanción) y otras tantas de mediana y alta potencia surgidos con prebendas y negociados. La compra irregular de Radio 10 y C5N de Cristóbal López a Daniel Hadad o el ingreso a la TV digital de canales como 360 (Electroingeniería), CN23 (Veintitrés) o C5N (López), sin mediar concursos públicos para operar, muestran cómo “el relato” se cae y ya ni siquiera se cuidan “las formas”.

Convergencia, flexibilización y precarización

Una de las discusiones que hoy recorre los grandes medios refiere a la “convergencia tecnológica”, que es la integración de unidades productivas que antes se encontraban separadas. En los multimedios, esta integración rompe dos estructuras tradicionales: la de los medios separados de acuerdo con su producción gráfica, radial o televisiva y la de los periodistas especializados en el oficio y el lenguaje de cada medio. Con la fusión de redacciones y plataformas (gracias al hiperdesarrollo tecnológico y la universalización de internet), y la transformación del periodista como productor “polivalente” y “multitareas”; las empresas periodísticas ven en la “convergencia” la solución a sus crisis y la posibilidad de bajar los costos (sobre todo laborales) para multiplicar ganancias. Ahora los periodistas deberían trabajar

más (ser más productivos) dentro del mismo horario laboral y por el mismo salario.

Producto de la combinación de la crisis capitalista y de las “ventajas” de la “convergencia”, en todo el mundo se están cerrando plantas enteras, dejando cientos de trabajadores en la calle. En Estados Unidos, no menos de 120 periódicos desaparecieron o sus dueños optaron mantener solo sus versiones online. Un “modelo” que ya se extendió a medios tradicionales y hasta a empresas jóvenes. El *Jornal do Brasil* (fundado en 1891 en Río de Janeiro) en 2010 cerró su edición impresa y se declaró “el primer diario exclusivamente digital del país”. Otro ejemplo es *Público*, un diario madrileño de centroizquierda nacido en pleno siglo XXI que en 2012, aduciendo crisis, cerró su edición en papel despidiendo a un centenar de trabajadores y, tras ser vendido a la inmobiliaria Display Connectors, quedó como portal web (www.publico.es) con una treintena de empleados.

En nuestro país, una vez más, Clarín encabeza las transformaciones del mercado. El 14 de mayo, “El gran diario argentino” publicó una nota sobre una reunión entre gerentes y trabajadores del matutino para explicar las “bondades” del proceso de “convergencia” encarado por Noble y Magnetto. El artículo señala:

El periodismo gráfico enfrenta una revolución. Las ventas de las noticias impresas retroceden en el mundo y, al mismo tiempo, aumenta el número de los lectores que se informan a través de *plataformas digitales* (...) El proceso de convergencia que inicia Clarín implicará que todos los periodistas trabajen para todas las plataformas. Es la culminación de una estrategia editorial que tuvo sus primeros capítulos en 2008 y que incluyó adaptaciones edilicias para que los periodistas de todas las secciones convivan en un mismo espacio.

El Grupo Crónica de los hermanos Olmos (vinculados a la UOM kirchnerista) también busca converger Crónica, BAE y Democracia en sus plataformas gráfica y digital. Para ello crearon Aconcagua, una nueva razón social, y abrieron una redacción donde compulsivamente se trasladó a sus periodistas, aprovechando para golpear a la organización sindical al desconocer a la Comisión Interna de prensa existente. “Hacemos que su empresa de medios sea más rentable” es el lema de La Máquina de Ideas, la empresa mexicana que asesora a los Olmos.

La operación de naturalización siempre es la misma: el avance tecnológico hace inevitable la expulsión de mano de obra. Sin embargo, como señala el sociólogo brasileño Emir Sader:

... no es la tecnología la que echa a los trabajadores. Es la lucha de clases, es quien se apropia del desarrollo tecnológico, que puede servir sea para disminuir la jornada de trabajo o para aumentar las ganancias de los empresarios. Cuando se inventó la luz eléctrica, la primera consecuencia no fue mejorar el bienestar en los hogares, sino la introducción de la jornada nocturna de trabajo. La culpa no la tuvo Thomas Edison, sino la apropiación de ese invento para extender la jornada y la superexplotación de los trabajadores².

