



En la confrontación entre el gobierno argentino y la prensa, pierde el periodismo

Un informe especial del Comité para la Protección de los Periodistas



Comité para la Protección de los Periodistas

En la confrontación entre el gobierno argentino y la prensa, pierde el periodismo

En la intensa batalla entre el gobierno de la presidenta argentina Cristina Fernández de Kirchner y los medios de comunicación críticos, como los pertenecientes al Grupo Clarín, la credibilidad del periodismo está en juego. Los ciudadanos argentinos están siendo privados de fuentes informativas objetivas sobre cuestiones políticas y económicas de vital importancia para el país. **Un informe especial del CPJ por Sara Rafsky**



Diarios, incluyendo a Clarín, anuncian la elección de la Presidenta argentina Cristina Fernández de Kirchner en Buenos Aires, el 29 de octubre de 2007. (Reuters/Alvarado)

Publicado el 27 de septiembre de 2012

BUENOS AIRES

A Guillermo Moreno, secretario de Comercio Interior de Argentina y una de las figuras más poderosas y pintorescas del gobierno, se le ha visto los últimos meses portando una amplia gama de llamativos accesorios. En el Congreso, lo vieron entregando tradicionales alfajores argentinos. En una fotografía captada en un avión chárter del gobierno, un globo flota encima de su cabeza. Y durante la misión oficial del gobierno argentino a Angola en el mes de mayo, un funcionario fue fotografiado mientras repartía medias a niños pobres. Toda esta parafernalia tenía el mismo fondo blanco con una leyenda sencilla: "Clarín Miente".

Grupo Clarín, propietario del diario más leído del país, *Clarín*, así como de radioemisoras, canales de televisión abierta y cable, y un proveedor de servicio de Internet, es el principal conglomerado de medios de Argentina y uno de los mayores de Latinoamérica. También es el principal adversario de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner en una batalla que enfrenta, de un lado, al gobierno y a los medios aliados del gobierno, y del otro, a los que se oponen a la administración. La principal arma gubernamental es financiera: sustenta, por medio de la publicidad oficial, medios con línea editorial favorable, mientras le niega ese ingreso a otros, como *Clarín*. Los medios críticos, por su parte, denuncian incesantemente al gobierno.

La consecuencia de esta ardua pelea es una prensa altamente polarizada. Por un lado, los críticos de Kirchner la acusan de coartar la libertad de prensa al recompensar a los medios simpatizantes y silenciar -- mediante regulaciones y el reparto de la publicidad oficial-- a los medios que se le oponen. Por otro lado, muchos creen que Clarín tiene demasiado poder y que utiliza su enorme red de medios para impulsar sus intereses comerciales particulares.

Horacio Verbitsky, conocido periodista argentino y ganador del Premio Internacional a la Libertad de Prensa del CPJ en 2001, a quien se considera alineado con el gobierno de Kirchner, declaró al CPJ: "En mi opinión, Clarín y [otro periódico crítico del gobierno] La Nación comenzaron esta pelea, y lo hicieron en defensa de sus propios intereses político-económicos".

"¿No vamos a investigar la corrupción?", replica visiblemente molesto Martín Etchevers, portavoz del Grupo Clarín. "¿No vamos a decir que las estadísticas de inflación que el gobierno publica son falsas? Eso no es polarización ni oposición política", aseveró Etchevers al CPJ, dando un manotazo sobre la mesa. "Eso es periodismo".

En realidad la credibilidad del periodismo está en juego, mientras que los medios de cada grupo dedican cada vez más espacios informativos a descalificarse. En tanto, los ciudadanos argentinos no pueden confiar en que la prensa gráfica y los medios audiovisuales les brindarán información objetiva sobre temas cruciales para la vida nacional como la corrupción, la inflación, la delincuencia, la seguridad de la infraestructura, la desaceleración del crecimiento económico y la posibilidad de que Kirchner se postule para un tercer período presidencial. Puesto que Argentina no tiene una ley federal de acceso a la información, la falta de fuentes objetivas es especialmente nociva para la sociedad.

Mónica Baumgratz, coordinadora del Programa de Monitoreo de la Libertad de Expresión de la organización Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), expresó al CPJ que la situación es preocupante. Cuando todos los medios están desacreditados, hasta la verdad es sospechosa, explica Baumgratz.

