

PUNTOS DE ALIENTO

Presidencia de la Nación

HACE 30 AÑOS, LA CLASICA MANEJADA POR UN

LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMO ESPECTÁCULO

ADRIANA AMADO (ED.)

infocidadana



Konrad Adenauer Stiftung

CRISTINA LIBERTAD

LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMO ESPECTÁCULO

Relatos de la Argentina
del siglo XXI

Adriana Amado (ed.),
Belén Amadeo, Mónica Baumgratz,
Martín Becerra, Álvaro Herrero,
Carlos March, Hernán Maurette,
Sergio Mohadeb, Eleonora Rabinovich,
Silvio Santamarina, Raquel Tarullo,
Silvio Waisbord

PERIODISMO PARTIDO AL MEDIO

3

[SILVIO WAISBORD, George Washington University
ADRIANA AMADO, CIC]

La debilidad estructural del periodismo argentino lo puso en desventaja frente a gobiernos con apoyo popular y empresarios de medios que supieron anteponer el negocio a la profesión. Es un lugar común, repetido por igual por políticos y periodistas, que en los últimos años la sociedad debatió sobre los medios y la prensa como nunca antes y que esa discusión trajo cambios en la imagen de ambos. Sin embargo, no podría determinarse con certeza qué ha sido primero, si la sanción de una ley que redefinió las condiciones de propiedad de algunos medios impulsó el debate, o que la redefinición del lugar social que ocupan los medios informativos han sido la circunstancia que propició la discusión legal.

Al contextualizar el debate, no puede obviarse que la fragilidad estructural del periodismo argentino fue aprovechada por igual por el poder político, porque se aflojaron los mecanismos sociales de control que brinda la información pública, y por los empresarios, que encontraron en la precarización laboral una variable de ajuste para la crisis del negocio. Lamentablemente no es sencillo identificar los cambios del periodismo argentino en los últimos años, porque no existen demasiados estudios que permitan conocer la evolución de las condiciones de trabajo a lo largo del tiempo que muestren un antes y un después. La militancia política

ubica un punto de inflexión a inicios del mandato de Cristina Fernández, luego de la crisis derivada del intento de aumentar los impuestos a las exportaciones agropecuarias en marzo de 2008 y la modificación del marco regulatorio de los medios audiovisuales en 2009. Para esa época ya eran distintivas ciertas condiciones que habían contribuido a polarizar las posiciones del periodismo, que resume el periodista Ernesto Tenembaum:

Este tipo de situaciones –la desaparición del debate y el humor político en televisión de aire, las alianzas del Gobierno con multimedios a los que financiaba, el retiro de la publicidad oficial a los críticos, el desplazamiento de algunos periodistas, la negativa a dar conferencias de prensa o reportajes, las oscuras historias de Santa Cruz– generó un debate, a mi entender exagerado. Una parte de nuestro gremio comenzó a sostener que existían serios riesgos para la libertad de prensa, y el gobierno, a argumentar que se lo criticaba respondiendo a intereses espurios. Ninguna de las dos cosas era completamente cierta. (Tenembaum, 2011, p. 51)

Sin embargo, poner el inicio de las tensiones con el periodismo en el gobierno de Cristina Fernández implica desconocer que su antecesor comenzó con la política de uso disciplinador de la pauta oficial y de financiamiento estatal para medios, política que replicaba el esquema de control que Néstor Kirchner había aplicado en su provincia cuando fue gobernador.²⁴⁹ De ese primer ciclo son las investigaciones que empezaron a indagar la influencia que estos mecanismos de presión tenían en los medios y el periodismo (Acción por los Derechos Civiles [ADC], 2005, 2006, 2007, 2008a, 2009; Amado, 2010, 2011b; O'Donnell, 2007, 2008). La descalificación que hacía el gobierno del periodismo ya había tenido una manifestación luego de un incendio en una discoteca en Buenos Aires que dejó más de un centenar de muertos, en diciembre de 2004. Esa fue la primera tragedia pública en la que se adoptó la estrategia de no hacer declaraciones ni presentarse en el lugar de los hechos, lo

249 “El gobernador Kirchner y su provincia”, editorial, diario *La Nación*, 8 de junio de 2002, en <http://www.lanacion.com.ar/403433-el-gobernador-kirchner-y-su-provincia> [consultado 16/10/2014].

que se convirtió en una política de los Kirchner. Entonces el presidente Kirchner respondió a las críticas acusando de periodismo amarillo y pidiendo “a la dirigencia que no le tenga miedo a la extorsión de ese sector del periodismo”.²⁵⁰

El año 2008 sí fue un punto de inflexión en el vínculo que el gobierno mantenía con el Grupo Clarín, cuyo caso ilustra el sistema de patrimonialismo mediático, en el que dominan las redes clientelistas de intercambio de favores y donde los beneficios privados se imponen al interés público (Waisbord, 2013b, p. 37). Fueron varias las medidas de la administración Kirchner que beneficiaron a este grupo en particular, tales como extensión de licencias, aprobación de su fusión con el mayor operador de TV por cable, acuerdos fiscales y condonación de multas (Amado, 2011b, p. 61). Pero no fue el primer gobernante que consideró a uno de los principales grupos multimédios como un factor de poder con el que había que mantener buenas relaciones para garantizar un buen tratamiento periodístico:

Por esta ubicuidad, su relación utilitaria con el poder solía comenzar con la fascinación y acabar en conflicto. Los presidentes Raúl Alfonsín (1983-1989) y Carlos Menem (1989-1999) le declararon la guerra en algún momento de sus gobiernos e intentaron golpearlo con hechos y palabras. (...) Néstor Kirchner (2003-2007) fue más lejos que sus predecesores: se fascinó genuinamente con Magnetto [CEO del grupo]. Había entre ellos un entendimiento natural. Durante cuatro años compartieron ideas sobre el país y hablaron de negocios. Clarín apoyó las principales medidas del Gobierno y –casi hasta el final del período– se abstuvo de criticarlo en todo lo significativo. Magnetto obtuvo de Kirchner, entre otras cosas, la aprobación para la fusión de Multicanal y Cablevisión y la promesa de la adquisición de una parte de Telecom.²⁵¹

250 “Kirchner habló de la tragedia y fustigó a la prensa”, diario *La Capital*, 5 de enero de 2005, en http://archivo.lacapital.com.ar/2005/01/05/general/noticia_162671.shtml [consultado 16/10/2014].

251 Graciela Mochkofsky, “Las dos versiones de un conflicto”, diario *El País*, 5 de diciembre de 2012, en http://internacional.elpais.com/internacional/2012/12/05/actualidad/1354736963_610089.html [consultado 16/10/2014].

Esta reciprocidad política que los gobiernos democráticos han mantenido con el grupo empresario se suele confundir con la relación informativa que deberían tener los funcionarios con la prensa. Y no solo confunde medios con periodistas como si se tratara del mismo actor social, sino que los equipara a contrincantes políticos. El presidente Raúl Alfonsín acusó a Clarín de “opositor acérrimo” y hacia el fin de su mandato la agrupación oficialista conocida como la Coordinadora difundió carteles que decían “Si usted es radical, no compre *Clarín*” (López, 2008, p. 178). Esta táctica se repite en las agrupaciones de soporte al gobierno de Cristina Fernández, que convirtieron la acusación que hacían los funcionarios de “Clarín miente” en un eslogan que replicaban en mítines políticos y actos públicos como partidos de fútbol o la inauguración de sesiones parlamentarias (Lanata, 2014, pp. 136, 138, 222, 229, 267, 276, 280). La acusación que en su momento hizo Alfonsín de que el diario parecía “hacerle caer la fe y la esperanza al pueblo argentino” (López, 2008, p. 176) se repite en la que Cristina Fernández hizo a los diarios *Clarín* y *La Nación* de representar una “cadena nacional del desánimo y la mentira”.²⁵²

La mediatización de la política y la politización de los medios están inscriptas en el ADN de los gobiernos populistas y determina fuertes condicionantes a la labor periodística, y el objetivo de fortalecer el “presidencialismo comunicacional” (Waisbord, 2013b, p. 52). Eso explica el escaso o nulo interés de los gobiernos de corte populista en aumentar la transparencia de la gestión gubernamental y en facilitar la acción periodística y ciudadana en el monitoreo del Estado. No es un detalle menor que en una autoevaluación que hizo una asociación profesional se definiera el periodismo argentino como “condicionado” (56%) o “complaciente” (32%) (Foro de Periodismo Argentino & Giacobbe y Asoc., 2005). Estos porcentajes, que aumentaron levemente en las encuestas posteriores, confirmaban que solo un 2% de los periodistas entrevista-

252 Cristina Fernández, “Cadena nacional del desánimo, la mentira y la pavada”, 23 de septiembre de 2013, en [http://www.cfkargentina.com/category/cfk/la-cadena-del-desanimo/](http://www.cfkargentina.com/category/cfk/la-cadena-del-desanim/) [consultado 16/10/2014].

dos calificaban la profesión como independiente (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011, 2014).

A las tensiones del vínculo de los gobiernos con la prensa en Argentina deben agregarse las transformaciones que la profesión está registrando en todo el mundo. El periodismo es uno de los principales afectados por la crisis del modelo de negocios de los medios y por el uso extendido de las tecnologías de la comunicación, que horizontaliza el intercambio informativo. A ello debe agregarse la creciente profesionalización de las fuentes corporativas y de la sociedad civil, que las convierte en convenientes proveedoras de contenidos para redacciones obligadas a responder a un ritmo continuo de información con menos plantas y recursos que en el pasado. Los límites imprecisos que el periodismo tiene con estos actores de un entorno en mutación lo vuelven aún más permeable a la influencia de propietarios y gobiernos, anunciantes y fuentes. Determinar con precisión cómo impactan estos actores se hace más difícil cuando el colectivo de periodistas no cuenta con un marco profesional que sirva de referencia y establezca límites con otras actividades frente a las que intenta definir una identidad propia.

En Argentina el periodismo siempre ha estado inmerso en batallas políticas que algunos ubican a inicios del siglo XIX con los procesos revolucionarios y de consolidación del Estado-nación (Ruiz, 2014). A ello se suma una debilidad estructural de un colectivo que no ha sabido construir consensos alrededor de cuestiones que definen una profesión, tales como un marco ético y legal que respalde su tarea o una defensa gremial de sus derechos laborales.

Audiencias y comunicadores están relacionados de modo tal que el papel adoptado por uno impacta en el rol asumido por el otro, a la vez que determinan la naturaleza del intercambio con los otros actores sociales (Blumler & Gurevitch, 1995). En las democracias competitivas las audiencias pueden actuar como militantes que buscan en los medios la confirmación de sus posiciones, como ciudadanos independientes que buscan orientación para su voto, como monitores que procuran infor-

mación del contexto político, o como espectadores que buscan entretenimiento y emociones. De la misma manera el periodismo podría adoptar un papel de facilitador de la difusión de las elites o de control del poder; o de periodismo cívico cuando adopta la voz de los ciudadanos; o de proveedor de distracción como hacen los medios orientados al mercado de las audiencias (Mellado, 2014). Medios y políticos están en mayor sintonía de lo que las críticas recíprocas les hacen suponer: así como un contexto militante necesita de medios como guía partidaria y de políticos como héroes, en una sociedad que prefiere el entretenimiento los políticos suelen adoptar el papel de actores de la escena mediática y basan su comunicación en el espectáculo. Cuanta más autonomía tengan los medios, más posibilidades de adoptar roles de vigilantes o de informadores, con independencia de los condicionamientos políticos y económicos (Blumler & Gurevitch, 1995, p. 21).

Lamentablemente no hay demasiados datos estadísticos que permitan analizar los cambios en el periodismo argentino a lo largo del tiempo ni existen investigaciones académicas que profundicen en los factores de influencia en la labor periodística. Un problema endémico del sector infocomunicacional de Latinoamérica es la falta de estadísticas confiables sobre el sistema de medios en general (Albornoz, 2006, p. 80). El entusiasmo académico y de las organizaciones de la sociedad civil en la ley del sector audiovisual sancionada en 2009 no subsanó esa falencia en Argentina, a pesar de que la norma ordenaba a la autoridad de aplicación la realización de un censo de emisoras, que a fines de 2014 sigue pendiente. Así como se desconoce la cantidad de medios que operan en cada región, no existen estadísticas acerca de los periodistas que trabajan en ellos ni en qué condiciones, como tampoco hay precisiones acerca de los nuevos espacios de inserción profesional, como las oficinas de prensa.

Que en los últimos años poco o nada se haya hecho para conocer mejor la situación del periodismo contradice ese lugar común, que repiten los mismos periodistas, de que la relación conflictiva entre el gobierno y la prensa ayudó a develar aspectos ocultos del periodismo. Antes bien, la discusión pública delata una confusión entre los roles de medios y perio-

distas, en tanto que la polémica insiste en aludirlos indistintamente, si no es que supone una subordinación total del periodista a los poderes políticos o a la patronal. En cualquier caso, las circunstancias que impactan en la producción de información no pueden circunscribirse únicamente a la propiedad de los medios ni a los “discursos de la prensa hegemónica”, como definen los análisis de corte semiológico. La categoría “hegemónico” referida a los medios se suele hacer extensiva al periodista de una “manera esencialista”, replicando la premisa de enfoques estructuralistas y neomarxistas que asumen “la simetría absoluta entre periodismo, medios e intereses” (Waisbord, 2013b, p. 40). Ello sin contar que omite el hecho de que en Argentina la mayoría de los periodistas trabajan para varios medios a la vez o lo hacen en medios y en oficinas de prensa al mismo tiempo (Amado, 2012c), donde comienza la cadena de producción de noticias, que incluye fuentes muy activas como las oficinas de prensa gubernamentales.

3.1 Medios y periodistas: ni hegemónicos ni militantes

En Argentina no hay un proyecto profesional unívoco ni modelos dominantes de periodismo. No obstante, en los últimos años la discusión pública giró entre dos categorías: “Por un lado, aquellos que se encuadran en la categoría de ‘periodismo militante’ por oposición a la otra categoría, la de los ‘periodistas profesionales’, que tanto pueden trabajar en medios públicos como privados, compartan o no sus líneas editoriales (aunque algunos de ellos son acusados por sus colegas de ejercer ‘militancia corporativa’)”.²⁵³ Algunos académicos han intentado rastrear los antecedentes de estas categorías *sui generis* y definen el periodismo corporativo privado por la defensa periodística de intereses económicos del grupo propietario, la editorialización sostenida, la defensa

253 Astrid Pikielny, “Periodistas vs. periodistas”, diario *La Nación*, Suplemento Enfoques, 13 de noviembre de 2011, en <http://www.lanacion.com.ar/1422420-periodistas-vs-periodistas> [consultado 16/9/2014].

del concepto de independencia a partir de la defensa del concepto de libertad de empresa (Arrueta, 2012, p. 111 y ss.). A su vez, remiten la figura del periodista militante a Rodolfo Walsh, que hacia 1971 lo definió en función del compromiso literario y político del hombre de letras, a las que se agrega “un periodismo nostálgico, comprometido con las causas populares, las convicciones políticas, los convencimientos personales y la noción, siempre presente, del sacrificio y el esfuerzo puesto al servicio del bien común” (Arrueta, 2012, p. 116). La discusión pública tuvo como hito la expresión del director de la agencia de noticias estatal Télam en 2010, que había afirmado que “[l]os profesionales son como las prostitutas, escriben mentiras en defensa de los intereses de los que les pagan. Los militantes, en cambio, escribimos la verdad al servicio del pueblo. Soy primero militante, después periodista”.²⁵⁴ De esta manera, el periodista militante se define por oposición al periodismo profesional, al que se deslegitima por servir a intereses distintos a los que deberían servir al pueblo, en línea con la visión binaria de la política populista. Niega la posibilidad de la autonomía periodística, requisito fundamental de cualquier profesión, porque supone que el periodismo está inevitablemente ligado a otras instituciones y es inseparable de las relaciones estructurales político-económicas de la prensa. Desde su concepción, el periodismo es instrumento de intereses, sean “populares” o “antipopulares”, y los periodistas son empleados de empresas y sirven, irremediabilmente, a los intereses de ellas. El populismo concluye que las normas e ideales identificados con el “periodismo profesional” son absurdas mentiras que ocultan motivaciones “reales” de los medios periodísticos, que serían los intereses económicos y políticos de sus dueños.

El argumento de que la prensa profesional sirve a los intereses burgueses corporativos, tomado del pensamiento social crítico, sirve de justificación para prescindir de la intermediación de la prensa en la construcción de la información pública, que fue sustituida por un sistema de pro-

254 “El director de la agencia oficial Télam prefiere militantes a periodistas”, diario *Perfil*, 21 de noviembre de 2010.

paganda y relaciones públicas al servicio de los mensajes del gobierno. Justamente, el sistema al que buscó oponerse el modelo de periodismo estadounidense que suele ser la referencia del periodismo profesional, basado en las nociones de objetividad, búsqueda de la verdad y separación de datos y opinión. Estos principios se plantearon como una forma de distanciarse de las operaciones propagandísticas que impulsaba la naciente industria de las relaciones públicas a inicios del siglo XX (Waisbord, 2013b, p. 133). Este modelo también fue adoptado en Europa, no solo por la prensa comercial sino también por la naciente radiodifusión pública, y convivió con la prensa de ideas claramente identificadas con partidos y corrientes ideológicas.

La genealogía de los paradigmas periodísticos de América Latina fue muy diferente, signados por una prensa comercial poderosa muy cercana al poder político y una prensa partidaria marginal, dependiente de mecenazgos y perseguida durante los procesos dictatoriales del continente. Esa falta estructural de un marco profesional para enfrentar intereses externos explica la ausencia de espíritu de cuerpo para reaccionar al creciente poder de los gobiernos populistas. A diferencia de lo que ocurrió con el periodismo occidental ante la emergencia del sistema de propaganda, el periodismo latinoamericano no desarrolló un anticuerpo para la maquinaria de cooptación de medios e intensa producción oficial de contenidos. Antes bien, parte de los periodistas se alinea a la idea de los gobiernos populistas al defender un periodismo que contradice las virtudes cardinales del periodismo en democracia, que son verificar la información, mantener distancia y escepticismo ante las fuentes, priorizar datos a declaraciones, presentar visiones divergentes sobre hechos y políticas públicas y cultivar la crítica frente a las interpretaciones que puedan existir sobre cualquier acontecimiento.

Teórica y empíricamente no se puede sostener que haya un único periodismo, o dos que se contraponen, sino más bien varios modelos de ejercicio de la profesión. Dentro de los estudios del periodismo, la categoría militante toma rasgos de la ideología nacionalista de las noticias, por el foco puesto en la lealtad y en la preservación de la seguridad nacional y en la insistencia en ciertas recomendaciones y buenas acciones que la prensa debería desplegar contra las amenazas a la nación (Van Dijk, 2009). Por su predisposición a la cooperación con la causa oficial, a la que se abstiene de criticar en nombre de un servicio a la causa, podría equipararse al periodismo patriótico (Tumber, 2009). En ese afán por alinearse al poder y aceptar sin crítica la información que proveen las fuentes oficiales (Bagdikian, 1985), puede encuadrarse dentro de lo que se llama periodismo leal facilitador. Este periodismo tiene como características dar apoyo a las actividades institucionales, dar una imagen positiva de la elite política, o bien reforzar el sentido de pertenencia a un colectivo nacional, del cual se destacan los logros, el progreso del país, especialmente en comparación con el resto del mundo, con la idea de propiciar un sentimiento de pertenencia y orgullo local (Mellado, 2014).

En cualquier caso, los dos extremos de la discusión de los últimos años parecen coincidir en la presunción de que el periodismo es dependiente. Para los críticos del periodismo militante, la dependencia estaría en el gobierno; para los militantes, en los patrones empresariales. Ambas posiciones coinciden en la fragilidad con que se percibe el colectivo frente a las presiones y condicionantes políticos y económicos. El periodismo profesional se consolida alrededor de pautas y normas claras que le permitan mantener una independencia de los actores externos y construir un proyecto profesional diferenciado de otras actividades y ocupaciones. La debilidad del periodismo argentino como campo profesional está dada por esta dificultad de establecer consensos alrededor de una identidad.

3.2 Limitaciones estructurales en el periodismo argentino

La ausencia de un periodismo con control autónomo de la producción de información se explica por la ausencia de condiciones estructurales políticas, económicas y sociales en las que apoyarse, pero también por la falta de acuerdos básicos en el orden normativo, pedagógico y ético. Esa falta de consensos básicos deja al periodista en soledad frente a la acción de otros actores sociales, a la vez que dificulta la identificación de modelos dominantes de periodismo más allá de las construcciones ideales que puedan plantearse en una discusión que carece de correlato en el ejercicio efectivo.

Una forma simplificadora de establecer un modelo de periodismo es remitirlo al medio en que se trabaja, que opone el periodista de los que se llaman medios hegemónicos, o concentrados, o corporativos, a los que se desempeñan en los medios populares, comunitarios, militantes. Definir el modelo por la variable propiedad del medio en que trabaja desconoce que un mismo periodista puede desempeñarse en medios diferentes o tener una trayectoria que alterna medios de distinta naturaleza. De hecho, periodistas identificados en los últimos tiempos como militantes han desarrollado su carrera en medios que rechazan ese modelo, o a la inversa. Los antecedentes de la periodista elegida desde el Poder Ejecutivo como Defensora del Público²⁵⁵ de los medios audiovisuales en el organismo de aplicación de la Ley 26.522 muestran que se puede alternar en uno y otro modelo de medios en una misma trayectoria. La periodista Cynthia Ottaviano se formó en la Universidad del Salvador, donde empezó también la maestría que esa institución privada dicta en convenio con Perfil, la editorial que padeció un prolongado boicot publicitario de parte del gobierno. Ahí trabajó dos años en la revista de espectáculos *Caras*, de donde pasó al Grupo Clarín, en cuya división de noticias se desempeñó entre 2000 y 2008. Ambos medios estuvieron en los últimos años en

255 Datos del currículum de la funcionaria publicado en la página web oficial, en <http://www.defensadelpublico.gob.ar/es/secciones/defensora> [consultado 16/9/2014].

el foco de las críticas oficiales y de la propia Ottaviano cuando en 2009 pasó a los medios oficialistas, primero en Radio Nacional y luego en el diario *Tiempo Argentino*. Entre 2006 y 2012 fue docente en universidades privadas, antecedentes que le valieron ganar por concurso en 2013 la cátedra Gráfica II en la carrera de Comunicación Social de la Universidad de La Plata, una de las instituciones más críticas de los medios corporativos. En este caso, los antecedentes en medios y universidades que el oficialismo calificaría como “hegemónicos” fueron los que le permitieron a esta periodista acceder a cargos públicos en ámbitos alineados explícitamente con el gobierno nacional. Sin embargo, la simple pertenencia a esos ámbitos es para los periodistas de los medios oficialistas y para los funcionarios condición suficiente para denostar a otros colegas.