Los intentos flexibilizadores con la “convergencia” como excusa se suman a un panorama laboral en los medios con distintas modalidades de precarización bajo formas como la colaboración externa o las pasantías (ver “La precarización que nunca será noticia”). Otra promesa, sobre que la nueva Ley de Medios además de traer pluralidad de voces abriría nuevas fuentes de trabajo, en especial para los jóvenes egresados de las facultades y escuelas de periodismo y comunicación, resulta incumplida.

En esto tienen una absoluta responsabilidad las burocracias sindicales como la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), que deja librados a su suerte a los trabajadores que enfrentan todo tipo de ataques patronales como ocurrió recientemente en *Perfil*, *BAE* y *Crónica*. O pactando con el gobierno y de espalda a los trabajadores y sus delegados paritarios a la baja que garantizan el ajuste en marcha.

En tanto, la recuperación de comisiones internas en distintos medios (como en Clarín en 2012), la elección democrática de delegados paritarios, el surgimiento del Plenario Autoconvocado y las masivas movilizaciones con paros de toda la prensa escrita en 2013 demostrando la unidad de los trabajadores de prensa; son importantes síntomas de recomposición del sector, que hay que defender junto a conquistas históricas como el Estatuto del Periodista que, entre otros derechos, garantiza “la libertad de prensa y la libertad de pensamiento” como “inalienables”.

Una verdadera democratización de los medios

En la discusión en torno a la Ley de Medios, ambos bandos apelaron a la defensa de ciertos valores “universales”. Clarín hablaba de “libertad de prensa” y “expresión” para proteger su libertad de «empresa» y su poder conquistado con pactos y favores de gobiernos dictatoriales y constitucionales (incluido el de Néstor Kirchner), que lo transformaron en uno de los multimedios más influyentes de Latinoamérica. Y el gobierno hablaba de «democratizar la palabra» y contra los “monopolios” impulsando la conformación de nuevos multimedios en manos de un selecto grupo de empresarios aliados.

La discusión sobre la Ley de Medios puso en la agenda pública el debate sobre el rol de los medios de comunicación de masas. Pero fue a costa de dejar todo en una falsa dicotomía: “O estás con Clarín o estás con el gobierno”. Sin embargo, retomando a Antonio Gramsci, se trató en definitiva de una polarización entre dos grandes “partidos de medios” de la burguesía. Como escribió el revolucionario italiano:

... en muchos países los partidos orgánicos y fundamentales, por necesidades de lucha o por otras razones, se han dividido en fracciones, cada una de las cuales asume el nombre de “partido” y aún, de partido independiente (...) Esta función se puede estudiar con mayor precisión si se parte del punto de vista de que un periódico (o un grupo de periódicos), una revista (o un grupo de revistas), son también “partidos” o “fracciones de partido” o “función de determinado partido”. Piénsese en la función del “Times” en Inglaterra

y del “Corriere della Sera” en Italia, pero también en la función de la llamada “prensa informativa”, que se llama a sí misma “apolítica” y hasta de la prensa deportiva y técnica”.

La “agenda informativa” une a ambos “partidos mediáticos” ante ciertos temas de interés de clase. El ejemplo más cotidiano es el de la llamada “inseguridad”; término en el que se engloban superficialmente casos de pequeño delito, gran delito y violencia social, “naturalizando” la policiación y securitización de la sociedad, y abonando un discurso estigmatizante de los pobres, los inmigrantes o los jóvenes. Pese a cierta polarización entre “mano dura” o garantismo, de conjunto los medios burgueses no problematizan ni cuestionan la misma sociedad dividida en clases que necesita de la Policía, la Justicia, las cárceles, y otras »



Fotomontaje: Juan Atacho

LA PRECARIZACIÓN QUE NUNCA SERÁ NOTICIA

DIEGO MARTÍNEZ

Delegado en *Página/12* y miembro del Colectivo de Trabajadores de Prensa (CTP).

La precarización en el gremio de prensa, extendida y naturalizada, se expresa ante todo en la figura del “colaborador”. El Estatuto del Periodista creó esa categoría para quienes escriben textos que “no corresponden a las tareas habituales a los órganos periodísticos”. Las empresas, sin embargo, la aplican a redactores externos con las mismas funciones que los de planta a quienes no les reconoce derechos elementales: estabilidad, vacaciones, licencias, antigüedad o aguinaldo. Paradójicamente, quienes sí son colaboradores (un intelectual que escribe una columna, por ejemplo) rara vez cobran por su trabajo.

