



Modelo de Sistema Mediático en Argentina en el Contexto Político: Periodo 2007-2015

Media System Model in Argentina in the Political Context: Period 2007-2015

Paulina Gabriela Rubio Molina

<https://orcid.org/0000-0002-6009-9407>

Carrera de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Artes y Educación, Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga, Ecuador

*paulina.rubio3093@utc.edu.ec

Recibido: 30 de agosto de 2023 **Aceptado:** 1 de febrero de 2024 **Publicado:** 15 de julio de 2024

Resumen

Este artículo sistematiza uno de los capítulos de la tesis titulada originalmente "Sistemi mediali nei paesi latino-americani: il caso: Messico, Argentina e Brasile", publicada en 2021. El análisis explora el caso argentino mediante los modelos comparativos de Hallin y Mancini, enfocándose en variables como el origen de los medios de comunicación, el profesionalismo y el rol del Estado. Dentro de este marco, se narra cómo Argentina se compara con modelos europeos, centrándose posteriormente en el grupo mediático "El Clarín", líder en el mercado de comunicación del país, detallando sus orígenes, desarrollo y contribuciones. La investigación surgió tras el estudio de los modelos europeos, motivada por la curiosidad de determinar a cuál de estos modelos pertenecen los países latinoamericanos del G-20. La metodología adoptada es cualitativa de tipo descriptivo, basada en la información recopilada de estudios previos y un análisis comparativo entre los países mencionados. El artículo concluye con un análisis del sistema mediático en el contexto político actual, que se ofrece como recurso para facilitar la comprensión de los escenarios argentinos actuales entre las élites políticas y mediáticas. Este análisis incluye las variables del modelo capturado pertenecientes a los sistemas mediáticos latinoamericanos, destacando la efectividad regulatoria y la instrumentalización de la función vigilante de los medios.

Palabras clave: Clarín, élites, medios de comunicación, sistema mediático.

Abstract

This article systematizes one of the chapters from the thesis originally titled "Sistemi mediati nei paesi latino-americani: il caso: Messico, Argentina e Brasile," published in 2021. The analysis explores the Argentine case using Hallin and Mancini's comparative models, focusing on variables such as the origins of media, professionalism, and the role of the state. Within this framework, it discusses how Argentina compares to European models, later focusing on the media group "El Clarín," a leader in the country's communication market, detailing its origins, development, and contributions. The research emerged after studying European models, driven by curiosity to determine which models the Latin American G-20 countries belong to. The adopted methodology is qualitative and descriptive, based on information gathered from previous studies and a comparative analysis among the mentioned countries. The article concludes with an analysis of the media system in the current political context, which is provided as a resource to facilitate the understanding of current Argentine scenarios among political and media elites. This analysis includes variables from the captured model belonging to Latin American media systems, highlighting regulatory effectiveness and the instrumentalization of the media's watchdog function.

Keywords: Clarín, elites, media, media system.

Introducción

El objetivo de este artículo es analizar las dinámicas del sistema mediático argentino, enfocándonos específicamente en el grupo El Clarín durante el periodo político de 2007 a 2015. La investigación se guió por la pregunta: ¿Qué tipo de sistema mediático caracteriza a Argentina, miembro del G-20? Esta inquietud surgió tras estudiar los sistemas mediáticos en Europa y cuestionarse a cuál de estos modelos pertenecen los países americanos del G-20. Este trabajo se centra exclusivamente en el caso argentino.

Para este propósito, el estudio exploró dos variables principales: la regulatoria, que aborda los mecanismos institucionales para garantizar los derechos y libertades individuales de los periodistas argentinos; y la instrumentalización de la función vigilante de los medios, entendida como el control de los medios a través de recursos externos utilizados por el gobierno.

Argentina es uno de los países americanos del G-20, junto con México y Brasil, denominados también como países emergentes. Estos representan una parte significativa del comercio y los productos internacionales y juegan un papel crucial en la

resolución de crisis. El G-20, creado en 1999 como respuesta a la crisis financiera de finales de los años noventa, reconoce a los principales países emergentes que no estaban adecuadamente representados en las organizaciones financieras internacionales.

El G-20 agrupa a los países más poderosos del mundo, representando el 85% de la economía mundial, e incluye grandes potencias industriales como Estados Unidos y Alemania, además de economías emergentes como Brasil y China. El grupo está compuesto por 19 países más la Unión Europea.