La aparente paradoja se explica en tanto la discusión no está fundada en datos concretos acerca de los factores de influencia en la labor periodística y los modelos profesionales vigentes. Antes bien, la polémica se resuelve *ad hominem*, y entonces los que trabajan en los medios del otro lado de la polarización, sean privados o financiados por el Estado, oficialistas o críticos, acusan a los adversarios de servilismo, falta de autonomía o de venalidad. Con argumentos similares, uno y otro extremo de la disputa acusa al otro de la misma falta. La línea que se traza tan tajantemente entre el periodismo militante y el hegemónico es en la práctica bastante más borrosa y esa separación no existe en los aspectos que definen la profesión, como ser formación, formas de contratación, prácticas profesionales, amenazas al derecho a la información. El periodismo argentino ha sido un actor débil, sujeto a los vaivenes políticos, que han permitido que el poder aprovechara para instrumentalizarlo o descalificarlo cuando no servía a sus fines. La falta de autonomía profesional se explica por la debilidad de las condiciones históricas y estructurales que definen el periodismo argentino en este siglo.

3.2.1 Formación periodística heterogénea

En Argentina no existe una colegiación profesional que establezca los estándares a los que debe aspirar el periodismo, lo que permite que el ingreso a la profesión se haga desde la práctica o desde carreras diver-

sas. De las 125 carreras del campo de la comunicación social, diecinueve dan una titulación específica de periodismo y ocho, en radio y televisión. De las 47 universidades nacionales, 30 ofrecen cursos de comunicación aunque solo cuatro corresponden a la especialidad periodismo (Gobbi & Betti, 2013, p. 54). La indefinición disciplinar se evidencia en que las licenciaturas en periodismo se inscriben en las humanidades o en las ciencias sociales y las carreras de comunicación, en facultades de sociología, filosofía, tecnología, artes, derecho e incluso en educación. La ausencia de exigencia de titulación para ejercer la profesión explica la baja tasa de graduación de estas carreras. Según el último anuario estadístico disponible, en ciencias de la información y de la comunicación las universidades de gestión estatal tenían para 2011 50.887 estudiantes y las de gestión privada, 12.203 estudiantes. Sin embargo, ambas se acercan bastante en el número de egresados, que son 2.158 y 1.472 respectivamente, lo que equipara la cantidad de profesionales graduados provenientes de instituciones públicas y privadas en el mercado laboral.²⁵⁶

La formación de posgrado aparece hacia fines del siglo XX y se concentra en Buenos Aires, distrito en el que están los medios más grandes del país, con tres de los cuales están asociadas universidades privadas en la maestría.²⁵⁷ La baja tasa de graduación del campo de comunicación se

256 Ministerio de Educación, Secretaría de Políticas Universitarias, *Anuario de estadísticas universitarias* 2011, en <http://informacionpresupuestaria.siu.edu.ar/DocumentosSPU/Anuario%20de%20Estad%C3%ADsticas%20Universitarias%20-%20Argentina%202011.pdf>.

257 Hay tres universidades privadas que ofrecen programas en alianza con diarios de Buenos Aires: la “Maestría en periodismo” de la Universidad de San Andrés con el diario *Clarín*; la “Maestría en periodismo” de la Universidad Di Tella más diario *La Nación* junto con el *Corriere della Sera* y *El País* (ambas acreditadas en 2001); y la Maestría en Periodismo de Investigación de la Universidad del Salvador con el diario *Perfil* (acreditada en 2011). Más vinculadas con lo académico, hay una oferta en universidades públicas, como la y la Carrera de Especialización en Planificación y Gestión del Periodismo de la Universidad de Buenos Aires (creada en 2004, acreditada en CONEAU en 2011) y la Maestría en Periodismo. Más amplia en la medida en que inscribe el periodismo en el campo más amplio de los medios, está la Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata

mantiene en los posgrados,²⁵⁸ que no son condición para ejercer la profesión. Antes bien, en un mercado precarizado, el posgrado suele ser un factor que el mercado no está interesado en pagar.

La propuesta educativa va del grado terciario a los estudios de posgrado y tiene una gran amplitud de enfoques profesionales y de conocimientos teóricos. Como ocurrió con la enseñanza del periodismo en Latinoamérica, el enfoque osciló entre el modelo profesional (pragmático-periodístico) y el cientista-humanista, más teórico. Estos enfoques que orientaron la enseñanza del periodismo en Argentina están presentes en los dos extremos que marcan la polémica. El modelo pragmático marcó el inicio de la enseñanza de la profesión periodística en instituciones como el Instituto Grafotécnico de Buenos Aires, que apareció en 1934, y en el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica, de 1952, y es el que predomina en la enseñanza privada.

Frente a esta corriente se ubica el modelo académico, que aparece con fuerza en los años setenta y postula el comunicador como científico social, teoricista, con una fuerte crítica a las prácticas mediáticas masivas. En esta corriente se inscribe la primera Facultad de Periodismo y Comunicación Social, nacida en 1934 de la Escuela Argentina de Periodismo del Círculo de Periodistas y que es parte de la Universidad Nacional de La Plata. Su propuesta de periodismo considera que debe tener una clara adscripción política, que hizo patente cuando en 2012 el Consejo Directivo²⁵⁹ decidió imponer a la sede el nombre de Presidente Néstor Kirchner y cuando asignaron el premio Rodolfo Walsh a la libertad de expre-

(acreditada en 2004). Recientemente se han creado especializaciones en periodismo documental (Universidad de Tres de Febrero) o en comunicación pública de la ciencia y periodismo científico (Universidad Nacional de Córdoba).

258 Según surge del listado de tesis aprobadas del programa de posgrado en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, cohortes 2005-2006 en adelante, la lista de graduados no supera la decena. En <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/Tesis-aprobadasperiodismo.xls> [consultado 16/9/2014].

259 Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, “Inauguran hoy el edificio Néstor Carlos Kirchner”, comunicado de prensa, s/d, en <http://www.perio.unlp.edu.ar/node/1930>.

sión a los presidentes Hugo Chávez²⁶⁰ (2011), Rafael Correa (2012), Evo Morales²⁶¹ (2013) y Cristina Fernández (2014).²⁶² Florencia Saintout, decana desde 2010, destaca “la fuerte impronta de Néstor Kirchner en la casa de altos estudios” y presenta la cátedra en la que participaron los mandatarios premiados diciendo que “se inscribe en el marco de una tradición que recupera las matrices de pensamiento nacionales y populares. Inspirada en los principios de participación efectiva que enlaza los espacios académicos con los proyectos emancipatorios [*sic*], cuestionando la separación entre la academia y las luchas de los pueblos”.²⁶³

Esta diversidad de enfoques en la enseñanza de la profesión se refleja en una falta de definición del campo de investigación, que explica que existan muy pocos estudios locales sobre periodismo. En los treinta años del período democrático que empezó en 1983 no se produjeron más de una decena de estudios sobre factores de influencia en la profesión, de los que solo tres consideran una muestra nacional (Amado, 2012b). El primero de estos estudios fue publicado en 1996 y después de 2003 solo se publicaron las tres encuestas del Foro de Periodismo Argentino (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011, 2014; Foro de Periodismo Argentino & Giacobbe y Asoc., 2005) y un estudio sobre los periodistas y su interacción con las empresas que llevó adelante la Universidad Austral (Pizarro, Muller, Ghelfi & Mitidieri, 2008). Algunas consul-

260 Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, “Hugo Chávez recibió el Premio Rodolfo Walsh en la Facultad”, comunicado de prensa, s/d, en <http://www.perio.unlp.edu.ar/node/1035>.

261 Agencia Nova, “Evo Morales visitó La Plata: ‘Los pueblos somos víctimas de los grandes medios de comunicación’”, 16/10/13, en <http://www.florenciasaintout.com.ar/evo-morales-visito-la-plata-los-pueblos-somos-victimas-de-los-grandes-medios-de-comunicacion-agencia-nova/> [consultado 16/9/2014].

262 Agepeba, “Saintout le entregó a Cristina el Premio Rodolfo Walsh a la libertad de expresión”, 9 de abril 2014, en <http://agepeba.org/lectura.asp?id=11047> [consultado 16/9/2014].

263 Agencia Nova, “Evo Morales visitó La Plata: ‘Los pueblos somos víctimas de los grandes medios de comunicación’”, 16/10/13, en <http://www.florenciasaintout.com.ar/evo-morales-visito-la-plata-los-pueblos-somos-victimas-de-los-grandes-medios-de-comunicacion-agencia-nova/>.

toras hicieron indagaciones sobre ciertas opiniones de periodistas sobre el clima social y político de los últimos años y la academia aportó algunos estudios de caso y de análisis discursivo de noticias que no permiten determinar la cantidad de trabajadores de prensa y sus perfiles profesionales y demográficos. El profesor Arrueta analizó que con el cambio de siglo “el periodista fue epicentro de discusiones fuertemente mediatizadas que tuvieron una intensidad inédita en el país. Sin embargo, aclaró, ese interés ‘incipiente’ por conocer las condiciones de producción de las noticias y las condiciones laborales de los periodistas “no significó luego un correlato de investigaciones con base empírica. Es más, es claramente notoria esa ausencia si uno compara la densidad de estudios norteamericanos y europeos con los producidos en Argentina y América Latina” (citado en Amado, 2012b, p. 117). El aporte científico de la Argentina en los estudios de periodismo es muy bajo, por debajo del 3% de los estudios publicados entre 1960 y 2007 en Iberoamérica (Mellado, 2010, p. 131), lo que confirma también la dificultad para establecer categorías o modelos de análisis, que carecen de correlato empírico y estudios sostenidos en el tiempo.

3.2.2 Incertidumbre laboral

El inicio de este siglo encontró a los periodistas argentinos en una frágil situación profesional, con uno de cada tres trabajadores de prensa sin estabilidad laboral, según estimaba uno de los gremios de Buenos Aires entre 1998 y 2002 (De Miguel, 2005, p. 15). Para entonces, el sector llevaba varias décadas sin paritarias, que no se realizaban desde 1975, dejando que la negociación salarial quedase librada a cada empresa. Recién en 2012 se definieron las del rubro gráfico en un contexto de muchas de las protestas sectoriales organizadas por fuera de los gremios, con movimientos autoconvocados de delegados y comisiones internas de distintos medios. La bajísima representación sindical, estimada en menos del 10% de los trabajadores de los medios, se agrava por el hecho de que muchas conducciones se perpetúan desde hace décadas, lo que ha llevado a cuestionar su legitimidad en la justicia y en el Ministerio

de Trabajo por irregularidades en los procesos eleccionarios, como es el caso de la UTPBA,²⁶⁴ en su momento uno de los más grandes en cantidad de afiliados.

Esta retracción del mercado, que se aceleró luego de la crisis económica de 2001, prohió la figura de un periodista multifuncional que trabaja para varios medios y en diferentes especialidades y puede absorber tareas tan diversas como diagramación, corrección, producción multimedia y gestión comercial.²⁶⁵ También habilitó nuevas formas de contratación, no solo precarizando las condiciones laborales sino convirtiendo al periodista empleado en proveedor eventual de servicios facturados. Este factor debilitó el poder de los periodistas como colectivo, que se pusieron a competir por contratos y anunciantes unos con otros, situación que le dio al financiador un peso mayor en el sistema.

En el país no hay datos que permitan estimar la cantidad de periodistas en ejercicio, por lo que mucho menos se conoce la cantidad de profesionales y su perfil laboral (Amado, 2012b), aunque se reconoce una creciente cantidad de profesionales que se insertan en tareas de comunicación corporativa. La maestría Di Tella/La Nación informa que un 10% de los graduados se desempeña en oficinas de prensa “de embaajadas, organismos internacionales, ONG y empresas”, casi la misma

264 En su página web, la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires indica que “la conducción fue elegida en las elecciones realizadas los días 28 y 29 de septiembre de 2010 con un mandato de tres años” y a octubre de 2014 no estaba actualizada, en <http://utpba.org/comision-directiva>.

265 La ley que rige la profesión (N°12.908), conocida como Estatuto del Periodista, fue sancionada en 1946, define en su art. 2 como “periodistas profesionales a las personas que realicen en forma regular, mediante retribución pecuniaria, las tareas que le son propias en publicaciones diarias o periódicas y agencias noticiosas”. La ley 15.532 de 1960 incorporó como “colaborador permanente” a los que realizan la misma tarea a destajo por más de 24 colaboraciones al año, caso en el que pasan a gozar de los beneficios sociales y jubilatorios de un periodista profesional. Pero esta el contrato dejó hace mucho de definir quién es periodista porque una buena parte ejerce su profesión por fuera de estas características.

proporción que lo hace en medios digitales.²⁶⁶ Entre los profesionales y docentes de periodismo se cuestiona al profesional que se desempeña fuera de los medios, como muestra la política de la asociación Fopea, que no los acepta como socios plenos. Sin embargo, lo cierto es que no solo la comunicación atrae a los periodistas con mejores condiciones laborales, sino que incluso es frecuente la simultaneidad de tareas, que es regla en las localidades del interior (Amado, 2012c; Arrueta, 2010). En este siglo se consolidaron las áreas de prensa en el sector público, especialmente a partir de 2011, que devinieron agencias de noticias institucionales. Del Poder Ejecutivo nacional dependen varias agencias de noticias institucionales y canales de YouTube, a lo que se suman los portales noticiosos de cada administración provincial y municipal (ver Anexo Cap. 2). Si se consideran los montos asignados en el presupuesto nacional, para 2014 la suma de los programas y dependencias destinados a la comunicación presidencial ascendió a U\$S609 millones, mientras que el monto para el sistema de medios estatales, incluyendo RTA, Télam, AR-SAT y TDA, es de U\$S769 millones.²⁶⁷ El presupuesto 2015 prevé un aumento del 16% de esa suma. Los recursos de las áreas de prensa de los organismos nacionales y locales pueden superar en recursos y personal los de los medios. Para tener una referencia, según surge de los estados contables del Grupo Clarín, el principal grupo de medios del país, en 2013 los ingresos por publicidad de la empresa que maneja las publicaciones impresas, Arte Gráfico Editorial Argentina, ascendió a U\$S93 millones y en Artear, la productora de contenidos audiovisuales, a U\$S220 millones.²⁶⁸

266 Información institucional de la página de la maestría, http://www.utdt.edu/listado_contenidos.php?id_item_menu=18090.

267 Gabriel Ziblat, “Habrá más fondos para el ‘relato’ que para viviendas”, diario *Perfil*, 26/9/14, en <http://www.perfil.com/politica/Habra-mas-fondos-para-el-relato-que-para-viviendas---20140926-0089.html>. Cálculo sobre la base del dólar oficial, en http://www.bna.com.ar/bp/bp_cotizaciones_historico.asp [consultado 19/10/2014].

268 Grupo Clarín, estado contable a 2013, en <http://www.grupoclarin.com/IR/files//Estados-Contables/2013/GCSA%2012%20-%202013%20-%20EEFF%20-%20LSE%20Espa%C3%B1ol.pdf>.

En este sentido, resulta más funcional para entender los espacios donde se desarrolla el periodista la definición que usan los informes de la Relatoría para la Libertad de Expresión de la CIDH,²⁶⁹ que incluye la producción de información más allá del espacio tradicional de los medios masivos:

... periodistas son aquellos individuos que observan, describen, documentan y analizan acontecimientos, declaraciones, políticas y cualquier propuesta que pueda afectar a la sociedad, con el propósito de sistematizar esa información y reunir hechos, análisis y opiniones para informar a sectores de la sociedad o a esta en su conjunto. Una definición de esta índole incluye a quienes trabajan en medios de información y al personal de apoyo, así como a quienes trabajan en medios de comunicación comunitarios, a los y las “periodistas ciudadanos/as”, y a otras personas que puedan estar empleando los nuevos medios de comunicación como instrumento para llegar al público, así como a formadores de opinión que se tornan un blanco por el ejercicio de su derecho a la libertad de expresión”. (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013, p. 1)

Las tendencias globales de flexibilización e inestabilidad laboral, con una reducción masiva de personal y de recursos económicos en las redacciones (Waisbord, 2012, p. 7), empuja a los trabajadores a aceptar trabajos como *free lance*, o de medio tiempo, o a desarrollar emprendimientos laborales por fuera de los tradicionales contratos con un medio. Una encuesta realizada en 2012 por una agrupación gremial indicaba que la mitad de los encuestados reconocía publicar como colaborador porque no conseguía trabajo en relación de dependencia, y siete de cada diez cobraba por nota publicada sin garantía de un mínimo de ingresos mensuales (Colectivo de Trabajadores de Prensa, 2012).²⁷⁰ Solo uno de cada diez reconocía recibir de la empresa

269 Ver Naciones Unidas. Asamblea General. Informe del relator especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión, Frank La Rue. A/HRC/20/17. 4 de junio de 2012. Párr. 4. Disponible para consulta en: http://ap.ohchr.org/documents/dpage_s.aspx?m=85; Naciones

270 Colectivo de Trabajadores de Prensa. (2012), “Las cifras de la precarización”, Buenos Aires, en <http://colectivodeprensa.blogspot.com.ar/2012/06/encuesta-del-ctp-radiografia-de-la.html> [consultado 16/9/2014].

herramientas de trabajo o viáticos para realizar la nota, lo que descarta la posibilidad de realizar investigación periodística. También señalaba que las empresas periodísticas evitan superar el número anual de colaboraciones que marca la ley para mantener la contratación como eventual.

Hacia adentro de las redacciones, estas nuevas circunstancias no solo significaron aumento de horas de trabajo y de tareas y recortes en los recursos que aflojaron los procedimientos que garantizaban la calidad de la información, como el chequeo, la consulta a múltiples fuentes o el impulso de investigaciones periodísticas. También, y lo que es crítico en cuanto a la influencia de las fuentes, los periodistas se volvieron más dependientes de subsidios informativos como recursos y viáticos para la realización de notas que las involucran, así como de los contenidos que se producen en las oficinas de prensa de los distintos organismos. Esta dependencia es mayor cuando no se permite el acceso a la prensa a los actos oficiales y el único material disponible es el producido por la fuente, como ocurre con las noticias del gobierno nacional. Estas gacetillas oficiales se replican en la agencia de noticias estatal Télam y en el noticiero de Canal 7, o el sistema Argentina en Noticias, por el cual se pauta en medios comerciales la inserción de un micro de noticias institucionales. De ahí, las declaraciones de los funcionarios y sus imágenes pasan a todo el sistema de medios.

La encuesta de 2014 del Foro del Periodismo Argentino señala como el principal problema de los periodistas de Buenos Aires la escasez de infraestructura y recursos de los medios (42% de las respuestas). En el resto del país es el segundo problema después de la dependencia de la publicidad oficial, con casi la mitad de las respuestas. El tercer problema, con un cuarto de respuestas en todos los distritos, es el nivel salarial, seguido de cerca por la falta de rigor y de capacitación, las presiones políticas y el temor a perder el empleo.

Estas condiciones hablan de la precariedad en que se desarrolla la tarea periodística y explican el desarrollo de un sistema de autogestión. La modalidad de contratación más flexible de los medios y la tercerización casi completa de sus producciones propició una economía de medios de

pequeños contribuyentes que se consolidó con los pequeños medios como las radios comunitarias, las radios FM zonales, los canales de cable locales, las páginas *web* y los *blogs*. Esto favoreció el crecimiento del sistema de explotación comercial de espacios en medios, que es regla incluso en los de gestión estatal, que tercerizan en productoras privadas la producción de contenidos y el financiamiento publicitario.

3.2.3 *Periodismo empresario: nuevos ricos y viejos pobres*

El mercado de medios de Argentina está signado por una paradoja estructural dada por la fuerte intervención estatal pero a la vez carencia de políticas de Estado que promuevan y garanticen el interés público (Mastrini & Becerra, 2011, p. 54). La reforma de la Constitución Nacional de 1994 permitió el ingreso del capital extranjero y habilitó una creciente concentración del mercado y la formación de grupos multimédios. Así, el diario *Clarín* se convirtió en uno de los principales multimédios de habla hispana y Telefónica de España consolidó una fuerte presencia en televisión y redes digitales. Hacia 2000, los primeros cuatro operadores concentraban el 73% de la facturación y el 78% del dominio de mercado de medios (Becerra & Mastrini, 2009, p. 73), participación que aumentó para 2004 al 84% y al 83%, respectivamente. Una de las consecuencias de la concentración económica es que reforzó barreras de entrada al mercado de medios al poner condiciones que solo pueden cumplir grandes operadores. Las exigencias de capital de una industria que necesitaba expandirse y hacer frente a la renovación tecnológica facilitó el ingreso de grupos del mercado financiero en la última década del siglo XX (como CEI-Citicorp Equity Investments, a través del cual ingresó el banquero Raúl Moneta; HTF&M-Hicks, Tate, Furst & Muse; Goldman Sachs). En la primera década del siglo XXI, el cambio de condiciones internacionales concentró las alianzas de la política con empresarios locales, que permitió que emprendimientos periodísticos se consolidaran en grupos mediáticos como Vila-Manzano, Daniel Hadad; y que ingresaran al mercado mediático actores de otras industrias como Sergio Szpolski, Matías Garfunkel, Cristóbal López y Electroingeniería en este siglo. Estos grupos crecieron

gracias a controles laxos en las ventas y transferencias de licencias, exenciones impositivas, autorizaciones provisorias, concesión de licencias sin concurso, asignación de pauta oficial, como principales factores de patrimonialismo mediático. Esta política de favorecer a ciertos grupos con los que se mantiene un sistema de favores recíprocos se puso en evidencia en el incumplimiento de normas y el laxo control para ciertos prestadores.