De una encuesta del CTP que respondieron 398 trabajadores surge que la mayor parte tiene entre 20 y 40 años, estudió en la universidad y vive de otro trabajo. A diferencia de los periodistas de planta, pagan monotributo y cobran por nota, entre 60 y 90 días después de publicar. Trabajan en su casa, con sus herramientas, y pagan de su bolsillo comunicaciones y viáticos. La mayoría no participa de la vida gremial y apenas el 9% está afiliado a la UTPBA, que no hace nada por representarlos.

El Estatuto estableció que a partir de la 24ª nota anual pasan de ser “proveedores externos” a “colaboradores permanentes”, a quien sí reconoce derechos. Pero también el modo de burlar ese artículo está naturalizado: las empresas “congelan” al periodista antes de llegar a esa cifra y lo “descongelan” al año. Solo si hacen mal

las cuentas o no tienen suficientes “colaboradores”, el periodista puede pedir la recategorización, que a su vez es desalentada por las empresas para no hacer aportes patronales.

“Se trata de relaciones contractuales encubiertas mediante actos de fraude laboral”, explica el abogado laboralista Mariano Suárez. La figura se usa “para disimular bajo una apariencia de legalidad a trabajadores que según el mandato legal deberían revistar con contratos por tiempo indeterminado, con prestaciones continuas o discontinuas según el caso”, agrega Suárez, delegado de Télam y candidato a secretario gremial de la opositora Lista Multicolor.

Página/12 cuenta con 41 redactores en regla y más de 150 redactores externos registrados como “colaboradores”. Sin ellos no existirían *Las/12*, *Radar*, *Cash*, *Turismo*, *No*, *Futuro*, *M2* y otros suplementos. También *Cultura & Espectáculos* e *Internacionales* se nutren de falsos “colaboradores”. Ante las eternas negativas a regularizar su situación, desde la Comisión Interna, con el respaldo de la asamblea, decidimos en una primera etapa llevar el problema al Ministerio de Trabajo. Veremos si en ese ámbito la empresa accede a dejar constancia de las respuestas absurdas que da en privado. En cualquier caso, el tema excede a un diario y amerita un abordaje en conjunto por parte de todo el gremio de prensa.

instituciones represivas. A lo sumo algunos les piden más discrecionalidad y otros que funcionen más ordenadamente.

Por el contrario, los reclamos más profundos de la clase trabajadora y los sectores populares son vedados o encuentran eco solo como “escándalo” o blanco de demonización, como ocurre con toda protesta callejera o con los métodos de acción directa a los que los explotados recurren para hacer oír su voz. En tanto, la izquierda y toda expresión anticapitalista son marginadas permanentemente de los principales espacios mediáticos. Solo se hacen visibles cuando no les queda otra, por el peso ganado a nivel estructural en sectores del movimiento obrero y estudiantil, y electoral, como es el caso del Frente de Izquierda que obtuvo 1.200.000 votos en 2013. Y hay variadas expresiones, valores, sentimientos, gustos y subjetividades que también son marginados de los medios de información y comunicación de masas.

Si en verdad quisieran democratizarse los medios, deberían tomarse medidas como inmediata entrega de licencias y financiamiento (en base a impuestos a los grandes grupos) a las organizaciones obreras, estudiantiles, de derechos humanos, medioambientalistas, pueblos originarios, barriales, artísticas, de la diversidad sexual y toda la sociedad; para que desarrollen sus propios medios de expresión en igualdad de condiciones técnicas, operativas y de alcance; con los que cuentan los grandes medios privados y del Estado. Pero ni el Estado ni las empresas van a hacer

eso porque no pretenden que se los cuestione ni mucho menos que se les terminen los negocios. La verdadera democratización vendrá, inevitablemente, por otro lado.

En ese sentido, vale la pena recordar verdaderos cuestionamientos radicales al rol de los medios donde la lucha de clases decantó experiencias novedosas como la de la Asociación de Trabajadores de Cine, TV y Técnicos de Gran Bretaña que en 1973 levantaron un programa para nacionalizar la industria del cine y la TV (ver “Una experiencia para control obrero del cine y la TV”, *IdZ* 9, mayo 2014). O, como estudiaron Armand y Michelle Mattelart, el ascenso revolucionario chileno a principios de los años ‘70 y el surgimiento de los Cordones Industriales como órganos de poder obrero:

En este ascenso del movimiento de masas, los trabajadores se dieron también nuevos instrumentos de agitación y de información. Surgieron los diarios de los cordones. Cada cordón contó con un órgano de comunicación. Unos eran dirigidos por los mismos obreros, otros fundados por periodistas militantes que empezaron a formar corresponsales obreros⁴.