Origen y desarrollo de los medios de comunicación en Argentina

Históricamente, Argentina ha tenido un vigoroso desarrollo de los medios de comunicación en comparación con el resto de América Latina. Si bien no fue el país pionero en el nacimiento de la prensa escrita, Argentina estuvo entre los primeros países del mundo en transmitir programación radiofónica, en agosto de 1920; y en los primeros setenta años del siglo XX tuvo un alto nivel de desarrollo de la impresión gráfica, entre periódicos y revistas

ilustradas, con mercados masivos, diversidad de medios y renovación estilística.

En las décadas del treinta y cuarenta exhibió además un notable crecimiento de la radio, con la consagración de artistas populares de la talla de Carlos Gardel, Julio Sosa o Goyeneche. A finales de los años sesenta, la televisión colocó al país con uno de los mayores niveles de receptores de la región; en los últimos veinte años, Argentina se ha convertido en uno de los principales mercados de la televisión por cable (Becerra, 2010, p.2).

Radio

La primera emisión se realizó el 27 de agosto de 1920 desde el Teatro Coliseo con la emisión de la ópera Parsifal de Richard Wagner. En la década de 1960, con la difusión masiva de la televisión, la radio se redefinió en sus funciones, horarios y audiencia, centrándose más en la información y menos en las representaciones dramáticas.

En 1972 nació el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER); las primeras regulaciones integrales de la radio permitieron su financiamiento gracias a la publicidad; mediante su uso como mecanismo de entretenimiento y noticias, ordenaron el espacio de frecuencias para evitar superposiciones e introdujeron la censura, que se haría explícita en la década de 1930 a partir del golpe de estado de José Uriburu y por el Reglamento de 1933 (Becerra, 2010, p.11).

Televisión

No fue hasta 1949 que el gobierno argentino comenzó a mostrar cierto interés por la llegada de la televisión al país. Así se creó, dos años después, Canal 7, el primer canal argentino en la capital, durante el gobierno de Juan Domingo Perón. La primera transmisión oficial en Argentina tuvo lugar el 17 de octubre de 1951, día de la "Lealtad Peronista", que consistió en mostrar el discurso de Eva Duarte de Perón en la Plaza de Mayo.

Esta primera transmisión estuvo a cargo de Jaime Yankelevich, propietario y director de Radio Belgrano, por lo que se le considera el padre de la televisión argentina. Para lograrlo se importó la tecnología requerida para la instalación del canal, mismo que inicialmente estuvo situado en las

instalaciones del Ministerio de Trabajo Público, con el apoyo de alrededor 7.000 receptores.

En lo que respecta a la programación nacional, los informativos televisivos fueron uno de los primeros formatos en el país, posteriormente se agregaron musicales y programas de cocina. Además, se emitieron series estadounidenses que lo complementaban. (Pietro, et al., 2011, p.9).

Prensa escrita.

En 1810 el periódico el Telégrafo Mercantil fue publicado por Antonio Cabello y Mesa, en 1802 fue cerrado por censura y alcanzó una colección de 110 números en sus ediciones (Gurmandi, 2012). El 7 de junio de 1810, Mariano Moreno fundó la Gaceta de Buenos Aires, piedra angular del periodismo revolucionario de la etapa independiente en Argentina, por lo que ese día se celebra el día del periodista argentino. A partir de la independencia en 1816 se publicaron varios periódicos y se consolidó la diversa lucha editorial. La pugna entre diferentes ideologías políticas quedó expresada en la prensa escrita (Gurmandi, 2012).

En 1963, el diario Crónica sale a la luz mientras el diario Crítica deja de existir. Por otra parte, la dictadura militar que llega en 1976, censura y cierra de medios de comunicación, además se registraron muertes y desapariciones de los responsables de prensa normalizando estas situaciones. Según el listado de la Asociación de Prensa de Santa Fe, alrededor de 140 periodistas y trabajadores de prensa fueron asesinados en los asesinatos "triple A" (Alianza Argentina Anticomunista), los cuales fueron mecanismos para imponer la fuerza de miedo, represión social y la dictadura militar de 1976 y 1983 (Servetto, 2008).

Al mismo tiempo, se crean otros periódicos dedicados exclusivamente a información económica desde la perspectiva gubernamental. Por otra parte, con el regreso de la democracia en 1983, la innovación fue la creación del periódico "Página/12" de Jorge Lanata, porque su perfil editorial prioriza los derechos sociales y de las minorías; a la par del impacto de sus investigaciones. Ya para los años 90 surgieron varias empresas que concentran su actividad en los medios de comunicación, actividades periodísticas y otras (Gurmandi, 2012).

Periodismo en Argentina en la actualidad.

El estudio de las noticias de cuatro periódicos argentinos con diferentes posiciones editoriales y diferentes perfiles de lectores permite identificar procesos y analizar los modelos periodísticos que guían a quienes producen las noticias del primer anillo de difusión informativa. Los periódicos siguen siendo el medio con mayor producción periodística y son el principal insumo de otros medios que basan su agenda diaria en la información y fuentes que presentan los periódicos (Amado, et al, 2018, p.14).