El esquema de negocios de estos grupos se basa en un sistema de alquiler de espacios a producciones independientes del medio, que se encargan de la producción y la búsqueda de anunciantes. En muchos casos son los periodistas los beneficiarios directos de la pauta publicitaria tanto estatal como privada, base principal del financiamiento del espacio. Sólo en Buenos Aires hay una decena de canales de cable y más de veinte radios que funcionan con el esquema de alquiler de sus espacios a productoras periodísticas que gestionan su producción (Acción por los Derechos Civiles [ADC], 2008b, p. 161). Los periodistas son los que asumen los costos del programa y negocian directamente con los auspiciantes, muchos de los cuales apoyan estos programas de bajo costo y reducido alcance en función de la pertenencia del periodista a un medio más relevante. A su vez, la modestia de recursos de estos emprendimientos los hacen más dependientes del material que ofrece la fuente, que en muchos casos coincide con el auspiciante.

Ya desde fines del siglo pasado se había institucionalizado la figura del periodista emprendedor y el eufemismo de publicidad no tradicional para aludir al pago por difusión en formatos distintos a los avisos tradicionales que por extensión designa “los favores a empresarios o políticos encubiertos como periodísticos” (Anguita, 2002, p. 101). La Ley 26.522 solo menciona en dos ocasiones la figura del periodista en tanto productor de contenidos y habilita la publicidad no tradicional como base de la producción audiovisual en un sistema que intenta estimular la participación de organizaciones de la sociedad civil (art. 4). Y mientras la ley impone que la publicidad tradicional debe ser advertida a la audiencia con placas que señalan el inicio del espacio publicitario y respetar un límite de minutos por hora, la publicidad no tradicional no tiene ninguna restricción horaria ni debe ser advertida.

La creación de varias señales de noticias de 24 horas se explica en gran medida porque muchos de sus contenidos son producidos por los anunciantes que además pautan su inserción como parte sustancial de la programación. Justamente por ese formato particular es difícil rastrear los montos asignados, pero sí pueden verse micros y programas identificables como institucionales de reparticiones públicas. Las planillas de distribución de publicidad oficial de la Secretaría de Medios del gobierno de Néstor Kirchner ya permitían inferir una distribución a señales televisivas sin que pudiera comprobarse la emisión de avisos (O'Donnell, 2007, p. 51), como era el caso de Crónica TV (fundada en 1994), que competía con Todo Noticias (Grupo Clarín, 1993) y Canal 26 (Grupo Pierri, 1996), primeras señales de noticias de cable. A ese canal se sumó C5N (fundado por Daniel Hadad en 2007, adquirida en 2012 por el Grupo Indalo); CN23 (Grupo Veintitrés de Szpolski y Garfunkel, en 2010); 360TV (Electroingeniería, creada en 2011). Todos estos grupos están dentro de los diez grupos más beneficiados con pauta oficial. A ello se suma la señal internacional Telesur, creada en 2005 con financiamiento gubernamental.²⁷¹ Estos canales de reciente aparición no solo tienen como principal financiamiento publicidad gubernamental, sino que su inclusión en la grilla central de canales fue una cuestión prioritaria para la autoridad de aplicación, que incluso llevó a la justicia.²⁷² En la demanda se peticionaba por la inclusión de señales como Argentinísima Satelital y QM Noticias, del poco conocido grupo Infocielo, del que, aunque tiene varios medios en Buenos Aires, no se conoce con certeza su composición propietaria a pesar de la obligatoriedad legal de informarla.²⁷³

271 Financiada por Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Venezuela.

272 “Sabbatella querelló penalmente a Cablevisión por no cumplir con la grilla de señales”, cable 15/8/14, Agencia Télam, en <http://www.telam.com.ar/notas/201408/74737-sabbatella-querello-penalmente-a-cablevision-por-no-cumplir-con-la-grilla-de-senales.html> [consultado 16/9/2014].

273 El grupo Infocielo comenzó recibiendo \$270 mil en el segundo cuatrimestre de 2009 por publicidad oficial del PEN, que subió hasta \$1.829.259 en el primer semestre de 2013, el último informado por la Jefatura de Gabinete de Ministros a marzo de 2014. José Crettaz, “De 1 a 400 millones de pesos: los mayores beneficia-

Las políticas públicas de protección a ciertos medios y de estímulo financiero a través de pauta publicitaria o de fondos de fomento para la producción de contenidos no tuvieron correlato con medidas de protección a la actividad periodística o que garantizara los derechos de acceso a la información. Antes bien, mientras el gobierno alegaba que actuaba en defensa de la pluralidad de voces cuando tomaba medidas relacionadas con la Ley 26.522, lo hacía desde el punto de vista de los licenciarios de medios audiovisuales, que es lo que regula esa ley. Los medios informativos gráficos, sean impresos o en internet, quedaron fuera de la discusión legal y los periodistas no tuvieron ningún avance en sus derechos laborales o sindicales. Con excepción del cumplimiento de la recomendación de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de adecuar el Código Penal a los estándares de esa comisión en relación con los delitos contra el honor de las personas, conocidos como delitos de calumnias e injurias (Ley 26.551 de 2009), no hubo medidas concretas de protección a la labor periodística. Antes bien, muchos funcionarios hostigaron abiertamente al periodismo desde sus discursos o pusieron obstáculos para el desarrollo normal de su tarea.

El problema de la pauta publicitaria oficial es que su crecimiento hizo aumentar el peso específico del financiamiento estatal en los medios y, de manera indirecta, hizo más dependiente de estos fondos la continuidad laboral de los periodistas. Si se considera el gasto publicitario de todas las administraciones públicas, se comprueba que los gobiernos constituyen una porción principal en el financiamiento de los medios (Becerra, 2011). Más de la mitad de la pauta publicitaria nacional se destina a medios de baja circulación, que el gobierno justificó como un estímulo a los medios en los casos judiciales en donde se reclamó la quita de esa asignación a prensa crítica (Amado, 2010, p. 75 y ss). En muchos casos, la pauta contrata servicios de publicación de notas o representan para el anunciante alguna contraprestación periodística, como entrevistas o difusión de gace-

rios de la pauta oficial 2009-2013”, diario *La Nación*, 31 de marzo de 14, en <http://www.lanacion.com.ar/1675842-de-1-a-400-millones-de-pesos-los-mayores-beneficiarios-de-la-pauta-oficial-2009-2013>, [consultado 16/9/2014].

tillas. Se trata de publicidad derivada en organismos públicos descentralizados sin comprobante de pauta, como la propia Presidente reconoció en una cadena nacional en alusión a contratos de varios millones que se pagaban a periodistas y publicidad no tradicional, que definió de una manera sencilla: “¿Cuál es la publicidad no convencional? Obviamente no es la que ustedes ven por la televisión; son facturas que se pagan como publicidad pero la publicidad no aparece”.²⁷⁴ Antes, en 2008, el interventor de Aerolíneas Argentinas presentó una lista de periodistas que cobraban de la empresa sumas no imputadas al concepto publicidad.²⁷⁵ Sin embargo, ni en esa oportunidad ni en 2005 se dio a conocer una planilla de periodistas beneficiados por dineros del Ministerio de Planificación, que, según la nota, respondía a que “el propio Estado utiliza cajas negras para promocionar su gestión”.²⁷⁶ En ese momento el área de prensa estaba a cargo de Alfredo Scoccimarro, que después sumó la vocería de Néstor Kirchner cuando dejó la presidencia, para luego asumir en 2009 como subsecretario de Medios de Comunicación y Contenidos de Difusión cuando el gobierno nacional decidió disolver la Unidad de Comunicación Presidencial,

274 “Inauguración de la planta de Hidrotratamiento de Gasoil de YPF: palabras de la Presidenta de la Nación”, transcripción del discurso publicado en <http://www.presidencia.gob.ar/discursos/26029-inauguracion-de-la-planta-de-hidrotratamiento-de-gasoil-de-ypf-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>. La acusación de la Presidente al periodista Bonelli, del diario *Clarín*, fue replicada por los programas oficialistas que produce Gvirtz con el título genérico de corrupción del periodismo: “Informes 678: Cristina le pega a Bonelli”, en <http://youtu.be/pOTzSeBjXbU>; “TVR - El debate que falta: Corrupción en el periodismo. El caso Bonelli”, 11 de agosto de 2012, en <http://youtu.be/Y-uQuBkzU9E>.

275 “Uno de los hallazgos del interventor oficial fue una nómina de periodistas de radio y televisión a los que Aerolíneas Argentinas pagaba casi medio millón de pesos mensuales. Entre ellos hay algunos denunciantes profesionales de la ineficiencia y corrupción del Estado en contraste con la perfección de la empresa privada, de la blandura judicial contra la delincuencia y del manejo de la publicidad oficial. Encabezan la lista Marcelo Longobardi, con 30.000 pesos mensuales, Chiche Gelblung, con 21.000, y González Oro, con 10.000. La primera columna del documento no dice publicidad, ni programa, sino periodistas”, Horacio Verbitsky, “Señales de vida”, diario *Página 12*, 24 de agosto de 2008, en <http://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-110258-2008-08-24.html> [consultado 16/9/2014].

276 “Caja negra”, suplemento “El observador”, diario *Perfil*, 18/09/2005, pp. 2-4.

que estaba a cargo de Miguel Núñez, y transfirió sus funciones a la actual Subsecretaría.²⁷⁷ La particular trayectoria del funcionario no solo muestra ese nuevo perfil que combina periodista con gestor de comunicación, sino que indica que la modalidad no es una novedad para quien maneja la comunicación de gobierno.²⁷⁸

Esta práctica se conoce en el mercado como acuerdos de “buena voluntad” (*good will*) entre un auspiciante y un medio, que consisten en contraprestaciones distintas a la pauta de avisos, como pueden ser tratamiento preferencial en las noticias, difusión de mensajes institucionales más o menos velados, entre otros. En las empresas esta pauta está a cargo de los departamentos de relaciones institucionales, dado que su distribución no depende de los parámetros publicitarios sino de auspicios asignados por criterios diferentes. Varios directores de empresas de primera línea confirmaron, con pedido de reserva de su nombre, que eso existe pero que representa una ínfima parte de la pauta publicitaria comercial, que en el ámbito privado debe respaldarse con monitoreos de audiencias y comprobantes de emisión. La práctica del Estado es incluir sin discriminación los auspicios y la publicidad no tradicional en la pauta publicitaria general, en la que conviven medios conocidos con productoras con nombres de fantasía que es imposible identificar, a la vez que

277 “Alfredo Scoccimarro continuará al frente de la Subsecretaría del área”, diario *Tiempo Argentino*, 12 de enero de 2011, en <http://tiempo.infonews.com/nota/107415/alfredo-scoccimarro-continuara-al-frente-de-la-subsecretaria-del-area> [consultado 16/10/2013].

278 Los antecedentes del funcionario dan cuenta de este perfil profesional que combina periodismo y comunicación, ya que tuvo un breve paso por agencias de noticias mientras desarrolló programas sobre temas de infraestructura y transportes como productor y conductor, con financiamiento de varias empresas del sector. Luego tuvo una consultora de comunicación vinculada a empresas de transporte, asociado con Jorge Molina, que trabajaba para el Grupo Marsans, que administraba Aerolíneas Argentinas, desde donde pasó a la función pública como jefe de prensa desde una dependencia del Ministerio de Planificación. Diego Cabot, “Alfredo Scoccimarro, la mano que mece la pauta oficial”, diario *La Nación*, 15 de febrero de 2009, en <http://www.lanacion.com.ar/1099740-alfredo-scoccimarro-la-mano-que-mece-la-pauta-oficial> [consultado 16/9/2013].

muchos emprendimientos periodísticos que cuentan con auspicios de Presidencia de la Nación no aparecen en el listado que publica la Jefatura de Gabinete de Ministros.

Entre los que han recibido estos dineros en estos años se conoce también como “pauta en *off*”, justamente por tratarse de publicidad no declarada como tal. La principal ventaja de este recurso no está en su eficacia, en tanto que, declarado o no, las audiencias perciben la naturaleza interesada de estos mensajes, sino que quedan por fuera de los topes publicitarios por hora que establece la Ley 26.522 en tanto aparecen por fuera de lo que se tipifica como espacio publicitario. Además, suelen quedar fuera de la rendición de porcentajes que el productor del espacio acuerda con el canal por emisión de pauta publicitaria en las tandas.

Esta práctica está en la base del gasto publicitario estatal destinado a medios que no pueden justificar llegada a ciudadanos ni emiten comprobantes de emisión de pauta, que es la base del financiamiento de emprendimientos periodísticos (Amado, 2010b; Becerra, 2011). La falta de transparencia de este sistema hace recaer sospechas sobre el periodismo en general y ciertos periodistas en particular que fueron acusados expresamente por funcionarios, sin que se brindaran aclaraciones sobre la responsabilidad del Estado al contratar este tipo de servicios.

El tema de la pauta oficial se vuelve relevante para el periodismo en la medida en que es mencionada como uno de los principales factores de influencia. El 69,5% de los periodistas entrevistados en la encuesta de Fopea de 2005 señaló una fuerte influencia del departamento comercial en sus redacciones. La encuesta de 2011 mantiene esta proporción, especificando que el 39% señalaba como problema la dependencia de la pauta gubernamental y el 12%, la publicidad privada, porcentajes que en 2014 se acercan a 25% y 19% respectivamente (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2011, 2014; Foro de Periodismo Argentino & Giacobbé y Asoc., 2005). Entre 2011 y 2014, la influencia percibida del departamento comercial pasó de 48% a 60%. En el caso del financiamiento oficial no puede desconocerse que “por la centralidad del Estado en las

decisiones, el lugar que ocupan los medios en la vida social y la persistencia de la crisis económica, algunos periodistas asumen como natural recibir prebendas, aceptar enfrascados u operaciones de prensa sin procurar resistencia alguna o bien, ubicar a los anunciantes en lugares de privilegio” (Arrueta, 2010, p. 224).

A ello se suma la superposición de tareas de periodistas que offician de jefes de prensa, en muchos casos en simultáneo. No solo hay periodistas que trabajan para un medio y prestan asesoramiento de comunicación para alguna fuente, sino que las áreas de prensa han incorporado muchos periodistas tanto en su equipo como proveedores de contenidos y publicaciones. Aunque faltan estudios locales sobre los factores de influencia en la tarea cotidiana de los periodistas, algunos informes permiten inferir el impacto que las fuentes gubernamentales tienen en la información.

Un estudio sobre las fuentes utilizadas en los noticieros²⁷⁹ de tres canales de televisión abierta muestra que las fuentes oficiales públicas son las más consultadas. La mayor diferencia es que mientras los privados incluyen mayor diversidad de fuentes y voces de expertos, en el noticiero estatal no solo prevalecieron las fuentes gubernamentales sino que nueve de cada diez opiniones apoyaron la posición del gobierno nacional. El predominio de las fuentes gubernamentales también fue señalado por un informe de la autoridad de aplicación de la ley audiovisual, elaborado a raíz de una denuncia presentada en el organismo.²⁸⁰ El informe señala que las fuentes gubernamentales triplican a cualquier otra fuente política en todos los noticieros, lo que muestra que, más allá de la posición ideológica de cada canal, el peso de la voz oficial es mayoritario en todos.

279 Lidia De La Torre y Hernán Pajoni (2014), “Los noticieros de la Ciudad de Buenos Aires en la cobertura del dictamen de constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”, informe del proyecto ICOS, Universidad Católica Argentina.

280 AFSCA, “Presunto incumplimiento objetivos RTA S.E.”, informe, febrero de 2013, en <http://www.defensadelpublico.gob.ar/Informe%20DAIM%20Pluralismo%20Pol%C3%ADtico%20en%20TV%202013.pdf>.

Con el agregado de que a pesar del esfuerzo que hace la Defensoría por excusar la labor del noticiero estatal, destinatario de la denuncia, los datos muestran una proporción para ese informativo de 197 fuentes ejecutivas y 90 parlamentarias del partido gobernante frente a una media de 3 para cualquiera de las demás fuerzas.

El especialista Martín Becerra señala que este desequilibrio en las fuentes se acentúa si se considera el resto de la programación, que “refuerza su subordinación al gobierno nacional con animadores, columnistas y entrevistados que, con pocas excepciones, activan en el oficialismo y con el envío diario del [programa] 6,7,8 que, con su estilo contrainformativo de exaltación militante, cuestiona toda perspectiva ajena a la versión oficial”.²⁸¹ El programa mencionado se convirtió en el espacio diario donde se defienden abiertamente las decisiones del gobierno y es uno de los pocos a los que asisten regularmente los funcionarios del Ejecutivo. Es también un caso que sirve de parámetro en tanto que el canal público cede a la hegemonía de la voz oficial siendo que está obligado por ley a “respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico” (art. 121, Ley 26.522). Las fuentes oficiales influyen en las noticias no únicamente por presión directa, por contratación de espacios, por el ascendiente que tiene el gobierno en los medios en su calidad de anunciante principal de buena parte de ellos, sino también porque intervienen directamente en el proceso de información en un contexto en que el periodismo ocupa un lugar subsidiario.

El caso de 6, 7, 8, programa de panelistas políticos muestra cómo el canal público cede sus espacios para la explotación de privados sin transparencia de los montos que perciben por publicidad oficial ni las condiciones de contratación de los periodistas que trabajan en el ciclo. Y también ilustra las dificultades para acceder a esa información desde el periodismo. La productora PPT solo reveló uno de los contratos que

281 Martín Becerra, “Noticieros de tevé: lejos del pluralismo”, diario *Perfil*, 6 de julio de 2014, en <http://www.perfil.com/elobservador/Noticieros--de-teve-lejos--del-pluralismo-20140706-0034.html> [consultado 16/8/2014].

tiene con el canal después de que lo ordenó la Cámara en lo Contencioso Administrativo Federal, en respuesta a un pedido de información pública de Mariel Fitz Patrick. En diciembre de 2012 la periodista solicitó a la Jefatura de Gabinete de Ministros copia de los contratos celebrados entre Radio y Televisión Argentina SE y la productora “Pensado Para Televisión” de los años 2010, 2011 y 2012. El 17 de enero de 2013, la Jefatura de Gabinete le informó que para poder acceder a esa información debía demostrar un interés legítimo, a raíz de lo cual presentó una acción de amparo contra el Poder Ejecutivo Nacional el patrocinio de la Asociación por los Derechos Civiles.²⁸² La productora recién en noviembre de 2013 presentó un contrato del 1/12/11 al 30/4/12 en su medio digital, informando que se trataba de un contrato tipo, sin que se conocieran los contratos posteriores.²⁸³

3.2.4 Medios poderosos, periodismo débil

Los argumentos oficiales contra los medios giraban alrededor de la concentración del mercado y de ahí que su principal objetivo reformista fuera la empresa multimédios más consolidada del país. Martín Sabbatella, titular del organismo de aplicación de la ley audiovisual, acusaba al Grupo Clarín de maniobras “[p]ara obtener grandes rentabilidades en el mundo de la comunicación audiovisual y manipular la opinión pública, condicionar el rumbo del país y extorsionar a los poderes públicos como lo hicieron durante tantos años. Eso es lo que ellos querían defender, el rol de esa posición dominante para desde ahí defender los intereses económicos concentrados de la Argentina”.²⁸⁴

282 Acción por los derechos civiles, “Demanda contra el Estado para acceder a los contratos de la tv pública”, 4/3/13, en http://www.adc.org.ar/976_demanda-contra-el-estado-para-acceder-a-los-contratos-de-la-tv-publica/.

283 “Diario Registrado muestra los contratos de 6,7,8”, *Diario Registrado*, 12 de noviembre de 2013, en <http://www.diarioregistrado.com/sociedad/82304-diario-registrado-muestra-los-contratos-de-6-7-8.html> [consultado 16/7/2014].

284 Miguel Russo, entrevista a Martín Sabbatella, “No creo en un futuro donde haya pasos atrás”, periódico *Miradas al sur*, 30 de agosto 2014, en <http://sur.infonews.com/nota/713/no-creo-en-un-futuro-donde-haya-pasos-atras> [consultado 16/9/2014].

Sin embargo, este discurso oficial acerca del poder económico de los medios no fue acompañado por ninguna medida de protección a la fuerza laboral de este sector, que llevaba varios años dando evidencias de una creciente precariedad laboral. Antes bien, el fallo de la Corte Suprema²⁸⁵ que desestimó la demanda del Grupo Clarín contra unos artículos de la Ley 26.522 habilitó el achicamiento de las plantas como una forma de adecuación a las nuevas condiciones. El argumento de defensa del grupo fue que la pérdida de escala que significaría la desconcentración que promueve la ley atentaría contra la sustentabilidad de los medios independientes, a lo que el tribunal argumentó que para evitar la pérdida de rentabilidad podría tomar medidas de ajuste, dentro de las que mencionaba expresamente la prescindibilidad de empleados.²⁸⁶

Más allá de los aspectos legales, las acciones del gobierno contra periodistas de medios fueron negativas de acceso a la información o protestas de la militancia del partido oficial, avaladas e incluso financiadas desde el gobierno, que señalan que en la discusión pública el poder consideró medios y periodismo un mismo actor social, como si el periodista tuviera la misma posición de poder relativa que el empresario mediático. El

285 Centro de Información Judicial, “La Corte Suprema declaró la constitucionalidad de la Ley de Medios”, 29/10/2013, en <http://www.cij.gov.ar/nota-12394-.html>.