Allí se da cuenta también de que al interior de los medios burgueses, como el tradicional *Mercurio*, los trabajadores de prensa llegaron a expresar su propia interpretación de los acontecimientos y “obtuvieron el derecho de manifestar sus ideas y opiniones sobre las cuestiones

formuladas en los editoriales donde se expresaba la posición del diario”⁵.

Ejemplos radicales como éstos no invalidan que en épocas de relativa paz social como la actual, se desarrollan larvadamente pujas y discusiones alrededor de los contenidos que debe reflejar la pantalla chica, como las que se desarrollan entre los trabajadores y la gerencia de la TV Pública de Buenos Aires (ver “La ‘TV Pública’ y la lucha por los contenidos”).

Esta tensión permanente al interior de los medios hace al carácter del oficio periodístico. El trabajador de prensa, en muchos casos, se ve obligado a reproducir la opinión patronal, que es la forma concreta que adquiere la venta de su fuerza de trabajo. Cuando los trabajadores actúan como fuerza colectiva pueden imponer su voluntad en esa lucha por la interpretación de los acontecimientos. Esa tensión pondrá seguramente a la orden del día, la lucha porque los medios de comunicación masiva sean gestionados directamente por sus propios trabajadores en unidad con el resto de la clase trabajadora y sectores populares. Sin injerencia del Estado ni de las empresas. Es decir, sin funcionarios ni gerentes en sus oficinas pero también sin condicionamientos por medio de la pauta publicitaria, estatal o privada. Un pequeño ejemplo como el paro realizado por los trabajadores del canal de noticias A24 del Grupo UNO ante el despido de una compañera y que paralizó toda la programación, muestra a las claras quienes hacen funcionar los medios y quien tiene el verdadero poder, en caso de desarrollarse esta perspectiva.

Para pensar la comunicación y la información como “servicios públicos”, tienen que estar despojadas de la reglamentación capitalista y que toda la población acceda a ellas mediante un sistema público nacional de distribución de televisión, radio e internet, con acceso libre y gratuito para los trabajadores y el pueblo pobre y con tarifas progresivas para empresas y sectores ricos. Democratizar significaría romper esa dinámica de la información controlada por la burguesía donde, como dice Mattelart: “las clases trabajadoras han sido tradicionalmente relegadas al papel pasivo de consumidor de esta información”. Por eso hablamos de una tarea que sigue pendiente, leyes más o leyes menos. Estos apuntes intentan aportar a este debate. ●

Ilustración: Anahi Rivera



1. *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*, Bs. As., La Crujía, 2013, p. 149.

2. *Página/12*, 4/5/14.

3. “El partido político”, disponible en www.gramsci.org.ar.

4. *Frentes Culturales y movilización de masas*, Armand y Michelle Matterlart, Barcelona, Editorial Anagrama, 1977, p. 215.

5. *Ibíd.*, p.19.

LOS DUEÑOS DE LA ARGENTINA MEDIÁTICA

DANIEL SATUR

Redacción de *La Verdad Obrera*.

Si la concentración de medios “nacional” escandaliza, la situación en el interior del país directamente causa escozor.

El puñado de corporaciones “porteñas” influye en todo el país, concentrando parte del total de lectores, oyentes, televidentes, anunciantes y pauta oficial. Pero hay otros grupos de radios, diarios y canales en el interior que ni siquiera fueron cuestionados por la Ley de Medios. Analizando qué se lee, ve y escucha

en algunas ciudades argentinas, se cierra cualquier debate sobre la “desmonopolización” que trajo la Ley 26.522.

Córdoba

Allí el Grupo Clarín tiene el diario *La Voz del Interior* (y su respectivo portal web), otro matutino *Día a Día*, Canal 12 (el de mayor audiencia) y las radios Mitre AM 810 y La Cien FM 102.9.

Telefónica posee Canal 8, parte de la cadena Telefe.