El proyecto Journalistic Role Performance, es un esfuerzo transnacional impulsado por la teoría establecida en 2013 para analizar sistemáticamente el estado de las culturas periodísticas en el panorama de los nuevos medios en todo el mundo. En el que participaron 23 países, incluido Argentina, fue diseñado para identificar los roles que han asumido los periodistas durante la realización de reportajes, para lo cual se han seleccionado todas las noticias del cuerpo principal de cada una de las ediciones de los días seleccionados (Amado et al, 2016, p.26).

Del análisis de contenido de 3400 noticias seleccionadas con este procedimiento representativo, la mayoría de las noticias en los periódicos principales (61%) tenían el formato de artículo clásico que se centra en informar hechos describiendo las circunstancias bajo las cuales ocurrió el evento reportado. Una tercera parte eran noticias, es decir, noticias breves de no más de tres párrafos con información sobre acontecimientos. Las noticias, que permiten al periodista narrar la historia describiendo su propia experiencia con un lenguaje más vivo y atento, representan el 6% de las noticias encuestadas (Amado et al, 2018, p.15).

En las últimas décadas, en Argentina, el periodismo de investigación ha jugado un papel significativo, especialmente en la reconstrucción y difusión de crímenes cometidos durante los regímenes militares (1966-1973 y 1976-1983) y casos de corrupción relacionados con el sobrepago de obras o servicios públicos, enriquecimiento ilícito de funcionarios, calidad de la gestión gubernamental tanto en períodos de facto como durante gobiernos constitucionales (Amado et al, 2018, p.8).

Actualmente, los principales diarios (como La Nación y Clarín), algunas revistas de distribución nacional (como Noticias) y algunos programas de televisión (como Periodismo para Todos de El Trece TV) cuentan con periodistas o equipos que se ocupan del género investigativo. Muchos de los temas de la agenda mediática tuvieron su origen en esta práctica; aún así, el periodismo parece perder credibilidad en cuanto a la cantidad de medios dedicados a la investigación y a los profesionales que se dedican a ella.

Si bien es prematuro definir relaciones causales estrictas para este fenómeno, se puede suponer que el periodismo de investigación está influenciado por varios factores, mismos que podrían incluir la campaña de acoso contra medios y periodistas críticos por parte de los gobiernos de turno (locales, nacionales), la migración del público a plataformas web con contenidos rápidos, superficiales y de distribución gratuita; la creciente crisis estructural del sector mediático por falta de recursos económicos, el cambio en los hábitos de consumo de información (Amado, 2016, p.76).

El sistema mediático de Argentina y el monopolio de Clarín.

La historia del Grupo Clarín comienza en 1945, año de fundación del diario Buenos Aires Clarín. Nació con la vocación de ser un periódico masivo y de calidad, privilegiando la información y con el compromiso con el desarrollo integral de la Argentina; llegó a convertirse en el primer diario nacional y en uno de los diarios en español de mayor circulación en el mundo (Grupoclarín, 2016).

Grupo Clarín ha sido protagonista de los cambios que viven los medios de comunicación en toda Latinoamérica; paulatinamente ha añadido nuevas y variadas actividades de impresión y crecido a la par de la evolución tecnológica para llegar a su audiencia a través de nuevas plataformas y canales, además de nuevos lenguajes audiovisuales y digitales. El grupo entró así en el campo de la radio y la televisión. Hoy, Clarín es propietario de uno de los dos principales canales de televisión abierta en Argentina (ARTEAR / Canal Trece) así como de emisoras de radio AM y FM. Solo en Buenos Aires sus medios compiten en un mercado que cuenta con 5 estaciones de televisión abierta, 550 estaciones de radio y 12 diarios nacionales (Grupo Clarín, 2016).

La década de los 90 estuvo marcada por un crecimiento abrumador del grupo. Clarín inició su proceso de integración horizontal y adquirió derechos televisivos, operando Canal 13 (poderoso todavía hoy en día) y Radio Mitre (una de las más escuchadas en Argentina). Tiempo más tarde, se fundaría el diario Olé, el periódico deportivo más leído del país hasta la actualidad. Por otra parte, se adquirieron los diarios La Voz del Interior, Los Andes, la señal Volver (Grossi, 2021).

Si por una parte no es posible negar su influencia como referente del periodismo, por otra, grupo Clarín también ha sido cuestionado por su actuación monopólica, ya que "cuenta también en su quehacer con una historia oscura de relacionamiento, expansión y beneficios a cargo de la dictadura y precisamente, será a partir de 1976, el año del golpe de Estado, cuando inicia su etapa de mayor despegue y expansión" (Pazos, 2019, p.80).