286 Este aspecto fue objeto de protestas de la agrupación sindical La Naranja de Prensa: “La protesta de Clarín contra la Ley hizo hincapié en la necesidad de una ‘escala de negocio’ que pueda garantizar la sustentabilidad de los medios ‘independientes’. Es decir, que reclamaba poder mantener un monopolio como el de su medida o incluso mayor como única garantía de acceso a ‘la libre expresión’. La Corte rechazó este planteo señalando que ‘las restricciones al derecho de propiedad’ del Grupo Clarín ‘no ponen en riesgo su sustentabilidad y sólo se traducen en eventuales pérdidas de rentabilidad’. En defensa de esa ‘sustentabilidad’ de los medios es que la Corte en la página 46, inciso 32 de la sentencia, señala que: ‘A pesar de la reducción de la rentabilidad, la compañía puede restablecer el equilibrio en el flujo de fondos ajustando algunas variables, tales como prescindir de empleados en las regiones que dejaría de operar, incrementar los precios del servicio y reducir las inversiones de capital en forma proporcional a la disminución del tamaño de la empresa’”, en Julián Morcillo, “La ley de medios y los despidos en la TV”, 24 de septiembre de 2014, en <http://lanaranjatv.blogspot.com.ar/2014/09/la-ley-de-medios-y-los-despidos-en-la.html> [consultado 16/10/2014].

funcionario encargado de aplicar la sentencia descalificó una pregunta de un periodista de *Clarín* en una conferencia de prensa argumentando: “Usted no quiere preguntar nada del grupo Clarín porque trabaja ahí”,²⁸⁷ confirmando esta idea de que el periodista carece de autonomía con relación al medio en el que trabaja.

La diferencia entre periodistas y propietarios también se observa en que los principales grupos económicos que dirigen medios no provienen del periodismo, sino que se trata de empresas que crecieron a partir de sus contratos con el Estado. De hecho, incluso en el Sistema Nacional de Medios Públicos la mayoría de los cargos directivos no están ocupados por periodistas. Los últimos proyectos de medios impulsados por periodistas quizás sean los casos de Jorge Lanata, fundador del diario *Página 12* en 1987, de la revista *Veintitrés* en 1998 y el diario *Crítica* en 2008, y Daniel Hadad, que consolidó las bases de su grupo a partir del éxito de Radio 10, fundada en 1998. Los dos vendieron sus medios a empresarios de otros rubros. Lanata cedió el diario *Crítica* en 2009 a Antonio Mata, administrador de Aerolíneas Argentinas, y en 2012 Hadad traspasó sus medios, con excepción del portal infobae.com, al Grupo Indalo, grupo que comprende empresas petroleras, constructoras, alimentarias y bancos con base en la Patagonia.

Pero no solo los propietarios de medios no son periodistas sino que los periodistas no tienen instituciones que les permitan oponer un poder corporativo para enfrentar las decisiones empresarias. En Argentina existen dos asociaciones con personería gremial: la Federación Ar-

287 En línea con la idea de que el periodista carece de autonomía, en el intercambio con el periodista Alejandro Alfie, Martín Sabbatella agregó: “No te preocupés que vas a cumplir con la tarea que te encomendaron”, y cerró con la ironía: “Yo sé que ustedes tienen el monopolio de la palabra, pero podrías ir largando el micrófono”. “Un periodista de Clarín incomodó a Sabbatella y le ‘sacaron el micrófono’”, diario *Perfil*, 8 de octubre 14, en <http://www.perfil.com/politica/Un-periodista-de-Clarín-incomodo-a-Sabbatella-y-le-sacaron-el-microfono-20141008-0031.html> [consultado 16/10/2014].

gentina de Trabajadores de Prensa,²⁸⁸ que nuclea 34 filiales en distintas ciudades del interior del país, y la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires,²⁸⁹ para los trabajadores de la ciudad capital y la provincia homónima, los dos distritos donde se concentran los mayores medios del país y un 40% de la población. Sin embargo, esta organización tiene muy baja representatividad, con menos de un afiliado de cada diez trabajadores en los principales medios del distrito.²⁹⁰ Hace varios años que es cuestionada la conducción de la organización porteña por otras corrientes internas que impugnaron legalmente las últimas elecciones, por lo que su situación está pendiente de regularización por parte del Ministerio de Trabajo.

Para el sitio especializado Diario sobre diarios, fue el cuestionamiento público de las empresas periodísticas derivado de la discusión alrededor de las instancias judiciales del caso Clarín contra la aplicación de la ley de medios lo que habilitó el avance en el plano gremial.²⁹¹ Según el balance que el sitio hace anualmente, en 2012 se conformaron “nuevas comisiones internas, medidas de protestas en los medios de comunicación, ‘aplusazos’ solidarios; la incipiente organización de los colaboradores; varias jornadas en los matutinos porteños ‘sin firmas’ (el Día del Periodista); negociación paritaria conjunta; rápidas conciliaciones obligatorias

288 <http://www.fatpren.org.ar/>.

289 <http://www.utpba.org/sitio/que-es-la-utpba>.

290 El colectivo de prensa analizó los padrones de UTPBA y señaló que los medios con más afiliados eran Canal 7 con 149 de y AGEA-Clarín con 127 entre más de 2.000 empleados, así como medios importantes tenían muy pocos, como tres en *El Cronista Comercial* y dos en Radio Mitre. La agrupación denunció que el grueso de los afiliados viene de blogs y radios locales de dudosa composición. En “Fraude o muerte. La UTPBA en su laberinto”, 10 de febrero de 2014, en <http://colectivodeprensa.blogspot.com.ar/2014/02/fraude-o-muerte-la-utpba-en-su.html> [consultado 16/9/2014].

291 Diario sobre diarios, “De YPF al 7D pasando por las ‘cacerolas’ se partidizó la agenda”, 16 de diciembre 12, en <http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/4-de-ypf-al-7d-pasando-por-las-cacerolas-se-partidizo-la-agenda.php#.VDmOm-Pl5Ozo> [consultado 16/9/2014].

y numerosas asambleas”.²⁹² Ese año hubo elecciones internas en la agencia de noticias estatal Télam y en AGEA del Grupo Clarín, después de doce años. Estas medidas fueron impulsadas por delegados de diversas empresas de medios de Capital Federal que se organizaron por fuera de la estructura de los sindicatos en un plenario de delegados autoconvocados.²⁹³ Dado que desde 1975 los sindicatos no impulsaban negociaciones salariales, estos representantes se movilizaron para solicitar apertura a paritarias ante el Ministerio de Trabajo y las Cámaras empresarias.

Si bien se consiguió negociar paritarias para el gremio gráfico en 2012 y 2013 y se homologó el acuerdo salarial con la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas en 2014,²⁹⁴ los sindicatos no habilitaron una paritaria única, lo que confirma cómo los conflictos políticos hacia adentro de los gremios obstaculizan la defensa del conjunto de los trabajadores de prensa. Los distintos colectivos gremiales se manifestaron en los últimos años en las redes sociales, pero ninguna organización de las tradicionales tiene una convocatoria relevante, con excepción de la agrupación Colectivo de Prensa, que como @lasredacciones en Twitter supera los diez mil seguidores. Varias asociaciones agrupadas en la Confederación de Radios y Medios de Comunicación de la Argentina abogan por la aplicación de la Ley 26.522, pero se trata de propietarios de medios comunitarios y no de periodistas, cuya problemática no aparece en el sitio.²⁹⁵

Las iniciativas de la sociedad civil también delatan esta débil capacidad asociativa de la profesión, y contrastan con asociaciones empresaria-

292 *Ibíd.*

293 Nelson Marinelli, periodista y dirigente de la Agrupación Naranja de Prensa, brindó información en una entrevista.

294 Resolución 1.519/2014 del Ministerio de Trabajo, en http://utpba.org/sites/default/files/pdf/resol._1519-2014_mteyss_-_acuerdo_con_asociacion_de_radiodifusoras_privadas_argentinas.pdf.

295 Según informa en la página <http://www.lacorameco.com.ar/seccion/organizaciones.php>, la confederación incluye la Asociación de Radiodifusoras Bonaerenses y del Interior de la República Argentina.

rias fuertes. En 1995 un grupo de profesionales reconocidos por sus pares formó la Asociación Periodistas para responder a lo que expresaron como “las crecientes amenazas a la prensa y al periodismo independiente” (Asociación Periodistas, 2000). Desde 1997 publicaban anualmente el monitoreo de las denuncias de ataques a periodistas como miembros de la organización internacional IFEX.²⁹⁶ En 2004 la asociación se disolvió por divergencias internas a raíz de un episodio de levantamiento de una nota del periodista Julio Nudler en el diario *Página 12* que generó muchas críticas de parte de medios y periodistas. La nota en cuestión tenía imputaciones a dos altos funcionarios del gobierno y fue el primer episodio que puso en evidencia que la presión oficial en los medios empezaba a ser un tema de divergencia entre los periodistas. En su texto de renuncia, Tomás Eloy Martínez expresó: “Me parece inadmisibile el artículo editorial del miércoles 27 en *Página 12*, que arroja sombras sobre la buena reputación periodística de Nudler sin que este tenga derecho a réplica. Si la Asociación tiene por fin sólo defender a los periodistas del ataque de los poderes públicos y no de los abusos de otros poderes, entonces nada tengo que hacer allí”.²⁹⁷ Las declaraciones aluden a la posición editorial del diario y las divergencias que hubo sobre el episodio, que oscilaban entre señalar un caso de censura y una cuestión editorial corriente.

Poco antes, en 2002, se había fundado el Foro de Periodismo Argentino, una asociación abierta a periodistas de todo el país nacida con la idea de apuntalar la labor profesional y defender la libertad de expresión. A pesar de una labor sostenida de diez años, cuenta con poco más de trescientos asociados, que se desempeñan en medios o en docencia, ya que no admite a los colegas que se desempeñan en agencias de noticias institucionales o como jefes de prensa. Hay otras asociaciones por especializaciones,

296 <https://www.ifex.org/es/>.

297 Diario sobre diarios, “El episodio Nudler sacude al periodismo argentino”, 2 de noviembre de 2004, en <http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/207-el-episodio-nudler-sacude-al-periodismo-argentino.php#.VDm0Jf15Ozo> [consultado 16/9/2014].

como la Asociación de Corresponsales Extranjeros en la Argentina, fundada en 1994, con un centenar de socios; o la Asociación de Reporteros Gráficos de la República Argentina, ARGRA, que nació en el año 1942. La Academia Nacional de Periodismo, fundada en 1988 por iniciativa del Círculo de Periodistas, tampoco logra mayor ascendente en los periodistas, con excepción de los decanos. En todos los casos se confirma la dificultad de contar con asociaciones representativas del conjunto de periodistas, con lo se hace más difícil englobar todas las posiciones en un solo colectivo.

3.2.5 *Falta de marcos profesionales*

Con una ley profesional desactualizada, con muchos profesionales fuera del marco de un vínculo laboral, sin una formación unificada, es difícil pensar en una pauta de lo que se espera del periodista. De ahí que el debate sobre la ética periodística sea particularmente necesario en condiciones de fragmentación y polarización como las que vivió el periodismo argentino en los últimos años. No pueden existir códigos de ética sin que el periodismo tenga coincidencias mínimas sobre buenas prácticas o sin empresas de medios públicas, privadas y comunitarias comprometidas con valores comunes. La voz del periodismo como actor colectivo es fundamental para acordar e implementar principios comunes que contribuyan a la transparencia de la prensa.

Instituciones éticas como defensores de audiencias, códigos de ética periodística o consejos de lectores son la excepción en Argentina, por lo que no puede decirse que hayan tenido impacto en la profesión. Desde el gobierno se impulsó la creación de la Red de Observatorios Universitarios de Medios Argentinos para analizar el “comportamiento de los medios de comunicación sobre un tema particular”, conformada por cinco universidades estatales en 2006. A pesar de la diversidad de temáticas que pretendía abarcar, como medios, juventud, derechos humanos y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no consideró indagar

específicamente al periodismo.²⁹⁸ Sus análisis se centraron en identificar la línea editorial de un grupo de “diarios del corporativismo mediático” de una muestra no sistemática de noticias. Hacia 2011 dejaron de producir informes, aunque tampoco están accesibles los anteriores más que en resúmenes que se encuentran en distintas páginas, porque la web de la red dejó de funcionar poco después. Al concentrarse en unos pocos diarios, sus análisis dejaron afuera la mayor parte de los medios y no consideraron el periodismo y sus problemas. Sin continuidad ni difusión, no parece haberse alcanzado el objetivo inicial de “unir sus esfuerzos para aportar a los ciudadanos herramientas de información, reflexión y análisis sobre el comportamiento de los medios argentinos”.²⁹⁹

La Ley 26.522 estableció un defensor del público para los medios audiovisuales, pero sus funciones distan de los principios de autorregulación que contempla esta figura, dado que depende de la autoridad de aplicación. Sus funciones son más de control de cumplimiento de las pautas de la ley por parte de los operadores de licencias que de una institución al servicio de los periodistas, apenas mencionados un par de veces en los 166 artículos de esa norma. En los medios, el diario *Perfil* institucionalizó la función del defensor de los lectores en su corta aparición en 1998, figura que en el relanzamiento del diario en 2005 quedó limitada a un diálogo con las cartas de lectores.

La ley es por definición heterónoma y su obligatoriedad impone sanciones en caso de incumplimiento, lo que no ocurre con los principios éticos, de naturaleza autónoma, que son parámetros de resolución de problemas y dilemas profesionales. Como los códigos de ética son de aplicación voluntaria, no garantizan el cumplimiento de sus recomendaciones. Por eso las ideas de “ley de ética”³⁰⁰ que proponía la Presidente Fernán

298 La página <http://www.redobservatorios.org.ar/> no estaba disponible a septiembre de 2014. Se toman los datos de una revisión de los observatorios y sus publicaciones realizada en 2013 en las páginas web de las universidades y de los observatorios (Amado & Pizzolo, 2014).

299 *Ibíd.*

300 “Cristina Kirchner pidió una ley de ética pública para periodistas”, diario *La Nación*, 10 de agosto de 2012, en <http://www.lanacion.com.ar/1497829> [consultado 16/9/2014].

dez, o el “juicio ético”³⁰¹ que impulsó la presidenta de la Asociación Madres de Plaza de Mayo en una plaza pública, son una contradicción de términos.

Las cuestiones éticas se inscriben en dos tradiciones de autorregulación de la prensa. La tradición profesional corresponde a las acciones de sindicatos y agrupaciones de periodistas para definir reglas comunes como estrategia para incrementar el prestigio social y apuntalar su autonomía frente a gobiernos y dueños. La tradición privada expresa el interés de organizaciones empresariales por controlar la calidad del trabajo de las redacciones y responder frente a amagos de intervención oficial. La debilidad corporativa del periodismo argentino también explica que hayan sido más numerosas las iniciativas empresariales que las periodísticas, aunque ambas compartan magros resultados.

Dentro de las iniciativas periodísticas está el código de ética que desde 2006 rige para los asociados de Fopea.³⁰² Desde los medios, los manuales de estilo tampoco han tenido mayor trascendencia. El diario *La Voz del Interior* de Córdoba elaboró el suyo en 1990 y lo relanzó en 2006, el mismo año que el diario *El Ancaesti*, de Catamarca. Los diarios *Clarín* y *La Nación*, de Buenos Aires, publicaron sus manuales en 1997, que no fueron reeditados, cosa que sí hizo el diario *Perfil* con la publicación *Cómo leer el diario* de 1998, con la primera salida del periódico, que relanzó en 2005. Las revistas *Negocios* en 1996 y *Veintiuno* en 1998 propusieron a sus colaboradores pautas de conducta ética, y radio Mitre en 2000 enunció pautas para cubrir secuestros, pero no tuvieron demasiada proyección.

Tampoco existen respaldos legales para la tarea periodística frente a las decisiones empresariales, como la cláusula de conciencia; o ante las arbi-

301 “Hebe de Bonafini encabezó un ‘juicio ético’ a periodistas”, diario *La Voz*, 29 de abril de 2010, en <http://www.lavoz.com.ar/content/hebe-de-bonafini-encabezo-un-juicio-etico-periodistas> vía [consultado 16/9/2014].

302 Código de ética del Foro de Periodismo Argentino, en http://www.fopea.org/Etica/Codigo_de_Etica.

triedades en que pueda incurrir el gobierno, como leyes de acceso a la información o de distribución equitativa de la pauta oficial, con mecanismos de transparencia en las contrataciones. En cinco años de sancionada la ley de servicios de comunicación no hay cumplimiento total del artículo que establece la obligatoriedad para los licenciatarios de publicar una carpeta de acceso público con información sobre sus operaciones, en la que deben declarar la publicidad oficial que reciben, entre otros datos de relevancia.

Frente a los escasos antecedentes de autorregulación del periodismo, cobran importancia algunas iniciativas de la sociedad civil en defensa del derecho de expresión o leyes de transparencia y acceso a la información, como las de Poder Ciudadano (www.poderciudadano.org) y la Asociación por los Derechos Civiles (www.adc.org.ar), que trabajaron durante estos años en el monitoreo de la pauta publicitaria del gobierno. Una iniciativa reciente de la sociedad civil como la de Chequeado.com, que propone el contraste de declaraciones y de datos que publican otros medios, da cuenta de que la práctica de verificación de hechos no está generalizada en los medios.

Sin lineamientos editoriales o pautas claramente delimitadas por los medios, los límites del ejercicio periodístico se vuelven más difusos y aparecen mecanismos de autocensura para responder al temor de perder el empleo o a no ser publicado (que en los casos de los colaboradores significa no cobrar por el trabajo). Este contexto de debilidad corporativa es un factor central para entender el creciente poder relativo que los actores gubernamentales y empresariales adquirieron en los últimos años frente a un periodismo intimidado y dividido.

3.2.6 *Agresiones directas, presiones indirectas*

En comparación con otros países, la situación de libertad de expresión de Argentina es satisfactoria, según los índices que publican las organizaciones internacionales. El monitoreo de la organización Reporteros Sin Fronteras recaba datos de cada país sobre cuestiones como atentados

directos contra periodistas y medios de comunicación, el marco jurídico que rige al sector de los medios y el comportamiento del Estado frente a los medios públicos y a la prensa internacional. Considerando la clasificación anual para algunos países de Latinoamérica, se observa que Argentina tuvo leves oscilaciones en los últimos años: del puesto 42 en 2002 descendió a 79 en 2004 y 82 en 2007, para recuperar el puesto 55 en 2010 a raíz de la sanción de la ley de medios audiovisuales y de la despenalización del delito de calumnias e injurias. En 2013 Argentina ocupó el puesto 54 de 179 países, mucho mejor que Brasil (108), Venezuela (117) o Ecuador (119), por comparar los países del continente con mayores retrocesos. El informe 2012 del Committee to Protect Journalists explica esta diferencia en que “[u]n factor importante en la óptica de los periodistas argentinos –factor que diferencia al país de otros de Latinoamérica donde la prensa es asediada por gobiernos con poca tolerancia a la crítica– es la independencia de su poder judicial. Como muestra la decisión en el caso de la Editorial Perfil, los jueces no tienen miedo de fallar en contra de la Casa Rosada. De todas maneras, el gobierno no ha mostrado ninguna intención de acatar ese fallo y, más allá de las multas, al parecer no hay repercusiones por su incumplimiento, de acuerdo con analistas de medios”.³⁰³

Este punto marca la diferencia entre el marco general y el clima particular en que se desarrolla la tarea periodística. En Argentina no hay asesinatos de periodistas ni criminalización grave de la expresión, pero sí son críticos los temas de acceso a la información, censura directa e indirecta y falta de pluralismo y diversidad en el debate público, aspectos que la Relatoría Especial para Libertad de Expresión denomina la nueva agenda de la liber-

303 Sara Rafsky (2014), “En la confrontación entre el gobierno argentino y la prensa, pierde el periodismo. Un informe especial del Comité para la Protección de los Periodistas”, p. 11, en <http://www.cpj.org/es/argentina2012-spanish.pdf>. El caso de Perfil al que hace referencia es el fallo que obliga al Estado a reparar la exclusión de esa editorial de la distribución de pauta oficial. “Ordenan al Gobierno cumplir el fallo por la pauta oficial en Perfil”, diario *Perfil*, 14/08/2012, en <http://www.perfil.com/politica/Ordenan-al-Gobierno-cumplir-el-fallo-por-la-pauta-oficial-en-Perfil-20120814-0022.html>.

tad de expresión. Considerando las denuncias presentadas entre 1998 y 2008 ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Argentina ocupa el séptimo puesto de un ranking general encabezado por países con agresiones directas a los periodistas. Sin embargo, en las categorías Censura, Uso abusivo del poder público y Acceso a la información, Argentina se ubica entre los tres países con más denuncias en esos años (Amado, 2011c, p. 124). Las restricciones al acceso a la información son el 7% del total de casos denunciados esos años y solo en el año 2013 Fopea registró ocho denuncias de exclusión de conferencias de prensa. Las presiones directas de las máximas autoridades van desde la recriminación a los medios de no publicar la información oficial o la acusación a periodistas de venalidad o manipulación por parte de su medio, hasta represalias concretas como quita de publicidad oficial (ADC, 2008a; Amado, 2011b).