Entre los “locales” está Cadena 3, de Radiodifusora del Centro (sociedad formada por Gustavo Defilippi, “Rony” Vargas, Mario Pereyra, Grupo Roggio y los hermanos Bischoff). La cadena nació con la privatización de LV3 en los ‘90 y la compra de otras emisoras. Hoy son 27 radios presentes en Córdoba, Buenos Aires y once provincias más. Es el medio delasotista por excelencia. »

LA “TV PÚBLICA” Y LA LUCHA POR LOS CONTENIDOS

Entrevista a Agustín Lecchi, delegado de la comisión interna-UTPBA Canal 7.

IdZ: ¿Qué discusión hay entre los trabajadores de prensa de Canal 7 con respecto a los contenidos?

En primer lugar, tenemos una posición que es que la Televisión Pública tiene que tener un noticiero que sea “público” y no gubernamental. Y nosotros como trabajadores queremos que se expresen los intereses de los trabajadores y los sectores populares en general. Pero donde se expresen también todas las voces que hay en el pueblo en general y no solamente de algún sector en particular. Y justamente ese conflicto con las noticias cotidianas se expresa todo el tiempo. Esa discusión entre lo que propone la línea editorial del medio y lo que quieren pero no pueden contar los trabajadores del medio.

IdZ: ¿Y qué situaciones concretamente hubo en las que se dio esa discusión?

Pasó que necesitábamos discutir en la asamblea para que los trabajadores podamos luchar, no solamente por las condiciones salariales y de laburo, sino también por los contenidos. Fue todo lo relacionado con el choque ferroviario de Once de febrero de 2012, donde nosotros además tuvimos un compañero que su hijo murió en la tragedia: Paolo Menghini. Que fue uno de los que encabezó esta pelea. Tuvimos muchas discusiones. Por ejemplo, cuando se cumplió un año y medio desde la dirección del noticiero no querían pasar algunas figuras que estaban en el acto

que organizaba Paolo. Nosotros ahí tuvimos que pelear en el noticiero para que puedan estar expresados todas las voces que estaban ese día ahí, para que el discurso del acto se pueda dar entero en el noticiero. Estaba Paolo en cadena nacional en todos los canales menos en Canal 7. Y ahí nos pusimos firmes. Porque tenemos una posición de la asamblea que es que los trabajadores tienen que poder proponer contenidos y que no hay motivos para que se censuren algunos temas y otros no. Ahora, esa es una posición política de la asamblea que después en el minuto a minuto la tiene que llevar adelante un compañero y ahí está la fortaleza de los compañeros, de la comisión interna, del editor que es el último eslabón de la cadena donde se produce una noticia. Ante la presión del jefe que ordena ponerla o sacarla del aire. Cuesta. Es una puja constante.

IdZ: ¿Hay otros ejemplos?

Sí, cuando fue el paro general que convocó la CGT y la CTA opositoras en noviembre de 2012. Desde la comisión interna habíamos decidido adherir a los reclamos pero no parar el noticiero para que podamos cubrir las distintas manifestaciones que hacían los trabajadores. Lo que queríamos es que cuando se abriera el noticiero, el presentador pueda expresar en tres líneas la posición de los trabajadores con respecto al paro para que

no quede como que nosotros trabajábamos y no nos importaba la medida. Pero la gerencia no nos dejó. Así que frente a eso tuvimos que hacer una asamblea y sacar un comunicado público. Fue una especie de medida de fuerza ahí adentro. También hubo una asamblea donde votamos que haya una serie de compañeros que se encarguen de hacer un seguimiento a las 4 ediciones del noticiero semana a semana y que se pueda dejar por sentado qué cosas se cubren y qué cosas no. Y fue así que empezamos a discutir que se cubra por ejemplo el conflicto de Gestamp. Si bien la primera semana cuando hay una toma en la fábrica no se lo cubrió, a la semana siguiente cuando se dictó la conciliación obligatoria con los despedidos adentro, fueron móviles del canal a cubrir. Estuvimos lunes y martes y el miércoles en el corte de Corrientes y Callao. Se hace un seguimiento de lo que se cubre y cómo se cubre. Si hay un conflicto de trabajadores, tratamos de que cubra a los trabajadores y no solamente al empresario y al gobierno. Buscamos que estén todas las voces presentes en la nota. Surge de la asamblea y la integran compañeros de la comisión interna y compañeros de la junta de asuntos profesionales que es una instancia que surge de compañeros elegidos en la asamblea.