El rol del estado en Argentina.

Argentina ha atravesado un período en el que el papel del Estado ha sido crucial tanto en la política como en la economía, no solo por influir constantemente en el desempeño económico, sino también para el control de la mayor parte del modelo productivo económico. El Estado argentino no se había basado en la tradición europea, sino en un estado intervencionista que influía en la matriz productiva. Este modelo fue implantado desde 1989 mediante las políticas neoliberales de Menem (presidente de Argentina en el periodo: 1989- 1999) mismas que se constituyeron en la experiencia de privatización más rápida y profunda del mundo. En cuanto a la política, la democracia estadounidense fue el modelo a seguir.

En el segundo mandato de los Kirchner se produjo un cambio: se tomaron decisiones para fortalecer el estado y reincorporarlo a la economía y los servicios públicos. Algunas de estas medidas han sido la renacionalización de los servicios petroleros (YPF) del abastecimiento de agua (Aysa), de las aerolíneas nacionales, el control del sistema de fondos de pensiones (Guerrero y Márquez, 2014, p.100).

Estas oscilaciones también han definido la relación entre el Estado y los medios de comunicación: creando discrepancias por lo que dio profundos procesos de

liberalización y privatización, los medios alcanzaron la cima de su influencia en la política. En ese entonces con un papel renovado del Estado bajo los Kirchner, la situación con los medios puede caracterizarse como de polarización (Guerrero y Márquez 2014); es decir, si los medios no hablaban en favor del gobierno, lo hacían en contra, sin posiciones intermedias. Posteriormente, durante el análisis de las variables del sistema mediático capturado precisamente en el caso latinoamericano, las cuales se describirán posteriormente y resaltan esta polarización entre los medios y gobierno (Guerrero & Márquez, 2014).

Modelo Liberal capturado

El modelo liberal capturado contiene variables políticas y mediáticas, pero en este estudio se concentra en dos variables mediáticas que son relevantes para el caso de América Latina; por un lado, la eficiencia regulatoria, que está influenciada por la aproximación entre las élites políticas y mediáticas; y por otro, la instrumentalización de la función de control externo con fines políticos que ejercen los medios de comunicación. A través del análisis de estas dos variables, la captura se ejecuta a través de dos maneras: primero, mediante el acercamiento entre élites políticas y mediáticas gracias a la coincidencia de intereses políticos y mediáticos que se expresan a través de discursos electorales y reformas del mercado.

En segundo lugar, la captura ocurre cuando los actores políticos se presentan como "outsiders" embanderando discursos populistas, alejándose de los intereses de los medios, pero buscando formas de disminuir los efectos visibles de las desregulaciones neoliberales (Guerrero y Marquéz, 2014, p.105).

Amado, A., et. al. (2018) *¿Qué periodismo se hace en Argentina? Perspectivas globales y locales* [Archivo

El método utilizado por Hallin y Mancini para el estudio de los sistemas mediáticos

El método utilizado en el libro sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política (Hallin y Mancini, 2004, p.15) se realiza un análisis cuyo primer fundamento es la comprensión de las diferencias y similitudes entre los elementos comparados. De

hecho, la comparación “es la capacidad de hacer visible lo invisible” (Blumler y Gurevitch, 1995). A principios de los años ochenta, los dos académicos comenzaron su investigación comparando las noticias de la televisión estadounidense e italiana y a través de este estudio se dieron cuenta del carácter muy interpretativo de la información televisiva italiana, a diferencia del estadounidense, carácter que contradice el principio de la objetividad del periodismo (Hallin y Mancini, 2004, p.16), para el análisis comparativo se basa en la verificación a través de la relación de causalidad entre fenómenos sociales (Sartori y Morlino, 1999, p.31).

A través de este análisis Hallin y Mancini analizaron 18 países de Europa Occidental y América del Norte, centrándose en cuatro variables: la estructura de los mercados de información y el desarrollo de los medios de masas, el paralelismo político, el profesionalismo del periodismo y la intervención estatal.

El objetivo de este estudio fue definir “sistemas de medios más similares”, permitiendo la creación de conceptos que puedan ser puntos de referencia para posteriores análisis comparativos. Como resultado de este análisis, se individualizan tres sistemas de medios: pluralista-polarizado, democrático-corporativo, y liberal (Hallin y Mancini, 2004 p.3-5).

■ **Análisis de las dos variables mediáticas en el sistema liberal capturado.**

La eficiencia regulatoria en el caso de Argentina.