Según las denuncias recibidas por Fopea,³⁰⁴ en 2012 hubo un atentado a periodistas día por medio. En 2013 hubo un incremento del 48% en los casos en comparación con 2008, año en que empezó a funcionar el Monitoreo de Libertad de Expresión de esa organización.³⁰⁵ Del total de denuncias realizadas, una de cada tres son agresiones físicas y una de cada cinco, hostigamientos, atentados a la propiedad o presiones indirectas, tales como restricciones de acceso, discriminación de pauta oficial o censura. La desprotección de los periodistas frente a estas agresiones se evidencia en el hecho de que cuatro de cada diez agresores corresponden a poderes del Estado (funcionarios gobierno, empleados estatales, legisladores, miembros del Poder Judicial y fuerzas seguridad). La calle presenta un doble peligro para los periodistas: por las agresiones de las fuerzas de seguridad y las de algunos manifestantes, que representan cada una 10% de los agresores. Esto plantea la paradoja de que quienes deberían velar por la protección del derecho a informar son sus principales amenazas, especialmente en localidades pequeñas del interior del país. Pero

304 http://www.fopea.org/Libertad_de_Expresion/Informes_Monitoreo_LE.

305 Fopea, "Informe 2013 del Monitoreo de Libertad de Expresión", 27/03/2014, en http://www.fopea.org/Libertad_de_Expresion/Informes_Monitoreo_LE/Informe_2013_del_Monitoreo_de_Libertad_de_Expresion_de_FOPEA.

también marca una diferencia entre los trabajadores y sus patrones: de los 194 casos que tuvieron lugar durante 2013, hubo 239 personas afectadas frente 31 empresas de medios.

A la gestión estratégica de la información por parte de las fuentes se agregan presiones directas para la reproducción de ese material en los medios y recriminaciones públicas si la cobertura no es del agrado del gobernante. La Asociación de Editores de Prensa de Argentina (ADEPA) emitió cincuenta comunicados referidos a la descalificación de la labor periodística desde 2004, en los que empezaron a expresar su rechazo a las invectivas y acusaciones hacia periodistas de autoridades ejecutivas y ministros de la Nación, que llegaron a insultos y cargos criminales. Según surge de los informes de la Comisión de Libertad de Prensa e Información presentados en las Asambleas Anuales ADEPA (2003 a 2013), la asociación emitió declaraciones con quejas por agravios e insultos públicos de funcionarios nacionales y gobernadores. Los comunicados que se ocuparon específicamente de este tema fueron 4 en 2004; 3 en 2005; 4 en 2006; 3 en 2007; 3 comunicados y 5 solicitadas en 2008; 2 comunicados en 2009 y mención en 3 informes mensuales; 5 comunicados en 2010 y 2 solicitadas; 4 comunicados en 2011; 2 en 2012; 8 en 2013; 2 hasta febrero de 2014.

Aunque muchos marcan un inicio de las tensiones en 2008, en el gobierno de Fernández los comunicados de la entidad empresaria confirman que “[e]ntre gran parte del periodismo y el gobierno había una guerra de baja intensidad desde la misma llegada de [Néstor] Kirchner en mayo de 2003. Desde un primer momento, el nuevo presidente interpretó que la gobernabilidad debía defenderse devolviendo con dureza las críticas periodísticas que recibía” (Ruiz, 2014, p. 398). Mientras el uso discriminatorio de recursos estatales afecta principalmente a los medios, se dirige directamente a los periodistas la exclusión de medios críticos en conferencias de prensa, el agravio por parte de funcionarios públicos a periodistas en particular, además de denuncias de espionaje por parte de los servicios de inteligencia. Aunque el principal blanco de las agresiones fue el grupo Clarín, los periodistas de varias empresas recibieron por

igual descalificaciones en discursos públicos, insultos en actos públicos, exhibición de carteles y mensajes descalificatorios en canales oficiales.³⁰⁶ La Presidente formula reiteradamente sus críticas a la cobertura desde los discursos o sus espacios en las redes:

No sigan subestimando a la gente. Un poco más de respeto por favor. Publiquen las cosas completas y sin censura, si es que les da el cuero. Como siempre. Nada nuevo bajo el sol. Son de manual. Quiénes? Y quienes van a ser. Adiviná: San Martín, Belgrano o Magnetto y cía.? Cooooorrecto! Acertaste. Perfil (el Salieri de Clarín). La Nación (debo reconocer que es un poco más paqueta). Infobae (House Organ de la Embajada). De que Embajada? Y, de la de Ruanda no. Vos me entendés. En Síntesis. La cadena nacional del odio y el desánimo, y el ocultamiento permanente a full. [*sic*, la puntuación y ortografía es textual del original]³⁰⁷

En este contexto se comprende que dos tercios de la ciudadanía definen como negativa la relación entre el periodismo y el gobierno³⁰⁸ y que atribuyan la responsabilidad de ello al gobierno (43%) más que en forma conjunta (32%) o solo a los periodistas (16%).³⁰⁹ Cuando se les pregunta a los periodistas sobre la responsabilidad de los conflictos entre el gobierno de los Kirchner y el periodismo, el 38% lo atribuye al gobierno y solo 7% a los periodistas, el 26% señala que ambos, casi la misma proporción que no emite respuesta. Las encuestas sobre clima periodístico que realizó el Foro de Periodismo Argentino en 2005, 2011 y 2014 señalan el deterioro de la relación del gobier-

306 El grupo registró los episodios del conflicto con el gobierno nacional desde abril de 2008 en un sitio web donde consignan eventos e imágenes donde el gobierno o agrupaciones políticas vinculadas atacan al medio y a sus periodistas. En <http://www.grupoclarin.com/escalada/>.

307 Cristina Fernández, “La cadena nacional del odio y el desánimo, y el ocultamiento permanente a full”, 14/8/13, en <http://www.cfkargentina.com/la-cadena-nacional-del-odio-y-el-desanimo-y-el-ocultamiento-permanente-a-full/>.

308 CIO Argentina (2012), “Estudio cuantitativo sobre usos y preferencias en medios masivos e interactivos”, p. 90. Buenos Aires.

309 Management & Fit (2014), “40 años de periodismo argentino. Monitoreo a nivel nacional”, 1.200 casos en todo el país, 700 casos entre periodistas.

no con la prensa.³¹⁰ Los periodistas argentinos en 2011 evaluaron esa relación como mala o muy mala (55%) o regular (29%), y en 2014 calificaban con un 2,8 en una escala de 10 el vínculo con el gobierno nacional. En 2011 el 38% de los periodistas afirmó haber recibido llamadas o acciones coercitivas de funcionarios del Estado o saber que algún compañero de trabajo las recibió, porcentaje que se mantuvo en 2014. En ambas encuestas, solo dos de cinco siguieron adelante con la publicación de la nota prevista.

En la edición de 2014 se indagó especialmente sobre las cuestiones de autocensura, sobre la que los periodistas reconocieron que existe en un alto porcentaje en su medio (51%), pero que conocen más casos en otros medios (91%). Cuando se precisó sobre en qué temas operaba más la autocensura, la primera respuesta fue las cuestiones vinculadas con el gobierno nacional (48%), seguida por la trata de personas (31%) y narcotráfico (30%), también bajo su responsabilidad.³¹¹ De los dieciocho temas mencionados en respuestas, solo dos se relacionaban con empresas (industria farmacéutica y herbicidas). Entre las personas que declararon que había autocensura en su medio, el 68% reconoció que la autocensura se genera conjuntamente entre directivos y periodistas, y no por una presión de las autoridades (18%), lo que muestra que está instalada en la cultura profesional.

Esta tensión se deriva de formas indirectas de presión al periodismo, que se hicieron corrientes en las democracias latinoamericanas del siglo

310 Foro de Periodismo Argentino y Giacobbe y Asoc. (2005), “Sobre los periodistas y su profesión”, p. 25, Buenos Aires, en http://www.fopea.org/Etica/Encuesta_sobre_Periodismo. Foro de Periodismo Argentino y CIO Argentina (2011), “Encuesta sobre los periodistas y su profesión”, Buenos Aires, en http://www.fopea.org/Recursos/Biblioteca_Virtual/Estudios/Clima_de_la_Actividad_Periodistica_de_la_Argentina. Foro de Periodismo Argentino y CIO Argentina (2014), “Clima de la actividad periodística en Argentina” (p. 63), Buenos Aires, en http://www.fopea.org/Inicio/Encuesta_sobre_la_autocensura_en_el_periodismo_argentino.

311 Foro de Periodismo Argentino y CIO Argentina (2014), *op. cit.*, pregunta “¿Cuáles considera que son los temas de interés público que no se publican, o se publican en forma insuficiente, por autocensura de los periodistas?”, respuestas múltiples.

XXI y son más sutiles que las de antaño en tanto no se basan en métodos violentos o en una censura formal. Desde obstaculizar el acceso a la información oficial hasta ofrecer recompensas materiales a medios o periodistas aduladores, los gobiernos controlan diversos mecanismos para mantener a la prensa con riendas cortas.

En este sentido, Frank La Rue, relator especial sobre la Promoción y Protección del Derecho a la Libertad de Opinión y Expresión de las Naciones Unidas, señala que un ataque contra un periodista es “un atentado contra los principios de transparencia y rendición de cuentas, así como contra el derecho a tener opiniones y participar en debates públicos, que son esenciales en una democracia” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013, p. 2). Para la Relatoría, la impunidad de estos delitos fomenta la reiteración de actos violentos similares y puede resultar en el silenciamiento y en la autocensura de los comunicadores porque genera un fuerte efecto inhibitorio en el ejercicio de la libertad de expresión y las consecuencias para la democracia, que depende de un intercambio libre, abierto y dinámico de ideas e información. Para la Corte Interamericana de Derechos Humanos es responsabilidad de los funcionarios gubernamentales mantener un discurso público que no exponga a los periodistas a un mayor riesgo de violencia, “en tanto funcionarios públicos tienen una posición de garante de los derechos fundamentales de las personas y, por tanto, sus declaraciones no pueden desconocer estos ni constituirse en formas de injerencia directa o indirecta o presión lesiva en los derechos de quienes pretenden contribuir a la deliberación pública mediante la expresión y difusión de su pensamiento” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013, p. 27). Para el tribunal, este deber es de especial cuidado en situaciones de mayor conflictividad social, alteraciones del orden público o polarización social o política, por lo que recomienda destacar “de manera constante, clara, pública y firme la legitimidad y el valor de la labor periodística, aun cuando la información difundida pueda resultar crítica, inconveniente e inoportuna para los intereses del gobierno”.

Viejos y nuevos dilemas del monitoreo del periodismo

[*Mónica Baumgratz, Fopea*]

El Programa de Monitoreo de Libertad de Expresión en la Argentina de Fopea³¹² tiene por fin detectar las más diversas limitaciones a la libertad de expresión, desde las directas y evidentes (agresiones físicas, amenazas, etc.) hasta las más sutiles. Uno de sus objetivos es elaborar un registro de los casos para identificar obstáculos sistemáticos al ejercicio de este derecho, el cual es frecuentemente citado por organismos internacionales como la Relatoría de la Libertad de Expresión.³¹³ En el último informe de Fopea, los 194 casos registrados durante 2013 implican un aumento del 12,7% en relación con lo sucedido en 2012, cuando se registraron 172 casos.

Uno de los índices más elocuentes es el del tipo de agresor. Año tras año, el tipo de agresor principal es el “desconocido”. Si bien podría asignarse a la cobardía del agresor anónimo, la categoría también pone en evidencia cierta incapacidad de la justicia de hacer justicia, de investigar, de considerar el periodismo una actividad de valor social preponderante que requiere más atención y merece que la justicia llegue a los responsables. A esto debe agregarse cierto desconocimiento de las cuestiones involucradas en la libertad de expresión y los delitos contra la prensa, tanto de abogados defensores como de fiscales y de jueces. Con alguna frecuencia se ven planteos judiciales precarios y técnicamente deficientes, así como sentencias pobres en términos de libertad de expresión.

También ocurre que gran cantidad de víctimas no quiere denunciar un hecho sufrido porque no cree en las instituciones, principalmente en la justicia. O que la justicia a veces no puede avanzar porque los delitos contra la prensa no tienen entidad suficiente para enmarcarse en una acción judicial, pese al perjuicio que implica para el periodista y su desarrollo profesional.

El principio 9 de la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión señala que “el asesinato, secuestro, intimidación, amenaza a los comu-

312 <http://monitoreolde.com.ar/>.

313 http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_22_IA_2013_ESP_FINAL_WEB.pdf.

nicadores sociales, así como la destrucción de material de los medios de comunicación, viola los derechos fundamentales de las personas y coarta severamente la libertad de expresión. Es deber de los Estados prevenir e investigar estos hechos, sancionar a sus autores y asegurar a las víctimas una reparación adecuada”.

De los agresores identificados por Fopea, una importante mayoría son funcionarios públicos, lo cual viene reiterándose año tras año. De los 194 casos registrados durante 2013, 19 fueron cometidos por fuerzas policiales o fuerzas públicas. Otros 17 casos por funcionarios municipales. Es una paradoja, pues se supone que es el funcionario el primer garante de que la sociedad resuelva sus diatribas mediante la libertad de expresión, por lo cual debería ser el último en atacar a un periodista.

También es cierto que el periodista con frecuencia abusa de la exposición pública del funcionario y canaliza en sus batallas discursivas sus intereses políticos, económicos, o en su sed de reconocimiento público, ataca al más expuesto, no siempre persiguiendo la transparencia y el control ciudadano del Estado. Eso es extorsión disfrazada de periodismo, donde la lucha de poder prevalece por sobre la ética profesional y personal, lo que deja un campo abierto a los ataques a periodistas.

El otro actor identificado como agresor de la prensa son las fuerzas de seguridad, que evidencian cierta carencia en su capacitación sobre el rol de la prensa en la cobertura de conflictos sociales, a la que descuidan. Sus protocolos de acción a veces chocan con los protocolos de cobertura. Pero también es cierto que el periodista suele desconocer las medidas mínimas de protección que debe adoptar en coberturas riesgosas y que están ampliamente consensuadas en los foros internacionales. El riesgo excesivo que asume el cronista a veces es promovido por la misma empresa que lo envía, por su editor o gerente de noticias, que prioriza la noticia a la seguridad de su trabajador de prensa, con lo cual sufre una doble desprotección, de las fuerzas de seguridad y de las empresas de medios.

Los distritos donde se producen más ataques, en proporción a la cantidad de habitantes y medios de comunicación, son los pueblos del interior de las provincias. En 2013 se registraron 80 casos en localidades del interior pro-

vincial, 73 en capitales provinciales y 41 en la ciudad de Buenos Aires. Este registro se ha ido repitiendo año tras año en los registros de Fopea y posiblemente la causa sea que en ámbitos pequeños el ejercicio del poder no está mediado por otras estructuras sociales, el funcionario se encuentra cotidianamente cara a cara con el ciudadano que lo controla. Es ahí donde el exceso es más visible y suele ser más implacable. También es en esos ámbitos donde el ejercicio del periodismo suele ser más precario, con menos formación profesional y recursos para sostener un proyecto económicamente viable. Una de las conclusiones abordadas es que, a veces, la condición de funcionario es similar a la del periodista. Esto ocurre en algunos pueblos chicos, pero también hay mala praxis periodística en ciudades medianas y grandes.

Observando todo el país, desde las grandes ciudades y capitales provinciales hasta los medios de pequeñas comarcas, se ve una constante que ha ido en aumento inexorablemente: más allá del color partidario del funcionario o del actor político, en estos últimos años todos han ido copiando los modales de trato con la prensa de las más altas esferas nacionales. Entre ellos están la descalificación por el solo hecho de ser periodista, la estigmatización por el medio en el cual trabaja, la agresión en términos personales y difamatorios, la sospecha de intereses oscuros tras la mínima pregunta crítica, entre otros. La mayoría de los funcionarios y políticos nacionales, provinciales y municipales encontraron en este modelo de trato a la prensa el formato ideal para no contestar, no rendir cuentas y para sentirse poderosos.

Una costumbre en aumento es la de agredir a periodistas como forma de llamar la atención pública o de ganar un espacio en los medios. Un líder sindical cordobés en una oportunidad dijo a Fopea “es que si no atacamos a un periodista los medios no pasan nuestra manifestación”. Esto guarda relación con que entre 2010 y 2013, las agresiones físicas o psíquicas y las amenazas fueron el principal tipo de ataque contra la prensa.

Sigue pendiente un análisis más detallado de los datos que año a año arroja el estudio de casos y un seguimiento de los mismos que permita conocer si tuvo nuevos perjuicios en el desarrollo de su trabajo o si la justicia llevó a buen puerto las denuncias. Por otra parte, no se ha logrado aún abordar metodológica y sistemáticamente algunos problemas estructurales que afectan a la libertad de prensa, y que van más allá de la casuística contabilizada por

el modelo de monitoreo actual. También es necesario mejorar la visibilidad de los hechos y ampliar las herramientas de acción pública.

Un desafío nuevo que tiene el Monitoreo de Fopea es el ejercicio periodístico a través de las redes sociales y la agresión a los periodistas a través de estas redes. Lo primero está exigiendo replantear los formatos tradicionales de medios de comunicación, porque si bien es claro cuando se trata de una radio que tiene un perfil en Facebook, no lo es tanto cuando un estudiante de periodismo difunde novedades en las redes que no responden a los parámetros profesionales de edición de noticias. Otro aspecto es el ataque a los periodistas en sus perfiles de las redes sociales, el tipo de intercambio en estos espacios da licencia para agresiones encarnizadas, donde queda expuesto su prestigio personal y profesional, sin el respaldo del medio para el que trabaja.

Otra cuestión insoslayable es la creciente mezcla de roles profesionales entre periodista y “prensero”. Se entiende que el prensero responde a los objetivos de difusión de una entidad o personaje y si bien utiliza recursos y técnicas propias del periodismo para desarrollar esa tarea, no respondería a los criterios del periodismo independiente. A esto se suma que muchos colegas ejercen estas dos funciones de manera simultánea, periodista en un medio y como jefe de prensa de una institución, lo que complejiza aún más la cuestión.

El trabajo de Fopea de más de ocho años de vigilar la libertad de prensa ha logrado dar mayor visibilidad a los ataques a la libertad de expresión, permitiendo que los periodistas reconozcan su derecho vulnerado y reclamen públicamente en un espacio ya legitimado. Esto se logra también porque la red de corresponsales del Monitoreo que cubre todo el país es efectiva en la detección, denuncia y atención de ataques a la prensa. Es un esfuerzo que se suma al de los trabajadores de prensa que siguen luchando por la utopía de una sociedad con derecho a saber y a controlar al poder. Haciéndose eco de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la OEA en su último informe anual, Fopea se suma a la pretensión de “contribuir al establecimiento de un mejor ambiente para el ejercicio de la libertad de expresión en toda la región y, por ese mecanismo, asegurar el fortalecimiento de la democracia, el bienestar y el progreso de los habitantes”.³¹⁴

314 http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_22_IA_2013_ESP_FINAL_WEB.pdf.

3.3 La información pública no es para todos

La decisión de producir la información oficial desde los propios organismos, que se intensificó hacia 2011 con el lanzamiento de canales virtuales y espacios audiovisuales oficiales, fue simultánea a la clausura creciente de los espacios de acceso a la información pública. Es difícil establecer la cantidad de periodistas que trabajan en los espacios de producción de información oficial aunque, como se analizó en el capítulo 2, entre 2004 y 2014 el personal permanente en el ámbito de la Secretaría de Comunicación Pública creció 20 veces y los empleados contratados, más de 100 veces. El salto se da entre 2011 y 2012, que es justamente el periodo en que se habilitaron nuevos canales de noticias institucionales. Esto sin contar con los espacios informativos de cada ministerio, que son varios en cada dependencia, como el portal Infojus del Sistema Argentino de Información Jurídica, dependiente de la Secretaría de Justicia del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos.³¹⁵ Este sitio compete en funciones con el Centro de Información Judicial, dependiente de la Corte Suprema de Justicia, que también publica los fallos y notas periodísticas al respecto, lo que muestra la magnitud de la información producida por las propias fuentes,³¹⁶ que funciona como subsidios informativos para los medios.

En el caso de la agencia de noticias estatal Télam, una nota de un sindicato al presidente de la organización denuncia que para septiembre de 2010, fecha en que asumió Martín García como presidente, “la planta permanente era de 553 personas, 58 contratados, 25 colaboradores y

315 Aunque no da el nombre de los autores, en el sitio señala que “[l]os periodistas de la Agencia tienen la misión de investigar las tramas del mundo judicial y sus protagonistas, para traducirlas a un estilo llano, accesible y directo, que se aleje del lenguaje técnico propio de los expedientes judiciales”, en <http://www.infojusnoticias.gov.ar/>.

316 El centro se creó como parte de la Dirección de Comunicación Pública de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, cuya otra división es Prensa (Acordada 9/2012). A diferencia del órgano de prensa dependiente del Poder Ejecutivo Infojus, en el sitio de CIJ se puede consultar sus responsables, en <http://www.cij.gov.ar/inicio.html>.

un sueldo bruto de \$5.973.818. Pasado un año de su gestión la planta permanente es de 641 personas, 134 contratados, 15 colaboradores, y el sueldo bruto de \$9.536.607. A esto debemos sumarle la enorme cantidad de colaboraciones por varios miles de pesos sin olvidar que a las 21 anuales (colaboraciones) pasan a ser personal de planta”.³¹⁷ Este último punto hace referencia a las contrataciones externas de periodistas por facturación.

Esta decisión de producir la información desde las mismas fuentes se acompañó con la restricción, desde 2003, de los contactos con los periodistas. Néstor Kirchner concentraba la información en el diario de mayor circulación del país, al que beneficiaba con exclusivas y trascendidos (Mochkofsky, 2011; Ruiz, 2014). Cristina Fernández prefirió dar discursos por cadena nacional y mensajes en los distintos medios institucionales, concediendo muy pocas entrevistas y conferencias de prensa. La cercanía de su antecesor con el grupo Clarín la llevó a dar su única entrevista como candidata presidencial por el Frente para la Victoria en 2007 a los periodistas Gustavo Sylvestre y Marcelo Bonelli para el programa *A dos voces* del canal de noticias TN. Al inicio de su gestión aceptó una serie de entrevistas de medios del grupo Hadad y de Clarín.³¹⁸ En 2009 aceptó dos entrevistas para Telefé, del grupo Telefónica, una para el canal estatal Encuentro para una serie conducida por el legislador de su partido Daniel Filmus³¹⁹ y algunas entrevistas más para medios del exterior.