Entrevistó: Martín Espinoza

La pata estatal (pero no pública) la ocupa la Universidad Nacional de Córdoba con Canal 10 y AM 580.

Santa Fe

En la capital Telefónica tiene Canal 13, otra sucursal de Telefe.

Pero quien “manda” en Santa Fe es la familia Vittori, dueños del diario *El Litoral* (y su sitio web) y la AM LT9. A su vez son socios de Clarín en Artes Gráficas del Litoral, la imprenta que saca *El Litoral*, *Clarín*, *Olé* y revistas.

En Rosario cinco grupos tienen casi todo. Telefónica posee Canal 5 y Vila/Manzano el diario más importante, *La Capital* (y su web), AM LT8 y FM Una (más una edición del diario UNO en el norte provincial).

Un grupo local es Televisión Litoral con Canal 3, radio LT2 (AM), Vida (FM) y Rosario3.com. Su dueño es Alberto Gollán, intendente de la dictadura de Lanusse, amigo de Videla y “embajador honorario” de Gran Bretaña. Empresario “modelo”, dijo Néstor Kirchner, cuando visitó el Canal 3 en su 40° aniversario. Gollán es socio y colaborador del Grupo Clarín.

Otro local es la Fundación Estudios Litoral Argentino, de Guillermo Whpei, millonario prestamista de jubilados con su Grupo Unión. Whpei les compró AM LT3 y FM 102.7 a Vila y Manzano cuando éstos se “adecuaron” a la Ley de Medios.

Y José Bonacci, que dirige el MODIN provincial, es amigo de Alejandro Biondini y defiende a rabiar la LSCA, tiene AM Libertad y FM Latina.

La Universidad del Litoral tiene allí AM LT10 y FM 103.5.

Mendoza

Es la provincia con más “corpos”. Clarín tiene el diario *Los Andes* (impreso y digital). Pero el mayor peso lo tienen Vila y Manzano, con el diario *UNO*, Supercanal (TV cable paga), Canal 7 en Mendoza y 6 en San Rafael, AM Nihuil y FM Montecristi, Brava, La Red y Ayer. Un poder mediático combinado con negocios energéticos, agrícolas y de obra pública.

Con menos “poder de fuego” está el grupo de Sigifredo Alonso, con el diario *El Sol* (impreso y digital), Canal 9, AM LV10 y FM Estación del Sol.

El Grupo Terranova tiene el portal de noticias MDZ, FM MDZ y Publicidad Sarmiento (que actúa en varias provincias).

El Grupo Cooperativa (relacionado con Clarín) posee la web El Ciudadano, FM La Coope y FM Estudio.

El Grupo Andino tiene Sitio Andino, CTC Cable (San Rafael), TV Andina Sur y diez radios en la capital y otras ciudades.

Y el Grupo Jornada tiene un diario gratuito más un portal web y FM Jornada.

Neuquén

Telefe tiene el único canal de aire provincial, el 7. El mayor grupo local es de la familia Schroeder

(aliados del MPN, sobre todo de Jorge Sobisch) con el diario *La Mañana* (y su sitio web), AM LU5 y tres FM. Vendieron algunas de sus diez radios para adecuarse a la LSCA.

Radios Del Valle, de Claude Staicos (yerno de Sobisch) posee las radios La Primera, Del Valle y Las Palmas. A su vez Staicos estaría por lanzar un nuevo canal de TV, cuyas instalaciones se las compró a la CTA tras un fallido intento de ésta por tener una señal. En 2012 la CTA Neuquén (conducida por Fuentes, segundo de Micheli) montó la emisora y contrató a 30 empleados. Pero el MPN, aliado K, no autorizó la licencia, la CTA abortó el proyecto, despidió al personal, y le vendió la planta a Staicos.

Un grupo menor pero importante es Aries, de Raúl Lillo, con las FM 93.9 (retransmite La Red), 101.3 (retransmite Del Plata), Frecuencia Río y Sky.

Todo lo “público” en Neuquén es del MPN. RTN Radio y Televisión de Neuquén es el sistema que produce programas que transmiten Canal 7 y otros regionales y maneja FM 104.9 y su red de repetidoras.

Entre Ríos

Provincia de verdaderos “feudos” mediáticos.