Una de las variables mediáticas del modelo capturado es la efectividad regulatoria que busca garantizar los derechos y libertades individuales, en lo que a teoría se refiere; intención que no necesariamente se cumple en la práctica. Como se mencionó anteriormente, desde un principio, en algunos países latinoamericanos la prensa escrita y la difusión radial se desarrollaron a través de esquemas comerciales privados, teniendo como punto de referencia a Estados Unidos y este es el caso de Argentina, allí el monopolio mediático de Clarín se ha visto afectado debido a las normativas que el gobierno instauró en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Como un ejemplo de esto, en el mandato de la presidenta Cristina Fernández

de Kirchner (2007- 2015), se produjo una relación de enfrentamientos explícitos y constantes entre el gobierno y el grupo mediático Clarín.

El enfrentamiento se evidencia a través de diferentes situaciones, por un lado, el grupo mediático se opuso al gobierno mediante artículos agresivos y cuestionadores, mediante la publicación de información, destacando el lado oscuro del gobierno a través de una investigación realizada sobre el contenido de los titulares de la portada durante cuatro meses (de septiembre a diciembre de 2009), se centra tanto en la agenda informativa, el significado y el tratamiento del título con el objetivo para entender las tendencias políticas del periódico, como consecuencia se destaca que 80 de 124 titulares se concentran en tres categorías: “La gestión gubernamental”, los “hechos de corrupción”, y la “relación entre el gobierno y los medios”, que representan el 64% de los titulares analizados. Por tanto, la oposición del periódico frente al gobierno fue evidente.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de titulares aparecidos en Clarín contra la presidente Kirchner: “La Justicia avanza en investigación sobre patrimonio de los Kirchner” (6 de septiembre de 2009). “La oposición ya está buscando formas de revisar la ley de medios” (12 de octubre de 2009). “Kirchner intenta justificar cómo ganó 27 millones de dólares en un año” (13 de diciembre de 2009)”.

Por ello, el gobierno no perdió la oportunidad de expresar su descontento con los grupos mediáticos, motivo por el cual durante sus discursos Fernández constantemente atacaba y evidenciaba sus desigualdades entre el gobierno y los medios de comunicación que deben garantizar la libertad de expresión. En un evento la presidenta Cristina Fernández de Kirchner, manifestó:

Muchas veces los medios quieren que bajemos los brazos ante todos los argentinos”. Detrás de estos mensajes negativos, de que todo está mal, se esconden otros intereses: Quieren torcer el brazo del gobierno. [...] Nadie puede mentirle a un pueblo todo el tiempo. Tarde o temprano las máscaras se caen. Confío en la inteligencia

de las personas que saben que detrás de estas configuraciones se esconden profundos intereses económicos. La transmisión oficial volvió a mostrar carteles que decían “Clarín miente” y “TN desinforma” (Cristina Fernández de Kirchner, Presidenta de Argentina, 6 de mayo de 2008, durante un acto en Malvinas Argentinas (Repoll, 2010, p.52).

Este fragmento del discurso de la presidenta Fernández pone de relieve el descontento del gobierno con el grupo mediático cuando define que los mensajes de Clarín son negativos, y que “todo está mal”, porque detrás de cada mensaje se esconden otros intereses, y que quieren “torcer el brazo” al gobierno. En este discurso, la administración de Fernández señala que el grupo mediático quiere desacreditar al gobierno. Además, afirmó que:

En Todo Noticias [TN] o Todo Negativo, como dicen los amigos, se dijo el sábado que Cristina no tenía que ir a Mendoza, y Cristina sí fue. La presidenta manifestó: ¿Clarín nervioso? Utiliza el medio para informar y no para desinformar, la gente que ya se dan cuenta de cómo son las circunstancias. Para ese diario, sólo el peronismo no debería permanecer en el gobierno (Repoll, 2009, p.52).

En este ejemplo se evidencia el descontento del gobierno con el Grupo Clarín, particularmente desde que tomó el nombre del noticiero “Todo Noticias” y lo nombró como “Todo Negativo”, demostrando que este medio en lugar de “informar” hace lo contrario: desinforma; situación que genera discrepancias entre el gobierno y el grupo mediático.

A través de esta serie de ejemplos se nota cómo la relación entre la élite política y mediática van en diferentes direcciones y entre ellos usan las herramientas que tienen a su disposición para salvaguardar y mostrar su posición, cada uno por su cuenta. Buscaron formas de defender sus intereses creando un ambiente lleno de discrepancias, ataques, agresiones que van en aumento cada vez que tienen la oportunidad de exponer acerca de cómo piensan sobre la sociedad argentina.

La instrumentalización de la función de vigilancia de los medios de comunicación.