La desmentida de lo publicado que la mandataria tiene como práctica habitual con los medios locales se extendió a la entrevista que concedió

317 Sindicato de Trabajadores de Prensa, Carta a Martín García, 8 de noviembre de 2011, en <http://sitrapren.com.ar/sitrapren-nota-a-martin-garcia>.

318 Concedió entrevistas a Joaquín Morales Solá, Oscar González Oro, Beto Casella, Ernesto Tenenbaum y Marcelo Zlotogwiazda. “Las últimas entrevistas concedidas por Cristina Kirchner”, en infobae.com, 13 de septiembre de 2013.

319 “Presidentes de Latinoamérica”, capítulo “Cristina Fernández de Kirchner”, disponible en http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/programas/ver?rec_id=101484.

la revista alemana *Der Spiegel*,³²⁰ que ratificó las declaraciones que había transcrito en la nota.³²¹ En 2013 invitó a algunos periodistas para que le hicieran entrevistas para su propio programa en el canal estatal, aunque el ciclo solo tuvo dos emisiones debido a que problemas de salud la alejaron de la escena pública hacia finales de ese año, y el ciclo se suspendió.³²²

A los eventos oficiales no accede la prensa en general, sino que son transmitidos por las agencias de prensa y los medios institucionales (Amadeo, Amado & Aruguete, 2013) a partir de la cobertura que en exclusividad realiza la productora Prensa Satelital desde 2003, entonces bajo la sociedad La Corte. En su página web indica que presta servicios a Presidencia y a los ministerios de Salud, de Justicia, de Educación y de Relaciones Exteriores, además de cubrir eventos públicos como las elecciones 2011 y el Rally Dakar Argentina Chile 2011.³²³ Además de la cobertura informativa, la productora hace spots publicitarios para esos organismos públicos. Las exigencias del pliego de licitación pública en la que la productora se presentó como única oferente en 2013 dan idea de la magnitud del servicio, que difícilmente podría

320 “Spiegel Interview with Argentina’s President: ‘We Are Slowly Starting To Enjoy Greater Trust’”, Spiegel, 5 de octubre de 2014, en <http://www.spiegel.de/international/world/spiegel-interview-with-argentina-s-president-we-are-slowly-starting-to-enjoy-greater-trust-a-721216.html> [consultado 16/9/2014].

321 El gobierno negó que la Presidente haya declarado que ella y su marido, el presidente Kirchner, habían estado “varias veces” detenidos en la última dictadura militar acaecida en Argentina entre 1976 y 1983, como publicó la revista alemana, que ratificó lo publicado. Además, aclaró que la entrevista había sido sometida a la autorización de la mandataria antes de ser publicada, y que en esa oportunidad no había hecho ninguna corrección al respecto. “Polémica Cristina Fernández-*Der Spiegel* por entrevista”, *La Nación* (Chile), 7 de octubre de 2010, en <http://www.lanacion.cl/noticias/mundo/polemica-cristina-fernandez-der-spiegel-por-entrevista/2010-10-07/141018.html> [consultado 16/9/2014].

322 Ciclo “Desde otro lugar”, entrevistas de Hernán Brienza y de Jorge Rial, septiembre de 2013, en <http://www.tvpublica.com.ar/programa/desde-otro-lugar/>.

323 A su vez produce contenidos para los canales estatales Paka Paka, TDA y Canal 7 y los canales privados 9, 13 y 26 y para Torneos y Competencias y TyC Sports, entre otros.

equipar un medio de prensa.³²⁴ Desde 2009, la Asociación de Fútbol Argentino, concesionaria de los derechos de transmisión a favor del Estado argentino, prohibió el acceso a los partidos de cualquier cámara que no sea la de esta productora.³²⁵

El material informativo ofrecido en los portales no habilita canales de interacción directa, sino apenas, en algunos casos, formularios de envío de consultas.

En la misma línea se inscribe la decisión de que los voceros no hagan declaraciones a la prensa.³²⁶ La falta de un diálogo franco de los presi-

324 El monto cotizado en el pliego asciende a \$52.258.000 y se establecía como condiciones que para cubrir los eventos oficiales la productora debía tener a disposición de la presidencia 10 técnicos más sus asistentes, con disponibilidad de 24 horas todos los días del año, en condiciones de brindar cobertura audiovisual dentro y fuera del país con tres cámaras de alta definición. Debía tener acceso a satélites de enlace de alcance global, acoplamiento a redes de fibra óptica y capacidad de transmisión en vivo y de generación de contenidos para la web, efectos de video. Según la licitación que ganó la productora, debía contar con un mínimo de tres salas de postproducción, edición y transmisión con capacidad de operación simultánea. Junto a ello se pide un “estudio completo de 350/400 metros cuadrados en Capital Federal” provisto de sistemas de luces, cámaras y audio, un sistema Up Link de transmisión a ser colocado en “sedes gubernamentales y áreas Internacionales” y para otro equipo similar, montado en una camioneta “modelo 2004 como mínimo, para operar en interior del país” y un sistema de grúa especial que debe ser dedicado exclusivamente a cumplir el contrato con Presidencia. José M. Stella e Ignacio Montes de Oca, “CFK Truman Show: un ejército audiovisual se prepara para registrar el regreso de Cristina”, blog Eliminando variables, 14/11/1, en base a la Licitación Pública 24/2013, expediente 0006302/2013, perteneciente a la Jefatura de Gabinete de Ministros. Disponible en <http://www.eliminandovariables.com/2013/11/cfk-truman-show-un-ejercito-audiovisual.html>.

325 “La productora La Corte se quedó con la exclusividad del fútbol televisado”, 17 de noviembre de 2009, La política on line, en <http://www.lapoliticaonline.com/nota/40678/> [consultado 16/9/2014].

326 Miguel Núñez ocupó desde 2003 y continuó en funciones hasta agosto de 2009, cuando se disolvió la Unidad de Comunicación Presidencial “a fin de dar una rápida respuesta a las necesidades de la gestión comunicacional”, según dice la resolución. A partir de entonces el rol fue ocupado por el secretario de Comunicación Pública, Alfredo Scoccimarro, de quien depende la subsecretaría que maneja la dirección de Fotografía, la de Sala de Conferencias y Registro Audiovisual y de Difusión Presidencial. En contadas ocasiones hizo lectura de comunicados.

dentos con la prensa puede remitirse a la tradición de gobiernos civiles y militares, que las limitaban a la interlocución con voceros que restringían el acceso, como filtrar las preguntas como hacía José Ignacio López con el presidente Raúl Alfonsín (1983-1989), que dio “contadas conferencias de prensa, en las que los cronistas debían anotar lo que querían preguntar en un papelito y pasarlo por el filtro de López quien decidía si la pregunta merecía ser respondida” (Mochkofsky, 2011, p. 91). Ese presidente llegaba a retirarse ofendido de la sala si había preguntas incómodas, pero, aun así, la interacción mantenía un espacio institucionalizado.

Más allá de la falta de una tradición de diálogo abierto con la prensa, la posibilidad de interrogar a los funcionarios se hace más crítica cuando no hay canales de acceso a la documentación pública, la otra de las vías de control las actividades gubernamentales que tiene el periodismo. En Argentina no existe una ley que garantice el acceso a la información pública, y el decreto presidencial 1.172/03, que habilita a solicitar información a los organismos del Poder Ejecutivo, tiene dispar cumplimiento. Solo existen datos disponibles de 2004 a 2008, que señalan que los periodistas representaban menos del 4% de los pedidos formulados por esta vía, aunque se habían triplicado en cantidad en esos años (Amado, 2010b, p. 112). El organismo que se iba a encargar de mejorar la transparencia de la información dejó de producir sus informes en 2008 y su página web dejó de estar disponible, a la par que la asignada por la Jefatura de Gabinete de Ministros al acceso a la información está desactualizada (ADC Acción por los derechos civiles, 2013, p. 3).

El incumplimiento de los organismos ha llevado a que muchos de esos pedidos deban judicializarse, lo que muestra que es una herramienta poco práctica para los tiempos periodísticos. El caso de la solicitud interpuesta por ADC ejemplifica qué tipo de información restringen los organismos y las instancias que deben seguirse para acceder a ellas.³²⁷ En

327 Acción para los Derechos Civiles, “La justicia intimó al INDEC a informar cómo calcula la inflación”, 30 de junio de 2009, en http://www.adc.org.ar/583_la-justicia-intimo-al-indec-a-informar-como-calcula-la-inflacion/ [consultado 16/9/2014].

julio de 2007, la Asociación solicitó al Instituto Nacional de Estadística y Censos que diera a conocer la modalidad que el organismo utilizaba para el cálculo del índice de precios al consumidor, que es la base para el cálculo del índice de pobreza. Ante el silencio oficial, se interpuso una acción de amparo el 17 de agosto de 2007. En el marco de la causa judicial, el INDEC se limitó a mencionar el nombre técnico de la metodología utilizada, sin especificar la modalidad ni las variables utilizadas para su cálculo. El fallo judicial de primera instancia hizo lugar al reclamo de la ADC y ordenó al INDEC brindar la información solicitada. Sin embargo, el Estado apeló la decisión, que fue confirmada en octubre de 2008 por la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal. Este procedimiento está fuera de los recursos y tiempos periodísticos.

La acción de la sociedad civil es la que ha permitido dejar algunos hitos para comprender el impacto cultural que esta práctica tiene tanto en las fuentes como en los periodistas. Como la negativa a brindar información se termina naturalizando o es disimulada por el periodista, no siempre se hacen explícitas al lector las dificultades con las que se enfrentó para acceder a información. De hecho, la falta de acceso a la información es mencionada como un problema solo por uno de cada cinco periodistas (Foro de Periodismo Argentino & CIO Argentina, 2014). Por caso, la misma ADC solicitó a 18 funcionarios de los tres poderes del Estado, tanto a nivel nacional como local, incluida la Presidente, copia de sus recibos de sueldo, pero sólo tres respondieron en forma completa.³²⁸ Aunque la remuneración de cualquier funcionario es información pública en tanto erogación presupuestaria del Estado, muchos funcionarios alegaron la ley de Protección de Datos Personales, que en los últimos años se invoca de manera creciente para justificar la falta de respuestas de los funcionarios (ADC, 2013, p. 18).

328 Acción para los derechos civiles, “Funcionarios públicos no revelan sus recibos de sueldo”, 23/12/09, en http://www.adc.org.ar/664_funcionarios-publicos-no-revelan-sus-recibos-de-sueldo/.

La negativa de acceso es una forma corriente de ejercicio de poder de parte de la fuente (Gans, 1979, p. 174) y la capacidad reacción del periodismo ante esa acción da cuenta del modelo profesional vigente y su estrecha vinculación con el contexto y con los otros campos sociales (Waisbord, 2013a, p. 12). El caso argentino permite observar cómo la debilidad estructural facilitó la aceptación de condiciones impuestas desde los poderes públicos tales como la negativa de responder a los requerimientos periodísticos.

3.3.1 *Las conferencias de prensa como espacio público*

La conferencia de prensa es una interfaz del gobierno con la prensa que hace transparente a la ciudadanía la relación entre los periodistas y el gobierno no solo porque hablan directamente con el mandatario, en lugar de limitarse a comentar sus declaraciones (Clayman, Elliott & McDonald, 2007, p. 26). Desde el punto de vista del debate público de ideas, permite que un actor social informado pregunte con mayor solvencia sobre temas de interés de la ciudadanía. En este sentido, la conferencia de prensa es un espacio público de construcción de información y un ejercicio del periodismo de control tan efectivo como el clásico periodismo de investigación, pero mucho más dinámico (Clayman et al., 2007, p. 36). Es más ventajoso que la entrevista con el funcionario, por tratarse de un evento colectivo donde varios periodistas pueden complementarse en la búsqueda de respuestas y así equilibrar un poco el lugar de poder del entrevistado. Por el contrario, las entrevistas personales o los trascendidos ponen al periodista en un lugar subsidiario y lo dejan a merced de la voluntad política, que suele aprovechar la falta de transparencia para usar al periodismo para operaciones de prensa o globos de ensayo, para sembrar información y comprobar su potencial impacto.

Sin embargo, en un contexto en donde la exclusiva concedida por el funcionario a un medio reemplazó el valor de la primicia obtenida por mérito periodístico, la construcción colectiva de información deja de ser atractiva. En 2008, 42% de los periodistas sostenía que la presidente debería dar una conferencia por lo menos una vez al mes y un 31% en

situaciones especiales.³²⁹ Una encuesta de opinión pública hecha en el distrito metropolitano daba cuenta de que la mayoría no aprobaba la decisión de no dar conferencias de prensa presidenciales, que fueron recorriéndose progresivamente desde 2002.³³⁰

Desde el inicio del período democrático en 1983, los presidentes argentinos mantuvieron contactos regulares con la prensa, con voceros activos y conferencias de prensa. La crisis política de 2001, que derivó en la designación de un presidente provisional. La emergencia económica y social, habilitó situaciones de excepción en los distintos órdenes de funcionamiento institucional, de los cuales no escapó la prensa. Gobierno y medios entendieron que una forma de garantizar la estabilidad democrática era adoptar una política informativa prudente. El presidente de la transición, Eduardo Duhalde (2001-2003), dio pocas conferencias, lo que su vocero justificó en que la prioridad de la comunicación gubernamental fue brindar certeza de continuidad a la población (Lavalle & Schmidt, 2009, p. 42).

Cuando asume Néstor Kirchner (2003-2007) lo hizo con un apoyo del 23% de los votos y una frágil alianza de apoyos políticos, con lo que los medios desarrollaron un prudente “periodismo de seguridad democrática por tres razones: el fracaso de Kirchner pondría en riesgo la continuidad democrática, los medios estaban también débiles y dependientes de decisiones oficiales y había una afinidad ideológica de centroizquierda entre la mayoría de los periodistas y Kirchner” (Ruiz, 2014, p. 392). Este contexto inicial facilitó la instalación de un sistema que cerró progresivamente los canales de intercambio con los periodistas y concentró la información en un sistema de propaganda y medios afines. Su esposa y sucesora en el cargo en 2007 y reelecta en 2011, Cristina Fernández, consolidó el sistema con una inversión en propaganda y control de lo publicado cuya estructura tuvo un crecimiento de presupuesto de más

329 Ibarómetro. (2008). Primera encuesta online a periodistas, p. 23. Buenos Aires.

330 El porcentaje en población general que estaba en desacuerdo con la decisión de no dar conferencias era de 57% y ascendía a 88% entre líderes. CIO, Estudio cuantitativo sobre usos y preferencias en medios masivos e interactivos, octubre de 2012. Base: 800 casos (AMBA); 60 casos (líderes).

de 3.000% en comparación con 2003. A pesar de que su base electoral duplicó la de su antecesor en las dos elecciones que ganó y que no existían amenazas de inestabilidad política o social, la mandataria tomó la decisión de clausurar los espacios de acceso de la prensa y desarrollar un sistema de control de la información pública. Esto no solo se dio en el periodismo, sino en otros ámbitos institucionales. Roberto Lavagna, ministro de Economía de la transición, en el cargo durante los primeros años del gobierno de Néstor Kirchner, recuerda que en 2006, en pleno proceso de recuperación económica y estabilidad social, el Presidente tomó medidas que restringieron el control institucional (Blanco & Sánchez, 2014, p. 81). Por entonces, Kirchner decidió reinstaurar los poderes presupuestarios especiales, ampliando las facultades del Ejecutivo aún más que en la crisis. Intervino el INDEC, lo que dio comienzo a una serie de irregularidades en las estadísticas públicas, y puso bajo el control directo del Ejecutivo la Unidad de Información Financiera, que tiene a su cargo el control de temas tan críticos como el lavado de capitales, el narcotráfico y la trata de personas.

El ex ministro recuerda que en ese momento el diario *Clarín* oficiaba de portavoz de su ministerio y del gobierno en general. Coincide con la apreciación de varios analistas de que el presidente Kirchner mantenía una relación pragmática con los periodistas, concediendo estratégicamente acceso selectivo a la información. Varios analistas coinciden en que el Presidente y su jefe de gabinete concedían selectivamente las entrevistas o manejaban con el diario la información a través de conversaciones *off the record* con el diario de mayor circulación del país, con la salvedad de que mantuvo “una relación estable con directivos de *Clarín* y una más inestable con sus periodistas” (Ruiz, 2014, p. 399).

Ambos mandatarios coincidieron en utilizar los anuncios oficiales y los mensajes por cadena nacional para comunicar las novedades a la vez que formulaban críticas abiertas a la prensa en general y duras acusaciones a ciertos medios o periodistas en particular, con las que justificaban su decisión de prescindir de la intermediación de la prensa. La cercanía que Néstor Kirchner tuvo con *Clarín* se volvió en franca hostilidad hacia los

medios del grupo, que se convirtieron en blanco de las críticas a la prensa adversaria durante el gobierno de Cristina Fernández. El gobierno de Carlos Menem también había tenido con el diario un vínculo conflictivo, al que acusaba de “oligopolio periodístico” y de querer voltearlo a la vez que manejaba primicias para el diario o la competencia, especialmente a través del Secretario de Presidencia (Mochkofsky, 2011, pp. 117, 120). En ese gobierno también se apreció cómo el vínculo discrecional que habían mantenido con la prensa provincial cuando fueron gobernadores se trasladó a la gestión presidencial, aunque los funcionarios de Menem y el mismo presidente no dejaron de atender a la prensa, incluso la más crítica (Mochkofsky, 2011, p. 126).

A partir de 2003 los funcionarios fueron evitando la interacción con la prensa, que quedó librada a ciertos encuentros decididos en función del plan de difusión oficial antes que desde la necesidad informativa. Antes bien, se consolidó un sistema en el que tanto la prensa como los funcionarios se critican recíprocamente *in absentia*, donde la crítica y el comentario de citas reemplazan el debate público de la información. Desde el gobierno se desarrollaron departamentos enteros dedicados a la revisión diaria de lo publicado en la prensa que luego se critica públicamente, a la vez que la prensa se acostumbró a comentar y glosar los dichos oficiales, sin demasiadas oportunidades de conversar con el responsable las cuestiones que se critican. El populismo prioriza la comunicación presidencial como plataforma esencial en la pugna con los medios y con la oposición haciendo patente esa intención de desarrollar una “campana permanente” diseñada para dominar la agenda periodística y responder a las críticas de la oposición (Waisbord, 2013b, p. 167).

Se trata de un sistema de oferta informativa con fuentes que están disponibles cuando se trata de anuncios y noticias que contribuyen a reforzar la imagen del funcionario, pero que no responden a la demanda. La iniciativa institucional no muestra equivalente capacidad de respuesta en acontecimientos de alto impacto social (*event-drive news*) o en cuestiones de iniciativa periodística que plantean una agenda distinta a la oficial (Livingston & Bennett, 2003, p. 374). En los primeros

casos, los mandatarios no solo no aceptaron las preguntas de la prensa, sino que directamente optaron por no hacer declaraciones en situaciones trágicas como el incendio de la discoteca Cromañón, de Buenos Aires, con 134 muertos (30/12/04); el asesinato del militante social Mariano Ferreira en un enfrentamiento con la policía (20/10/10); el choque de un tren en la estación Once, de Buenos Aires, que dejó un saldo de 52 muertos y más de setecientos heridos (22/2/11). En dos ocasiones la Presidente se hizo presente en el lugar de los hechos, como fue en las inundaciones en febrero de 2009 en Tartagal, en el norte del país, y en abril de 2013 en la ciudad de La Plata, que afectó al barrio donde vive la madre de la Presidente, pero no dialogó con la prensa acerca de la situación.

Esta táctica es aún más contraproducente en temas de corrupción que aparecieron por iniciativa de la prensa, por cuanto se trata de cuestiones que la prensa intentará mantener el tema en la agenda más allá de la coyuntura, como ocurre con las catástrofes. Los casos más emblemáticos fueron la aparición de una bolsa con dinero en el despacho de la ministra de Economía Felisa Miceli, conocido en junio de 2007, y la denuncia de vinculación del ministro de Economía Amado Boudou a un caso de corrupción relacionado con la empresa de la impresión de papel moneda, que apareció un poco después de la asunción del funcionario como vicepresidente en diciembre de 2011. La cobertura de este caso fue en aumento durante 2012, en la medida en que avanzaba la causa judicial junto con noticias cíclicas sobre el crecimiento de la fortuna y los negocios de los Kirchner con empresarios vinculados al Estado.

En las democracias con tradición de debate público, las conferencias de prensa son aceptadas como un ritual habitual, parte del contexto político comunicacional en el que se desarrolla la acción política y las rutinas periódicas. Es una costumbre política arraigada y es la expectativa mínima de la prensa. Es un encuentro esperado especialmente en situaciones de crisis, en las cuales su ausencia es causa de ansiedad y especulación, y además síntoma de desinterés oficial por enfrentarse con el público y la prensa.