Los dueños de *El Diario*, el matutino provincial (con sus versiones impresa y digital), son la familia Etchevehere y el empresario Ramiro Nieto. Los Etchevehere son oligarcas radicales devenidos popes de los negocios agrarios e inmobiliarios. Luis, cara pública del grupo, es el presidente de la Sociedad Rural Argentina. Antes de asociarse a Nieto, la familia le había vendido el 60 % del diario a Walter Grenón, cercano de Sergio Urribarri, precandidato presidencial kirchnerista.

Rubén Almará, diputado del PJ, discípulo del bustismo, exponente de la derecha provincial es dueño de La Voz Digital y FM La Voz. Este personaje carga con episodios “radiales” donde desplegó su verborragia filofascista.

Clarín y Cristóbal López retransmiten sus radios porteñas a través de frecuencias que le pertenecen a Marcelo Pereyra, vinculado al gobierno de Urribarri y quien recibe la mayor porción de pauta oficial de gobernación.

Neo Media maneja el Canal 9 (asociada a Clarín); Edgardo Sánchez el Canal 11 y El Once.com; Vila/Manzano el diario *UNO* de Paraná (con su portal web) y FM La Red.

Tucumán

Telefe maneja Canal 8. La familia García Hamilton el diario *La Gaceta*.

El Grupo Altamiranda, propietario del ingenio azucarero San Juan, maneja el diario *El Siglo* (y su web respectiva). Y cuatro radios (LV12, LV7, Independencia y Regional) más el portal Indeportes son de Radiodifusora Independencia, empresa ligada al gobernador Alperovich; quien maneja a su vez el estatal Canal 10 en sociedad con la Universidad de Tucumán.

Santa Cruz

En la provincia de los Kirchner, entre tres empresarios se reparten casi todo.

Rudy Ulloa, exchofer de Néstor, maneja *El Periódico Austral* (impreso y digital), los canales 2 y 5 de Río Gallegos y 5 de El Calafate, las FM El Carmen, Caleta y El Calafate y el proveedor de cable e Internet de Río Gallegos, Cable 10. Toda una “corpo”.

La familia Perincioli maneja el diario *La Opinión Austral* (en papel y digital) y las radios LU12 y FM Láser. Compiten con el grupo de Ulloa, pero son tan kirchneristas como él. Ignacio Perincioli, amigo de Máximo Kirchner, es gerente del diario y acaba de ser designado miembro del directorio de YPF.

La pata “clarinista” de la provincia patagónica es del Grupo LJK, relacionado con los medios de Magonetto, dueño del diario *Tiempo Sur* (con su respectivo portal web), de la FM Tiempo y de la empresa publicitaria Publicarte.

Buenos Aires

Aquí la realidad no difiere demasiado del resto del país, aunque el peso de los medios de Capital Federal es mayor. De todos modos grupos como Kraiselburd en La Plata (*El Día* y varias radios) o Aldrey Iglesias en Mar del Plata (La Capital, Canal 2, LU6, LU9 y otras radios) tienen su peso específico.

Aquí es destacar lo que pasa en Bahía Blanca, donde se ve con crudeza la relación entre medios y dictadura, que no solo no fue saldada por la Justicia sino que ni siquiera fue puesta en cuestión por la “democrática” Ley de Medios. Aquí el multimedio por excelencia le pertenece a Vicente Massot, un colaborador del genocidio, dueño del diario La Nueva Provincia (impreso y digital), la AM LU2 (con licencia prorrogada en 2005 por Néstor Kirchner) y la FM Ciudad.

Con Massot conviven Clarín (Canal 7 y Cablevisión) y Telefónica (con Canal 9).

¿Y el gobierno nacional? Bueno, en Bahía se puede ver la “TV Pública” y Encuentro a través del canal que tiene Emilio Turcuman, otro empresario local. No vaya a ser cosa que el señor Massot sienta que le hacen sombra...

Apenas botones de muestra del mapa de medios de Argentina, manejado por corporaciones multinacionales, nacionales y regionales. Un mapa tan concentrado como hace más de cinco años, cuando la Ley de Medios no existía. ●

Colaboraron en el informe: Joaquín Ramírez, Franco Casarola, Sebastián Quijano, Cecilia Sarmiento, René Osorio, Danilo Martínez, Alejandro Silva, E. Ortega y Juan Rovere.