A partir del estudio de Hallin y Mancini (2014) en democracias consolidadas (europeas y en Canadá y Estados Unidos, en América del Norte) han identificado que el profesionalismo es lo opuesto al instrumentalismo, esta variable se entiende como el control de los medios de comunicación a través de recursos externos usados por el gobierno para controlar a los medios, por ejemplo, mediante reformas a la Ley de Comunicación. Como en la Ley 26.522 de servicios de comunicación audiovisual, también conocida como ley en los medios de comunicación, cuyo objetivo es: “regular los servicios de comunicación audiovisual(...) y desarrollar mecanismos para la promoción, desconcentración y promoción de la competencia con el objetivo de reducir, democratizar y universalizar el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación” (Ley 25.522, 2015).

La Ley 26.522 también llamada Ley de Comunicación Audiovisual estuvo conformada por cinco ejes fundamentales:

1. Evitar los monopolios mediáticos y asegurar que otros pequeños y medianos medios puedan competir en el mercado de la comunicación.
2. Regularizar los contenidos que se transmiten en los distintos canales, televisión, radio; los cuales deberán ser 70% nacionales y 30% extranjeros, con el objetivo de incrementar la producción nacional.
3. Serán órganos reguladores del espectro radioeléctrico; el Estado, el sector privado y las organizaciones sin fines de lucro.
4. Creación de un organismo regulador de la información. (asignar eventos importantes)
5. Las compañías telefónicas no pueden brindar servicios de TV.

Las reformas a la ley tienen un impacto significativo en el grupo de medios Clarín, líder en Argentina, quien muestra su desacuerdo con las reformas ya que se ha visto directamente afectado al ser el único que transmitía partidos de fútbol en territorio

argentino y entre las reformas, el nuevo organismo de regulación, como se mencionó en el punto número 4 de la ley 26.522, se le atribuyó la tarea de asignar la cobertura de los acontecimientos a todos los medios, evitando el monopolio.

Es evidente que la élite política, a través de las reformas a la Ley de Servicios Audiovisuales, limita el campo de la libertad de expresión al grupo Clarín, a lo que se niega y muestra su descontento a través de varios artículos que hablan de la ley que bloquea ciertos privilegios que hasta ese momento tenía el monopolio Clarín, que se ve obligado a cumplir con las reformas para evitar sanciones.

Las reformas a la ley han llamado la atención del Comité de Protección al Periodismo (CPJ, por sus siglas en inglés: Committee to Protect Journalist) y según sus analistas dicen que el gobierno a través de sus decisiones pretende socavar la actividad del conglomerado de medios, razón por la cual el Comité: "El CPJ ha seguido supervisando la implementación para garantizar que las autoridades encargadas de hacer cumplir la ley no estuvieran sujetas a interferencias políticas indebidas" (CJP, 2008).

Otro aspecto importante en esta variable es el papel del periodismo, el periodista se convierte en una herramienta, que hablará y desempeñará su papel centrándose en intereses que no son los suyos, sino guiados por las élites políticas y mediáticas. En consecuencia, se distorsiona y limita la labor periodística que investiga, interpreta datos, transmite información, cuenta acciones, hechos que apuntan al interés público". El llamado "perro guardián" se ve afectado (Guerrero y Marquéz 2014, p.45).

En el caso argentino, según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) se suspendió un programa conducido por un periodista en radio La Plata, organizaciones indicaron que esto podría deberse a represalias contra el periodista por su trabajo y porque en su programa expresaba opiniones críticas contra el gobierno nacional.

Un ejemplo es el asesinato de un periodista que tomó por sorpresa a los medios; los casos de violencia letal contra la prensa eran raros en Argentina. El periodista fue apuñalado por atacantes no identificados conocido como activista en la

comunidad, a menudo ha escrito sobre problemas como condiciones insalubres y carreteras dañadas, el reportero había declarado que planeaba investigar a personajes políticos (CPJ, 2010).

En el caso argentino se destaca que el periodista en los ejemplos descritos; por un lado, no está protegido por la ley al momento de realizar su trabajo, y por otro, su propia vida corre peligro, y sobre todo no hay una investigación que aclare quienes son los culpables del crimen. Situaciones como estas nos hace pensar que las leyes se manejan en beneficio de las élites que tienen el poder. En una lógica de una inminente innovación de la dinámica de los medios de comunicación, Martins (2021), reflexiona que:

(...) a la luz de los discursos manifestados en espacios tradicionales, es importante recordar que este tipo de comunicación trabaja sobre, al menos dos premisas: "una fuerte despolitización en el campo de las ideas para avanzar sobre el campo de la estética y un desplazamiento discursivo hacia ideas neoliberales en lo económico y conservadoras en lo cultural. (p.9)