Cristina Fernández no admitió ninguna conferencia ni debate público como candidata en las dos oportunidades en que se postuló. La primera que aceptó fue en agosto de 2008 y recién dio una segunda en febrero de 2010, donde acusó a un periodista de falta de profesionalismo a raíz de su intervención. La tercera la dio en agosto de 2011 y solo permitió cinco preguntas. En su repositorio de videos hay muchos titulados como “Cristina Fernández brindó declaraciones a la prensa”, que son breves manifestaciones a periodistas que la interceptan a la salida de algún acto, en donde no hay una interacción ordenada ni igualdad de trato en las preguntas.³³¹ Los funcionarios solo aceptaban conferencias de prensa en el extranjero o con visitantes del exterior, o imponiendo restricciones de acceso o imposibilidad de hacer preguntas, lo cual convierte ese espacio en un lugar donde se intensifica la tensión entre gobierno y periodismo. Cuando la mandataria aceptó preguntas de estudiantes de Harvard, justificó su decisión de no interactuar con la prensa en lo que es la imagen que tiene de los periodistas:

He hablado muchísimo con periodistas acreditados en la Casa de Gobierno permanentemente; no lo hago a través de regulares y cada 15 o 20 días conferencias de prensa [*sic*]. Me gustaría que asistieras a alguna conferencia de prensa en la República Argentina, donde cuando a algún periodista no le gusta algo empieza a gritar y hacer escándalo y cosas que realmente... [*sic*]. No todos, pero le ha tocado a algún ministro, por ejemplo, ser respondido [*sic*] en la sala de conferencias de la Casa Rosada. Y lo veo a Obama cuando da conferencias, el periodista pregunta, el presidente responde y allí termina. Allá, si no les gusta la respuesta que vos das, gritan, se enojan, patean una puerta... Una vez nos patearon una puerta en la Casa de Gobierno en la sala porque no les gustaba la respuesta que habían dado.³³²

331 9 de octubre de 2014, en <http://youtu.be/l4ORfxlf6Wo>; 9 de agosto de 2012, en <https://www.youtube.com/5XRxvYjCN0>; 21 de agosto de 2012 (dur. 3.23 min.), en <http://youtu.be/HTD0F-5IIdk>.

332 Casa Rosada, “Inauguración de la Cátedra Argentina en la Universidad de Georgetown: Conferencia de la Presidenta de la Nación”, 27/09/2012, en <http://www.presidencia.gov.ar/discursos/26107> [consultado 16/9/2014].

Los presidentes populistas han intentado controlar la dinámica de las conferencias de prensa para convertirlas en oportunidades para desafiar el poder comunicacional de los “enemigos”. Para ello impiden la participación de los periodistas de medios enfrentados al gobierno y niegan la posibilidad de que el periodismo formule preguntas, de modo de minimizar o debilitar la mediación periodística que pueda colocar preguntas incómodas o introducir temas fuera del interés oficial. De este modo, las ruedas de prensa se convierten en monólogos presidenciales: “son plataformas de información más que comunicación o debate” (Waisbord, 2013b, p. 168).

En este punto es que el sistema se vuelve perverso, porque se desautoriza la crítica de la falta de conferencias en la medida en que se celebran algunos eventos que se hacen pasar como tales. Como declaraciones en las que se convoca a la prensa pero no se habilitan las preguntas, como hizo el vicepresidente Amado Boudou (3/2/11), o cuando la prensa debe compartir el evento con militantes que festejan las mofas que los funcionarios hacen de los periodistas, como ocurrió en un evento convocado por los ministros De Vido y Boudou días antes de asumir como vicepresidente (2/12/11).³³³ O se utilizan las escasas conferencias de prensa para descalificar las preguntas y ratificar así que el periodismo no está en condiciones de llevarlas adelante.

En la primera conferencia que dio Néstor Kirchner, cuando ya no era presidente, criticó el papel de los medios y descalificó a un periodista de Radio Continental diciendo “¿Grupo Prisa, no?... Yo sé a qué te mandan a vos” (17/6/08). En la segunda que dio, más de un año después, volvió a desautorizar a un periodista que le preguntó por su crecimiento patrimonial, al someterlo a su empleador: “No sé si te mandó Clarín, Magnetto o Rendo [directivos de la empresa]. Mi declaración de bienes ha sido cristalina y me someto a la investigación de la Justicia, no al monopolio Clarín” (23/9/09). Otro funcionario, el ministro del Interior Florencio Randazzo, acusó a los diarios *Clarín* y *La Nación* de “atentar contra la democracia”

333 Lanata, 2014; Tenenbaum, 2011.

(30/8/11). En varias oportunidades se impidió el ingreso del diario *Clarín* a conferencias de prensa del Ministerio de Trabajo alegando que “sus artículos eran muy agresivos” (2/3/10); algo similar ocurrió con otros periodistas del diario en ruedas de prensa del Ministerio de Industria y Turismo en Brasil (10/9/10) y del ministro de Economía en Cancún (22/3/10), o en la que brindó la empresa estatal de petróleo YPF (11/3/13).

Las conferencias de prensa como evento público surgen en países occidentales para expresar el interés del periodismo en obtener legitimidad social, en ser percibido en pie de igualdad respecto del ciudadano que temporariamente está a cargo del poder al ejercer el derecho a cuestionar a jefes de Estado en foros públicos. La demanda de encuentros periódicos y abiertos reflejó un creciente consenso sobre principios básicos sobre lo que es el ejercicio periodístico, al tiempo que acrecentó la conciencia profesional de los periodistas. Sin embargo, ninguna de estas condiciones que propiciaron el uso de la conferencia de prensa abierta existe en la Argentina contemporánea. Ni el oficialismo las necesita para incidir en la agenda noticiosa ni el periodismo reclama colectivamente el derecho de preguntar a los funcionarios con regularidad. La estrategia comunicacional de los presidentes Kirchner prescinde de la comunicación abierta con la prensa y prefiere programar eventos más previsibles, donde el riesgo de preguntas punzantes o temas inesperados es mínimo. Por otra parte, el periodismo no puede organizarse alrededor de consensos que superen la antinomia aliado o enfrentado al gobierno y, por lo tanto, no puede alinearse detrás de demandas comunes (Waisbord, 2012, op. cit).

3.3.2 *Preguntar como consigna periodística*

La falta de conferencias de prensa fue, junto con las protestas por las agresiones, uno de los temas que permitió expresar alguna reacción colectiva en los últimos diez años. Los periodistas recurrieron a comunicados para repudiar las hostilidades, que es su forma habitual de protesta, y las asociaciones de medios realizaron presentaciones ante organismos internacionales como la Sociedad Interamericana de Prensa. Desde la sociedad civil hubo algunas iniciativas para reivindicar los espacios co-

munes de producción de información pública, aunque ninguna apoyada por la unanimidad de los periodistas.

En 2012, varios periodistas agrupados bajo el nombre “Conferencias de prensa” publicaron siete comunicados en un sitio web³³⁴ sobre distintos temas relacionados con el ejercicio del periodismo. El primero fue una carta pública del 20 de marzo de 2012 dirigida al jefe de Gabinete de Ministros, Juan Manuel Abal Medina, en respuesta a sus declaraciones, que sostenían: “A los comentaristas que dicen que no damos conferencias de prensa o que hablamos poco, les digo que no se preocupen. Si hablamos poco es porque estamos trabajando porque la política es eso: trabajar, esforzarse y gestionar todos los días para mejorar la vida de todos los argentinos”.³³⁵ Al día siguiente la Presidente ratificó la posición oficial para justificar la falta de ruedas de prensa diciendo que “esta es una Argentina en cambio permanente, en construcción permanente y por eso estamos todo el día trabajando y por eso nos queda poco tiempo por ahí para contestar o para hablar. Pero bueno, lo importante... Pero no nos perdemos oportunidad si la tenemos tampoco. Pero bueno, como tenemos que trabajar mucho, no podemos hablar tanto. Otros, como no hacen nada, se la pasan todo el día hablando”.³³⁶ Esta declaración la hace una funcionaria que dio un millar discursos oficiales en casi siete años que lleva de gestión, que se transmiten, transcriben y convierten en información institucional para difundirse de inmediato en los portales oficiales.

En respuesta a esas declaraciones, 132 periodistas suscribieron una carta pública en la que planteaban que “frente a la imposibilidad de hacerlo en los escenarios habituales y para no abdicar de nuestro derecho a recabar in-

334 Comunicados del grupo “Conferencia de prensa”, en <http://conferenciadeprensa.tumblr.com/> [consultado en mayo de 2014].

335 Declaraciones en el discurso inaugural del encuentro “Patria Grande Conectada”, 19 de marzo de 2012; “Estamos construyendo un país con los 40 millones de argentinos adentro”, cable de agencia Télam, 19 de marzo de 2013, en <http://www.telam.com.ar/notas/201203/13591-estamos-construyendo-un-pais-con-los-40-millones-de-argentinos-adentro.html>.

336 Versión taquigráfica del discurso presidencial en el acto público de entrega del decodificador de televisión digital número un millón, en el predio de Tecnópolis, provincia de Buenos Aires, 20/3/12, en prensa.argentina.ar/download.php?id=61160.

formación, quienes suscribimos este texto le informamos que, de aquí en adelante, haya o no contestación, formularemos las preguntas que consideremos de interés a través de los medios que estén a nuestro alcance”.³³⁷ Al pedido de conferencias se sumó el grupo de intelectuales Club Político Argentino y la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA). El último de los comunicados del grupo, del 4 de julio de 2013, fue un repudio a los insultos del secretario de Comercio Interior de la Nación, Guillermo Moreno, a periodistas del diario *Clarín*, fue por suscripto 197 periodistas.

En mayo de ese año, muchos de estos periodistas participaron en un programa de televisión³³⁸ en el que se invitaba en las redes sociales a expresar las preguntas que les harían a los funcionarios, con la consigna #Queremospreguntar. Ese evento tuvo una importante cobertura en otros medios, aunque el reclamo fue perdiendo fuerza con los días.³³⁹ En referencia a este planteo, hubo varias declaraciones de funcionarios para ratificar la decisión de no dar conferencias.³⁴⁰ Gabriel Mariotto, vicegobernador de la provincia de Buenos Aires y ex director del organismo de control de los medios audiovisuales, opinó que “la Presidenta se comunica de su forma [*sic*], son formatos, pero eso no afecta la comunicación. Puede comunicarse con su pueblo sin dar conferencias”.³⁴¹

A pocos días del suceso la Presidente tuvo un encuentro casual con los periodistas acreditados en Casa de Gobierno mientras recorría las refac-

337 Carta abierta al Señor Jefe de Gabinete de Ministros Juan Manuel Abal Medina, 28 de marzo de 2012, en <http://conferenciadeprensa.tumblr.com/post/20092188661/senor-jefe-de-gabinete-de-ministros-juan-manuel> [consultado en mayo de 2014].

338 Programa “Periodismo para todos”, conducido por Jorge Lanata, Canal 13, Buenos Aires, edición del domingo 13 de mayo de 2012.

339 “#queremospreguntar, el reclamo de Lanata para la Presidenta”, diario *La Nación*, 14 de mayo de 2012, en <http://www.lanacion.com.ar/1473104-queremos-preguntar-el-reclamo-de-lanata-para-la-presidenta>.

340 Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), informe mayo de 2012.

341 “La polémica entrevista de Fantino a Mariotto incendió Twitter”, diario *La Gaceta*, 16 de mayo de 2012, en <http://www.lagaceta.com.ar/nota/491180/politica/polemica-entrevista-fantino-mariotto-incendio-twitter.html> [consultado 16/9/2014].

ciones que se estaban haciendo en el predio. Aprovechando lo excepcional de la situación, los periodistas le reclamaron por la falta información y la imposibilidad de acceder a la agenda oficial. La Presidente contestó: “Para información oficial están mis discursos. Yo no voy a hablar contra mí misma”.³⁴² Además justificó el ocultamiento de su agenda de trabajo diario porque, sostuvo, “la cambiamos todo el tiempo. Si la informamos después ustedes dicen que [la modificación] es por una [pelea] interna o cualquier cosa”. En la ocasión expresó su satisfacción con los periodistas que trabajan en la sala de prensa presidencial que escribían “correctamente” sobre sus actividades, y se quejó con ironía de que esos comunicados luego eran tergiversados por los medios.

En 2008 la asociación de periodistas Fopea dio cuenta en un comunicado de las actitudes del para entonces ex presidente y titular del Partido Justicialista: “En dos oportunidades, [Néstor] Kirchner se prestó a rondas de prensa en las que se permitió juzgar con sorna la intencionalidad de las preguntas que le fueron formuladas, lo que provocó risotadas de aprobación de los partidarios que lo rodeaban”.³⁴³ La asociación emitió varios comunicados reclamando conferencias de prensa.³⁴⁴ En la conmemoración del Día del Periodismo, el 7 de junio de 2012, impulsó “una campaña en todo el país para proponer que se generen estos mecanismos profesionales de conferencias de prensa en todos los niveles del Estado, con la posibilidad de realizar preguntas, y sin la presencia de simpatizantes o seguidores”.³⁴⁵ Para las elecciones legislativas de 2013 la asociación

342 Juan Ignacio Irigaray, “Cristina Kirchner: ‘La información oficial son mis discursos. No hablo contra mí’”, diario *ABC*, edición 25 de mayo de 2012, en <http://www.elmundo.es/america/2012/05/25/argentina/1337966152.html> [consultado 16/9/2014].

343 Fopea, “Modos inadmisibles para conferencias de prensa”, comunicado de 11 de julio de 2008, en http://www.fopea.org/Inicio/Modos_inadmisibles_para_conferencias_de_prensa.

344 “Fopea vuelve a reclamar la realización de conferencias de prensa profesionales”, comunicado de 27 de febrero de 2012, en http://www.fopea.org/Inicio/Fopea_vuelve_a_reclamar_la_realizacion_de_conferencias_de_prensa_profesionales [consultado en mayo de 2014].

345 Fopea, “FOPEA aprovecha el día del periodista para debatir sobre el ejercicio profesional”, 7 de junio de 2012, en http://www.fopea.org/Inicio/FOPEA_aprovecha_

de periodistas y veinticinco organizaciones impulsaron una campaña en la que cien candidatos suscribieron el compromiso de dar conferencias de prensa y asegurar la transparencia de sus actividades, petición que fue acompañada por mil adherentes.³⁴⁶

La tibia adhesión a ambas iniciativas y su incierta continuidad marcan una diferencia con la iniciativa española #sinpreguntasnocobertura (Díaz Nosty, 2011, p. 49), cuyo manifiesto logró la adhesión de asociaciones profesionales y más de once mil profesionales.³⁴⁷ El símbolo gráfico que identifica la nota producida sin preguntas fue adoptado por diversos medios de España, cosa que no se logró en Argentina, donde incluso los medios mantienen la denominación de conferencia de prensa para los eventos que no admiten la participación del periodismo.

3.3.3 *Por qué es difícil preguntar al poder*

La falta de espacios públicos donde funcionarios y periodistas puedan intercambiar preguntas y opiniones no puede atribuirse únicamente a una decisión política de una administración. Mientras la mayoría de los periodistas no tiene intercambio con funcionarios, hay algunos medios que se benefician con el acceso de privilegio que les conceden a cambio de ofrecer una vidriera en la que el político puede hacer campaña. Con la idea de generar espacios de reflexión sobre la información pública y el vínculo entre la política y la prensa, un grupo de veinte periodistas dio impulso al programa “Preguntar al poder” con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer. La idea era replicar la iniciativa de la Conferencia de Prensa Federal (*Bundespressekonferenz*), una asociación civil de los perio-

el_dia_del_periodista_para_debatir_sobre_el_ejercicio_profesional; “FOPEA reitera su reclamo por conferencias de prensa”, 27 de septiembre de 2012, en http://www.fopea.org/Inicio/FOPEA_reitera_su_reclamo_por_conferencias_de_prensa [consultado en mayo de 2014].

346 Petición “Para mejorar la calidad de la información en democracia - #InfoenDemocracia”, en <http://www.change.org/es-AR/peticiones/para-mejorar-la-calidad-de-la-informaci%C3%B3n-en-democracia-infoendemocracia>.

347 <http://www.peticionpublica.es/?pi=P2011N9499> [consultada en abril de 2014].

distas alemanes que se organizó en 1949 para solicitar a los funcionarios conferencias de prensa abiertas y regulares (Linnarz, 2004). La base de la iniciativa reside en que es el periodismo el que establece la agenda de entrevistados en función de los temas de interés, y no el funcionario el que decide cuándo convoca a la prensa. El programa impulsó reuniones de discusión con periodistas y jefes de prensa que derivaron en un ciclo de conferencias de prensa abiertas que se inició en 2007 con el presidente de la Corte Suprema de Justicia de la Nación como entrevistado. En los sucesivos encuentros tuvo la adhesión del Foro de Periodismo Argentino (Fopea), del Círculo de Periodistas Parlamentarios, de los corresponsales extranjeros, de varios medios y agencias y de la asociación empresaria ADEPA, como así también el apoyo de universidades que fueron anfitrionas de las conferencias (Lavalle & Schmidt, 2009).

Entre 2007 y 2009 se organizaron nueve conferencias al año con representantes de los tres poderes, número que bajó a seis en 2010 y a tres en 2012, cuando se realizó la última de un total de 39.³⁴⁸ En el programa participaron funcionarios de los tres poderes: 13 del Poder Ejecutivo nacional y provincial, 6 del Legislativo y 3 del Judicial, así como directivos de sindicatos, organismos de control y medios, algunos de los cuales lo hicieron en dos oportunidades. El proyecto había contado desde sus inicios con el apoyo del área de prensa del Congreso Nacional, donde en 2011 se hizo la última conferencia con un ministro del Poder Ejecutivo.³⁴⁹ Las elecciones de ese año pusieron al vicepresidente Amado Boudou al frente de esa institución y se cerraron los canales de diálogo así como se dificultó el contacto con el Círculo de Periodistas Parlamentarios. A pesar de que 2013 fue un año electoral y de que en elecciones anteriores habían participado 12 candidatos, todos los invitados se excusaron ese año de participar y no

348 Listado de entrevistados en el ciclo “Preguntar al poder”, completo en Anexo, en <http://www.infocudadana.org.ar/conferenciasdeprensa/entrevistados/nombres/>.

349 Conferencia de Florencio Randazzo, ministro del Interior de la Nación, para presentar el sistema de elecciones primarias, Salón Illia, Congreso de la Nación, 10 de agosto de 2011, en <http://www.infocudadana.org.ar/conferenciasdeprensa/conferencia-de-prensa-preguntar-al-poder-florencio-randazzo/>.

hubo respuesta de las cartas que regularmente envían los organizadores a los miembros del Poder Ejecutivo. Para entonces, los periodistas del grupo promotor se habían alejado del proyecto y el programa en 2013 se dedicó a generar encuentros y talleres para discutir la problemática con periodistas, políticos y estudiantes de periodismo y relaciones públicas.

En comparación con el modelo alemán que sirvió de referencia para el programa “Preguntar al poder”, los periodistas tuvieron parte activa en el proyecto, que permitió sostenerlo y consolidarlo en el tiempo, especialmente en los primeros momentos, cuando la institución no era reconocida por el canciller Adenauer y atravesaba las dificultades propias de los inicios (Krüger, 2009, p. 68). El modelo de círculos de conversación inicial fue mutando al formato abierto que hoy caracteriza a la asociación alemana, donde participan todos los medios que aceptan que la información obtenida en ese espacio sea compartida por todos. En la actualidad, la conferencia federal es un espacio institucional reconocido por periodistas, jefes de prensa y funcionarios, que aceptan como una obligación no escrita las invitaciones de los asociados (Krüger, 2009; Linnarz, 2004).

El caso argentino da cuenta de las contradicciones que atravesó estos años la profesión y la falta de una identidad compartida, al punto de que el pedido de conferencias de prensa de algunos periodistas fue criticado por otros colegas. El grupo promotor, conformado por periodistas de trayectoria,³⁵⁰ participó en las primeras conferencias y algunos siguieron prestando apoyo y colaboración para garantizar la asistencia de los medios a las conferencias. La mayor paradoja es que el año en que hubo

350 El 15/12/06 se firmó un Proyecto de Declaración de Principios donde se establecían las bases del proyecto, ejecutado en ese momento por Cornelia Schmidt-Liermann, Dolores Lavalle Cobo y Marta Brunilda Rovere. El grupo inicial estaba conformado por María Laura Santillán, Luciana Geuna, Silvio Santamarina, Alex Milberg, Maximiliano Montenegro, Jorge Lanata, Adrián Ventura, José Eliashev, Damián Nabot, Jorge Fernández Díaz, Julio Blanck, Alfredo Gutiérrez, Reynaldo Sietecase, Alfredo Leuco, Daniel Santoro, Gustavo Silvestre, Martín Di Natale (Lavalle & Schmidt, 2009, p. 185). En 2011 el proyecto quedó a cargo del Centro para la Información Ciudadana.

más pedidos mediáticos de conferencias fue el mismo en el que el programa “Preguntar al poder” organizó la menor cantidad de encuentros y el último en que se organizaron conferencias por falta de interés del periodismo y de los políticos que podían participar. De hecho, la semana en que se hizo el programa de televisión con la consigna #queremospreguntar, que le dio una gran repercusión al reclamo, hubo una conferencia de prensa del Jefe de Fiscales de la ciudad de Buenos Aires que tuvo de la más baja asistencia de periodistas.³⁵¹ Esto marca una contradicción entre las declaraciones de los periodistas y la posibilidad de llevar adelante una iniciativa colectiva.

La decisión del poder político de restringir el acceso a la información coincidió con el momento de mayor inversión en las oficinas de prensa y desarrollo de espacios institucionales con información producida por las fuentes. Más de la mitad de licencias de radiodifusión asignadas entre octubre de 2009 y octubre de 2013 fueron otorgadas a organismos estatales,³⁵² lo que guarda relación en tiempo y dimensiones con la creciente inversión en contenidos desarrollados desde el Estado. El contraste de las actitudes asumidas por los periodistas alemanes con los argentinos frente a las condiciones que imponen las fuentes oficiales hace patentes las diferentes culturas profesionales.