Una breve revisión de la situación actual del sistema mediático argentino en el contexto político, obliga mencionar la aparición de Javier Milei, un personaje libertario de extrema derecha de reciente emergencia en el escenario político y electoral. Ya en abril de 2023 se hablaba que "Milei ocupa hoy el tercer lugar en las encuestas, con más de 20% de la intención de voto, y un apoyo socialmente transversal y con mayor peso entre varones de clases medias bajas" (Stefanoni, 2023, p.7). Se considera la figura de Milei tomando en cuenta la tendencia de izquierda que ha tenido Argentina en las últimas décadas desde el origen del peronismo ya que se está creando la nueva historia política de la sociedad gaucha con tendencia de derecha.

Los hallazgos de una tesis de noviembre de 2022, dan cuenta de la influencia de los medios en el posicionamiento de Milei, ya que en uno de los datos más representativos arrojó que:

Un 47% se inclinó por la opción mucho y un 18% por la opción medianamente, lo que permite interpretar que la exposición mediática del postulante jugó y juega un papel importante

en su posicionamiento en la sociedad, sobre todo por su participación en los medios de comunicación” (Moyano, 2023, p.23).

En el análisis del sistema mediático conviene incluir la incidencia de las redes sociales; «los efectos de campaña electoral y la buena performance en la disputa porteña potenciaron el perfil digital del candidato de Avanza Libertad, Javier Milei (...) Ya desde agosto, Milei es el dirigente con mayores niveles de interés en el buscador Google, con un poco de poco más de 30 puntos de interés en septiembre (en una escala en la que 100 es el valor más elevado posible” (Social News, en Martins, 2021, p.4).

Respecto a los potenciales escenarios políticos, ¿en qué consistirá la incidencia de los medios tradicionales, en sus versiones *off line* y *on line*? las respuestas a las propuestas de Javier Milei, como actor de la política en Argentina: “marcaron que los principales canales de información fueron internet 68%, redes sociales 52%, televisión 39%, radio 26 quedando rezagados diarios 17% y revistas 1%”. (Moyano, 2023, p. 23). En un importante porcentaje de población joven crece la credibilidad y confianza en las redes sociales más que en los medios tradicionales; hecho que como es público, se nota ya en los nuevos resultados electorales.

■ Conclusiones

Este artículo describe el sistema mediático capturado, enfocándose en el caso argentino y específicamente en el grupo de medios Clarín, líder en el mercado de comunicación. Se relata su origen e historia, destacando cómo se ha convertido en un contribuyente significativo a la importante industria cultural argentina y generador de empleo calificado.

Por un lado, se analizan las variables de Hallin y Mancini: el desarrollo de la prensa de masas, el papel del Estado y el profesionalismo. Además, se describen dos variables mediáticas pertenecientes al sistema liberal capturado. La primera variable, relativa a la eficiencia regulatoria, busca garantizar la libertad de expresión y está claramente influenciada por los vínculos entre las élites políticas y mediáticas.

En Argentina, se observa cómo los intereses de las élites políticas y mediáticas discurren en direcciones opuestas. Por un lado, el grupo Clarín utiliza sus canales para expresar una postura evidentemente contraria al gobierno, atacándolo, como se muestra en el análisis de 124 artículos, de los cuales 80 tratan sobre la gestión gubernamental. Por otro lado, el gobierno ataca de manera similar a través de discursos que intentan desmentir los mensajes de Clarín, acusándolo de desinformar.

La instrumentalización de la función vigilante de los medios es la segunda variable mediática, considerada por Hallin y Mancini como contraria al profesionalismo. Esta situación se ve influenciada por controles externos con fines políticos, convirtiendo al periodista en una herramienta de intereses políticos y comprometiendo su libertad para abordar cuestiones de interés común.

El periodista argentino no solo se convierte en un instrumento para realizar su trabajo, papel que lo vuelve una figura incómoda para los intereses de ciertos grupos afines al gobierno, ya que pone en juego su propia vida y no está protegido en el desempeño de su trabajo, como se ve en el ejemplo descrito.

Otro aspecto tratado en este artículo fue la Ley de Comunicación de Servicios Audiovisuales, que ha sido utilizada por el gobierno como herramienta para controlar los medios y gestionarlos según sus propios intereses. Evidentemente, el grupo Clarín se ha visto afectado, por lo que el Comité de Protección al Periodismo también ha comenzado a investigar y monitorear la situación.

Este artículo se basa en el tercer capítulo de la tesis titulada *Sistemi mediali nei paesi latinoamericani: il caso: Messico, Argentina e Brasile*, donde se analizan los países latinoamericanos del G-20 y, posteriormente, se realiza un análisis comparativo entre los tres casos mencionados. Para mayor información, se encuentra disponible en el repositorio bibliotecario de la Universidad de Siena. Además, este artículo puede ser utilizado como un recurso que facilitará la comprensión del desarrollo de los actuales escenarios argentinos entre las élites políticas y mediáticas.

Referencias

- Amado, A., et. al. (2018) *¿Qué periodismo se hace en Argentina? Perspectivas globales y locales* [Archivo PDF]. <https://www.infociadana.org.ar/wordpress/wp-content/uploads/2018/09/Qué-periodismo-se-hace-en-Argentina.pdf>
- Asociación de prensa Santa Fe. (2010). *Listado alfabético de escritores, periodistas y trabajadores de prensa desaparecidos y asesinados por la triple a y la dictadura militar 1976-1983* [Archivo PDF]. <https://apsf.org.ar/wp-content/uploads/2010/10/Escritores-y-periodistas-desaparecidos.pdf>
- British Broadcasting Corporation – BBC (2014). *¿Qué es el G-20 y por qué importa?* https://www.bbc.com/mundo/lg/economia/2009/03/090317_1530_g20_mes
- Becerra, M. (2010). *Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina* [Archivo PDF]. <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-nacional-de-avellaneda/historia-de-la-comunicacion/becerra-las-noticias-van-al-mercado/7708758>.
- Blumler J. & Gurevitch M. (1995). *The crisis of public communication*. Editorial Routedge
- Committee to Protect Journalist S. A. (10 de febrero 2009) *Ataques a la prensa en el 2008: Argentina*. <https://cpj.org/es/2009/02/argentina/>
- Comittee To Protect Journalists.. S.A (15 de febrero 2011) *.Ataques a la prensa en 2010: Argentina*. <https://cpj.org/es/2011/02/ataques-a-la-prensa-en-2010-argentina/>
- Guerrero M., y Marquéz M.,(2014) *Media Systems and Communication Policies in Latin America*, Palgrave Macmillan.
- Grossi, N. (28 de enero 2021). *Cómo Clarín se hizo con el poder mediático*. Somos periodismo. es. <https://somosperiodismo.es/historias/grupo-clarin-y-el-caso-papel-prensa/>
- Grupo Clarín(s.f.). *Origen y Evolución*. <https://grupoclarin.com/institucional/origen-evolucion>
- Gurmandi A. (2012). *Historia General de los Medios y Sistemas de Comunicación. Medios y su historia Buenos Aires* [Archivo PDF]. <https://mediosyuhistoria.wordpress.com/2012/06/22/151/>
- Hallin D. & Mancini P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, Cambridge, University Press. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600701471708?journalCode=upcp20>
- Journalistic Role performanceS.A (2023). *The project. Journalistic Role Performances*. <https://www.journalisticperformance.org/the-project>
- Lauría, C. (10 de febrero 2009). *Ataques a la prensa en el 2008: Análisis*. Committee To Protect Journalists. <https://cpj.org/es/2009/02/analisis/v>
- Ley 26.522. (2015). *Servicios de Comunicación Audiovisual*. https://www.enacom.gob.ar/ley-26-522_p2709
- Martins, M. (2021). *Libertarios, redes y campaña electoral: el caso de Javier Milei en Instagram*. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 7(2), <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/7347/6347>.
- Moyano, M. (2023). *La imagen de Javier Milei y los medios de comunicación - año 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Siglo 21]. <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/27411/TFG%20-%20Mariano%20Moyano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pazos, J. (2019). *Medios de Comunicación ¿al servicio de quién?* Icaria Editorial.
- Pietro R., Walter E., Mason A., Cozza L. (2011) *La autorreferencialidad en la televisión argentina: análisis del programa Showmatch respecto a los escándalos de sus protagonistas y réplicas*. [Tesis de Licenciatura, Universidad del Salvador], <https://racimo.usal.edu.ar/3807/>.
- Repoll, J. (2010). *Política y medios de comunicación en Argentina: Kirchner, Clarín y la Ley. Andamios*, 7(14), 35-67. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632010000300003

Sartori G. & Morlino L. (1999). *La comparación de las ciencias sociales*. Alianza Editorial.

Servetto, A. (2008). Memorias de intolerancia política: las víctimas de la Triple A (Alianza Argentina Anticomunista). *Antíteses*, 1(2), 439-454.

Stefanoni, P. (2023). *¿Quién llora por Argentina? Elecciones en medio de la crisis*. [Archivo PDF]. https://doi.org/10.33960/AC_06.2023.