Durante la gestión de Abal Medina, los periodistas tenían que solicitar su admisión en cada ocasión con un pedido de su medio, lo que determinaba que a veces la autorización a participar llegara luego de que la conferencia terminara. Con el cambio del Jefe de Gabinete de ministros a fines de 2013, su sucesor, Jorge Capitanich, comenzó a brindar una conferencia de prensa diaria a la que algunos días siguen conferencias de otros funcionarios. Aunque se facilitó el acceso de los periodistas a la

351 Adriana Amado, “Lo que queda del periodismo”, publicado en el blog plaza-demayo.com, 4 de junio de 2012, en <http://www.infocudadana.org.ar/publicaciones/prensa/lo-que-queda-del-periodismo/>.

352 Ariel Riera y Manuel Tarricone, “¿Cuántas licencias entregó la AFSCA y a quiénes?”, *chequeado.com*, 15 de noviembre de 2013, en <http://www.chequeado.com/el-explicador/1839-icuantas-licencias-entrego-la-afsca-y-a-quienes.html>.

conferencia, generalmente el funcionario se limita a hacer algunos anuncios y luego permite unas pocas preguntas. Eso no es óbice para que sus declaraciones se repliquen en todos los medios, muchos de los cuales las transmiten en directo, como ocurre en general con la información oficial.

La selección de los periodistas que preguntan la realiza la vocera y muestra que se concentra en unos pocos periodistas. Según el registro que realizó el periodista Bernardo Basombrío,³⁵³ asistente a las conferencias, entre el 22 de noviembre de 2013 y el 14 de octubre de 2014 preguntaron 77 periodistas, de los cuales 14 pudieron hacer más de 25 preguntas; 7 periodistas, entre 10 y 5 preguntas; y 16, entre 2 y 4 preguntas. Treinta y tres periodistas solo formularon una pregunta en el año que lleva la modalidad de conferencias del Jefe de Gabinete, la mayoría de los cuales solo asistió esa única vez. Esa pérdida de interés y de calidad de las interacciones justifica la opinión de muchos de que ese espacio no es valioso o no es de interés para los medios de mayor alcance. Los dieciséis periodistas que pudieron formular más de 15 preguntas representan el 73% de todas las formuladas en los casi once meses relevados y pertenecen a medios de muy variada pertenencia y distribución.

*Tabla 1: Periodistas que más preguntaron
en las conferencias de prensa del Jefe de Gabinete*

<i>Periodista</i>	<i>Medio</i>	<i>Preguntas</i>
Eugenio Paillet	LU2 Radio Bahía Blanca ^a	38
Pedro Noel Romero	AN Digital ^b	38
Gabriel Eiriz	Télam ^c	37
Gonzalo Aziz	TN ^d	33

a. Radio del Sur de la provincia de Buenos Aires, AM 840, en <http://www.lu2.com.ar/>.

b. Portal de noticias ANDigital, sin información de sus propietarios, con 1.412 seguidores en Facebook y 1.467 en Twitter, en <http://www.andigital.com.ar/> [consultado el 17/10/14].

c. Agencia de noticias estatal, en <http://www.telam.com.ar/>.

d. Canal de noticias de cable de la ciudad de Buenos Aires, perteneciente al grupo Clarín, en <http://tn.com.ar/>. Puesto 8 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$96.665.360; entre 2009-2013).

353 Periodista del periódico agropecuario <http://www.campoabierto.com.ar/>.

<i>Periodista</i>	<i>Medio</i>	<i>Preguntas</i>
Marcelo de Leo	Radio La Red ^e	33
Diego Colaberardino	Radio El Mundo ^f	32
Daniel Salazar	Radio y TV Universidad Nacional de Córdoba ^g	31
Mariano Martín	Radio Rivadavia ^h	30
Sergio Isaza	FM Mercado Central ⁱ Radio Bariloche	28
Juan Zapiola	Radio Ciudad ^j	27
Javier Pasaragua	Radio de Las Madres ^k	26
Jonathan de Felipe	Notinac ^l	26
Marcela Ojeda	Radio Continental ^m	25
Christian Cambor	DyN ⁿ	20
Tico R. Paz	Canal 7 ^ñ	16
Daniel Castaño	Canal 7	15

e. Radio de la ciudad de Buenos Aires, del multimedios América, <http://www.radiolared.multimediosamerica.com.ar/home>.

f. Radio de la ciudad de Buenos Aires, en <http://www.elmundoaradio.com/>.

g. Radio de la ciudad de Córdoba, AM 580, en [http://www.lmcordoba.com.ar/universidad580/Puesto 94 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros](http://www.lmcordoba.com.ar/universidad580/Puesto_94_entre_los_receptores_de_publicidad_oficial_de_la_Jefatura_de_Gabinete_de_Ministros) (\$4.311.546; entre 2009-2013).

h. Radio de la ciudad de Buenos Aires, AM 630, en <http://rivadavia.com.ar/>. Según surge de la carpeta de acceso público, su principal cuota de publicidad oficial proviene de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$600.000); seguido por los gobiernos de la provincia de Buenos Aires (\$245.000) y de la ciudad de Buenos Aires (\$70.000) para enero-julio de 2010, última actualización a octubre de 2014, en http://rivadavia.com.ar/wp-content/themes/radio-rivadavia-2014/inc/carpeta_de_acceso_publico.pdf. Puesto 18 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$28.035.087 entre 2009-2013).

i. Radio estatal de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, dependiente de la Secretaría de Comercio, FM 90.9 en <http://www.mercadocentral.gob.ar/radio.php>.

j. Radio estatal de la ciudad de Buenos Aires, AM 1110, en <http://www.buenosaires.gob.ar/radiocuidad>.

k. Radio de la Fundación de las Madres de Plaza de mayo, AM 530, en <http://www.madres.org/wms2.htm>. Su fundadora, Hebe de Bonafini, ocupa el puesto 73 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$5.910.368 entre 2009-2013).

l. Portal de noticias sin información sobre sus propietarios, en <http://www.notinac.com.ar/>. En Facebook tiene 182 seguidores y en Twitter, 4.047 [consultado el 17/10/14].

m. Radio de la ciudad de Buenos Aires, AM 590, del Grupo Prisa, puesto 82 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$5.290.566 entre 2009-2013).

n. Agencia de noticias Diarios y Noticias SA, fundada en 1982 por un grupo de diarios, en <http://www.dyn.com.ar/>.

ñ. Canal estatal de alcance nacional, puesto 14 entre los receptores de publicidad oficial de la Jefatura de Gabinete de Ministros (\$30.894.205 entre 2009-2013), en <http://www.tvpublica.com.ar/>.

LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMO ESPECTÁCULO.

Relatos de la Argentina del siglo XXI

Las conferencias sin preguntas son un mecanismo de control del periodismo, potenciado por la potestad del gobierno nacional en la asignación de licencias y publicidad oficial (Humanes, Martínez-Nicolás & Saperas, 2013, p. 728). Este sistema pautado por la iniciativa de las oficinas de prensa y organizado por ellas marca la agenda de temas de los medios desde el poder y determina noticias con predominio de fuentes oficiales (Clayman et al., 2007; Davis, 2009; Sigal, 1973). Esto marca una diferencia con relación a la iniciativa alemana, que desde el inicio entendió que “el derecho de pregunta –ilimitado temática y temporalmente– asegura que la *Bundespressekonferenz* no sea un foro de difusión del gobierno federal” (Linnarz, 2004, p. 58). Ese modelo entiende que es el ejercicio de la pregunta lo que otorga credibilidad a la información pública. De hecho, la negativa a dar conferencias de prensa es el punto de la comunicación del gobierno argentino más rechazado por la ciudadanía, seguido por el uso de propaganda y de la cadena nacional.³⁵⁴

La decisión de utilizar canales institucionales ha sido justificada por los presidentes Kirchner en que el periodismo no reporta adecuadamente sus novedades, cosa que señalan públicamente haciendo mención expresa de lo que a su criterio son noticias falsas o tendenciosas. La Presidente acusó a la prensa de enfocarse demasiado en la crítica y el cuestionamiento y llegó a designar a los medios críticos como “la cadena del miedo y del desánimo”,³⁵⁵ haciendo un juego de palabras con los señalamientos de la prensa por el uso abusivo de la cadena nacional para comunicar novedades presidenciales. De esta manera plantea que la información pública no es un insumo de la prensa, sino un discurso que compite con él: “contra la mala onda y la cadena nacional del desánimo, de la no esperanza y el miedo [hay] una cadena nacional de riego, de viviendas, de productos con tecnología argentina, que nos llena de

354 CIO Argentina (2012). Estudio cuantitativo sobre usos y preferencias en medios masivos e interactivos, p. 90. Buenos Aires.

355 “Cristina acusó a la ‘cadena nacional del miedo’ de no difundir obras del Gobierno”, *Diario 26*, 23 de julio de 2012, en <http://www.diario26.com/cristina-acuso-a-la-cadena-nacional-del-miedo-de-no-difundir-obras-del-gobierno-155530.html>.

orgullo”.³⁵⁶ La frase se convirtió en el título de una sección del sitio personal de Cristina Fernández³⁵⁷ donde se publican las observaciones que la mandataria hace de ciertas noticias en sus discursos o en su cuenta de Twitter. Su queja recurrente puede resumirse en lo que señala como “contradicciones permanentes [del periodismo]: que si [la Presidente] habla, que si no habla, que cuando habla no la publican [*sic*]”.³⁵⁸ En este sentido, su actitud la ubica en el grupo de presidentes esquivos a la prensa, como Richard Nixon, que además de evitar a los periodistas emprendió una campaña de descalificación con el vicepresidente Agnew y un redactor de discursos donde acusaba a los periodistas norteamericanos de tergiversar la información y de dar a la información un “sesgo liberal” (Clayman & Heritage, 2002, p. 10).

La investigación de Clayman y Heritage sobre la entrevista presidencial concluye que esa instancia es un componente central en la esfera pública contemporánea, potenciada por las facilidades técnicas para la producción de noticias y el aumento de espacios noticiosos. Es el espacio donde los periodistas desempeñan su papel democrático más claramente: dialogan a la vista del público con funcionarios de los más altos rangos y les piden rendición de cuentas dentro de los parámetros del debate público (Clayman & Heritage, 2002, p. 2). Aquellos políticos que saben desenvolverse frente a preguntas difíciles, como John Kennedy y Margaret Thatcher, son más respetados que aquellos que son criticados por su mal desempeño ante la prensa, como Ronald Reagan (Clayman & Heritage, 2002, p. 3). Fundamentalmente, porque al ser impredecible aun con una agenda preestablecida, la conferencia es el espacio de mayor credibilidad del discurso oficial. Sin embargo, este aspecto se resigna cuando se reem-

356 “Cristina presentó el Plan de Marketing Internacional Argentina 2012-2015”, cable de Télam, 28 de agosto de 2012, en <http://www.telam.com.ar/nota/36251/>.

357 “La cadena del desánimo” tiene 17 comunicados desde 16 de febrero de 2013, en <http://www.cfkargentina.com/category/cfk/la-cadena-del-desanimio/> [consultado en mayo de 2014].

358 “El ‘prolongado silencio de Cristina Kirchner’”, publicado en el sitio oficial de Cristina Fernández de Kirchner, 30 de enero de 2014, <http://www.cfkargentina.com/el-prolongado-silencio-de-cristina-kirchner/> [consultado en mayo de 2014].

plaza la interacción directa del periodista con el funcionario por material producido por la fuente sin intervención periodística. La gran cantidad de discursos presidenciales transmitidos en directo y publicados apenas se terminan está más cerca de la propaganda que de la comunicación pública que permite la interacción del funcionario con el periodista.

En este estilo de comunicación de los gobiernos populistas, el anuncio de supuestos logros de un gobierno no está vinculado con la lógica del conocimiento público porque es propaganda, no comunicación. Se trata de información dominada por el interés oficial de cortejar la opinión pública con verdades parciales más que por el interés de fomentar deliberaciones sobre actos de gobierno.

Si bien la prensa ya no es la única fuente informativa porque numerosas instituciones producen abundante información sobre sí mismas, ninguna tiene la función exclusiva de producir y distribuir información regularmente como lo hace el periodismo (Waisbord, 2013a, p. 139). El gobierno argentino abiertamente se ha propuesto convertirse en una institución productora de información alternativa al periodismo, y cuenta con medios propios o alineados que le sirven de canales de distribución alternativos a la prensa tradicional, con presupuestos superiores a los de cualquier medio, incluso al asignado a los medios públicos. Por su posición de poder, se propone incluso como más legítima productora de información pública en la medida en que, según sus términos, los periodistas responden a intereses espurios, sea porque anteponen los intereses comerciales de sus patrones, sea porque responden a poderes fácticos enemigos de la democracia. En esta razón de supuesta defensa de la democracia de la cual el gobierno se postula como único garante, el gobierno legitima una comunicación que define como directa con la ciudadanía por el hecho de que omite la intermediación periodística.

La omisión de conferencias de prensa encuadra en esta estrategia en la medida en que los funcionarios muestran a la ciudadanía que pueden prescindir de los periodistas para informar sin su interferencia a la ciudadanía. La estrategia del gobierno argentino se inscribe en la comuni-

cación de los gobiernos populistas, que consiste en evitar la participación de medios enfrentados al gobierno y negar la posibilidad de que el periodismo formule preguntas para minimizar o debilitar la mediación periodística que pueda colocar preguntas incómodas o introducir temas fuera del interés oficial. De esta manera, “los actores políticos pretenden tutelar los significados que se transmiten de sus actividades y la imagen que de ellos se difunde a través de la pantalla. Sus energías se concentran en hacer que el contenido de sus mensajes llegue íntegramente, sin sufrir alteraciones, al público” (Casero-Ripollés, 2009). Sin embargo, la falta de un interlocutor que pueda hacer preguntas evidencia la falacia de la supuesta comunicación directa, dado que solo circulan mensajes desde la perspectiva oficial, sin que la ciudadanía tenga esa misma potestad de interrogar o cuestionar los mensajes que recibe.

3.4 Los periodistas frente a la sociedad

El sistema periodístico de un país está influido por el contexto político, del que adopta características y rasgos culturales, como demuestra el caso argentino. La matriz autoritaria de los gobiernos militares que sucesivamente rigieron durante el siglo XX, con persecuciones y asesinatos a periodistas y un régimen de censura estricto, no pudo ser del todo superada en los períodos democráticos intermitentes. Recién en 1983 se inició un período de democracia ininterrumpida que aún tiene pendiente fortalecer las instituciones de la República. Este contexto sociopolítico configura condiciones particulares de desarrollo del periodismo, especialmente en lo que hace a su vínculo con los gobiernos populistas, que utilizan los medios como propagandistas y generan obstáculos para el acceso a la información pública y el monitoreo de las acciones de gobierno, que configura lo que se da en llamar “presidencialismo comunicacional” (Waisbord, 2013b, p. 158).

El desempeño del periodismo en estos contextos se enfrenta a nuevos condicionamientos indirectos, más sutiles que la censura dictatorial pero no por eso menos eficientes. Factores como el uso discriminatorio de la publicidad oficial para premiar y castigar a los medios según su cobertu-

ra, la asignación discrecional de licencias, la administración arbitraria de sanciones, la negativa de acceso a información pública o la falta de contacto con funcionarios configuran escenarios hostiles al periodismo en contextos democráticos. Entre los medios y el poder político persiste la lógica *quid pro quo*, que socava la independencia periodística (Waisbord, 2013a, p. 159) y genera un sistema de medios dependiente política y financieramente del Estado (Becerra, 2011).

Desde la crisis institucional de 2001 la estrategia presidencial se basó en una intensa campaña de difusión y propaganda acompañada con la decisión de limitar el contacto directo de los funcionarios con la prensa, lo que generó una tensa relación con los medios y los periodistas (Amado, 2010b, 2011b; Ruiz, 2014; Waisbord, 2013b).

En contextos cerrados, cuando la profesión deja de intentar mantener su autonomía, “el periodismo acepta ser instrumento del poder y quedar preso del mejor postor” (Waisbord, 2013, p. 162). Esas limitaciones son más o menos directas, pero se observan en el uso discriminatorio de la publicidad oficial y otras formas de censura financiera, pagos a los periodistas, negativa al acceso a las fuentes de información, asignación discrecional de licencias de medios, entre otros (ADC Acción por los derechos civiles, 2005, 2008a; Amado, 2010b; Rincón & Ponce, 2013). Estas circunstancias van moldeando prácticas que se terminan aceptando como normales, tales como premiar a los medios que ofrecen una cobertura más favorable, aceptar los comunicados oficiales sin posibilidad de formular preguntas, difundir las imágenes producidas por las áreas de prensa sin indicar a las audiencias que se trata de material producido por la misma fuente.

Una crítica frecuente es que el periodismo no hace autocrítica. Sin embargo, en los años recientes no hay muchas profesiones que hayan aceptado un cuestionamiento tan intenso de otros actores sociales ni que hayan compartido las encuestas que hicieron entre sus pares con la sociedad. En cualquier caso, cabe preguntarse si la política está dispuesta a revisar su vínculo con la prensa ante la sociedad y hacer una autocrítica como la que reclama a la prensa.

Basta de héroes

[*Silvio Santamarina*]

Hace un par de años, en un breve texto que formó parte de un libro sobre la experiencia Preguntar al Poder, cité una frase optimista de Ben Bradlee sobre el futuro del periodismo, su rol de watchdog y la vigencia de las conferencias de prensa como herramienta eficaz. Por aquel entonces, el legendario ex jefe del no menos legendario *The Washington Post* festejaba el crecimiento exponencial de la masa de reporteros que cubrían las ruedas de prensa en la Casa Blanca, en comparación con los tiempos de Roosevelt. La cita me pareció en su momento un buen augurio para cerrar mi pequeño balance del estado de la profesión y su relación con la iniciativa del grupo de periodistas argentinos que, con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, intentamos rescatar el valor de la conferencia de prensa como instrumento periodístico.

En estos pocos años, desde aquel texto a este que escribo ahora, cambiaron algunas cosas. Bradlee acaba de morir a los 93 años. Y el *Washington Post* quedó en manos del dueño del ávido emporio digital Amazon. En el plano local, el grupo promotor de las conferencias de prensa argentinas se diluyó, la convocatoria permanente quedó sin efecto, y el jefe de gabinete del gobierno de turno se apropió de la tradicional herramienta hasta desvirtuarla, ante la paradójica apatía de la prensa.

Aunque el panorama que pinto no luzca saludable para la profesión, y la autocritica se imponga como la única actitud políticamente correcta que hoy se les concede a los periodistas, me niego a caer en esa trampa letal en la que caímos en los últimos años: hablar mal de nosotros permanentemente. Automáticamente.

El periodismo está mal visto, perdió fuerza, brillo y credibilidad. Y los profesionales de prensa estamos con la moral cacheteada. Pero si vamos a seguir creyendo en nuestra misión, debemos seguir cuestionando a todos (no sólo a nosotros mismos), diciendo lo que nadie desea escuchar. El periodismo no es de los periodistas, sino de toda la sociedad, especialmente si se autodenomina democrática. Y si el periodismo está en crisis es porque las empresas periodísticas lo están, porque los partidos políticos lo están, porque los anunciantes de los medios de comunicación lo

están, porque la militancia cívica lo está, porque los funcionarios públicos lo están, porque los intelectuales y académicos lo están, porque lo que se entendía antes de Facebook y Twitter como “opinión pública” lo está.

Una de las enseñanzas valiosas que dejó la cruzada de las conferencias de prensa fue que la pasión por el periodismo podía unir a periodistas sensatos ubicados a uno y otro lado de “la grieta”, aunque no fue por mucho tiempo. Otra de las lecciones útiles para seguir pensando es que para que funcione genuinamente cualquier herramienta periodística tradicional, no alcanza con que la defiendan solo los periodistas: podemos hacer presión, sí, pero no podemos obligar ni rogar a los políticos realmente influyentes para que nos respondan. El periodismo cuajó durante el último siglo como un sistema de beneficios y necesidades mutuas, donde las empresas de medios, sus anunciantes y la audiencia ponían su parte para que sucediera el hecho mágico del debate público de masas. Nuestro rol profesional fue el de intermediarios de ese diálogo tenso y multipolar. Intermediarios de lujo (o intermediación “de autor”), quizá, pero intermediarios al fin. Si hoy la tecnología comunicacional les hace creer a las grandes marcas, a los políticos, y a los ciudadanos/usuarios que el periodismo no es más que un estorbo para sus acciones de “comunicación directa”, creo que echarles la culpa a los periodistas de todo este crack cultural es ingenuo o irresponsable.

También sirvió la experiencia de Preguntar al Poder para darnos cuenta del peligro de aferrarnos obsesivamente a la reivindicación de una herramienta periodística (las conferencias), en medio de una histórica redefinición del paisaje comunicacional planetario. Quizá, solo quizá, las conferencias de prensa auténticas estén perdiendo su razón de ser en la era de las redes sociales y las puntocom; y bloquearnos la chance de considerar esa posibilidad puede arrinconarnos en el fetichismo del artesano obsoleto. Las Olivetti y las Remington son objetos vintage entrañables, que implicaban rituales de escritura aún hoy valiosos, pero es improbable que sigan siendo útiles para el periodismo que viene.

¿Qué hacer? Enojarnos, deprimirnos y lanzarnos al voluntarismo ciego: no, gracias. Tal vez se trate de ir acompañando estos cambios, sabiendo que no todos son positivos o bienintencionados, para rastrear en los nuevos formatos las fisuras por donde colar la rebelión sensata que propone

el periodismo en el debate público. ¿Habrá que armar redes de periodistas que, sin mendigar adhesiones a empresas de medios ni a políticos y ni siquiera a las audiencias, construyan campañas virales con información relevante? Todo es posible con voluntad, pero la experiencia me indica que esa voluntad no puede venir solo de los periodistas. La democracia (y sus derivados, como el periodismo) se sostiene solo si responde a los intereses de todos o casi todos. No puede ser una aventura de sectas iluminadas.

Por eso esta vez mi cita de cierre no será Bradlee, sino el Galileo de Brecht: pobres no son los pueblos sin héroes, sino los pueblos que los necesitan.