Las cosas no siempre fueron de esta manera. Durante la presidencia del difunto esposo de Cristina Fernández de Kirchner, Néstor Kirchner, quien gobernó en el período 2003-2007, y al inicio del primer mandato de Cristina (ella fue reelegida en octubre de 2011), Clarín disfrutó de una relación privilegiada con el poder ejecutivo. Graciela Mochkofsky escribió en su libro *Pecado original: Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*, que Néstor Kirchner "se fascinó genuinamente con [Héctor] Magnetto" (el poderoso presidente y director ejecutivo del Grupo Clarín, en el cargo desde hace tiempo), una simpatía que se reflejaba en almuerzos compartidos, regulares y en las primicias que Clarín recibía con relación a acciones de gobierno. Y fue Néstor Kirchner quien aprobó en 2007 la fusión que le otorgó a Clarín el control de una de las mayores empresas de TV por cable de Latinoamérica. La relación cambió en 2008, cuando el gobierno incrementó el impuesto de exportación al sector agrícola y la cobertura informativa de Clarín se puso del lado de los productores agropecuarios que iniciaron una huelga en protesta por tal medida. El gobierno acusó a Grupo Clarín de estar



En un discurso en 2010, Kirchner indicó que Clarín y La Nación utilizaron Papel Prensa, la empresa productora de papel periódico, para imponer un monopolio mediático. (AP/Eduardo Di Baia)

parcializado debido a sus propios intereses económicos en el sector agropecuario. Clarín y el Grupo Nación (propietario éste de varias publicaciones impresas y digitales así como del diario del mismo nombre) son los principales organizadores de Expoagro, la mayor exposición agropecuaria anual del país.

Antes de esta disputa, Clarín recibía considerables montos en concepto de publicidad oficial de parte del gobierno nacional, de acuerdo con "Quid pro quo: La publicidad oficial en la Argentina y sus múltiples facetas", un informe publicado por la organización sin fines de lucro Poder Ciudadano en diciembre de 2011. El autor del informe, Martín Becerra, investigador y profesor de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de Quilmes y en la Universidad de Buenos Aires, analizó la publicidad televisiva y concluyó que la asignación de publicidad del gobierno nacional a los canales propiedad de Grupo Clarín entre mayo y octubre de 2011 había sido prácticamente nula.

La asignación de publicidad oficial es común en Latinoamérica y tiene la función expresa de mantener informada a la sociedad acerca de los servicios y las políticas públicas. De conformidad con el Artículo 13 de la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), la asignación arbitraria y

discriminatoria de la publicidad oficial debe estar expresamente prohibida por la ley, lo cual significa que no debe utilizarse como recompensa o castigo por la cobertura informativa de la gestión gubernamental.

No obstante lo anterior, un informe publicado en 2008 por el Open Society Institute, reveló que la práctica en general es poco regulada y muy abusada en la región, hasta el punto de actuar como una especie de "censura indirecta". En junio, el presidente ecuatoriano Rafael Correa declaró que suspendería toda la publicidad oficial en los medios privados ecuatorianos con quienes mantiene un intenso conflicto.

Un turbio mercado de fondos gubernamentales

En Argentina, el reparto de la publicidad oficial, así como el criterio para su asignación, no están reglamentados, lo cual se refleja en la opacidad con que se maneja a escala nacional, provincial y municipal, no importa el partido político que está en el poder. (La excepción es la provincia de Tierra del Fuego, que adoptó regulaciones en 2008). Sólo dos de las 23 provincias argentinas respondieron en su totalidad a los pedidos de información que Poder Ciudadano interpuso para la realización de sus informes sobre el gasto de publicidad oficial, explicó Becerra al CPJ.

Según Andrés D'Alessandro, director ejecutivo de FOPEA, la asignación de publicidad oficial ha sido un problema sistémico para el periodismo argentino a lo largo de la historia del país. Los medios de prensa durante mucho tiempo han sido susceptibles a las represalias por sus denuncias, represalias que se han manifestado mediante fluctuaciones en la publicidad oficial, bajo todos gobiernos, independientemente de su afiliación política. La problemática ha cobrado mayor interés recientemente, afirma D'Alessandro, porque el

gasto en publicidad oficial ha aumentado en forma drástica durante la gestión de Cristina Fernández y Néstor Kirchner.

Becerra halló que en 2010 el gobierno nacional se convirtió en el principal anunciante del país, y superó a las multinacionales Unilever y Procter & Gamble hasta alcanzar el 9 por ciento del mercado publicitario total. Ese año, el gobierno nacional gastó aproximadamente 278,6 millones de dólares, en comparación con 10,5 millones en 2003. Las cifras de 2010 ascendieron marcadamente respecto al año anterior en parte debido al número de anuncios mostrados durante el programa "Fútbol para Todos", que en agosto de 2009 arrebató del Grupo Clarín los derechos de transmisión televisiva de los partidos de fútbol de la primera división argentina. Grupo Clarín había emitido los partidos en su canal de deportes por cable durante casi dos décadas y poseía los derechos de transmisión hasta 2014. La decisión de transmitir los partidos en la televisión pública fue extremadamente popular, pero sus críticos argumentaron que la medida tenía la intención de golpear al Grupo Clarín a la vez que proporcionaba al gobierno oportunidades para colocar anuncios en el horario de mayor audiencia de la programación en el año previo a las elecciones de 2011. En los partidos de fútbol abundan anuncios oficiales que celebran a los Kirchner y atacan a la oposición. La asignación discriminatoria de la publicidad oficial no se limita al Grupo Clarín. Editorial Perfil, la principal editorial de revistas del país, demandó al gobierno por su política de distribución de la publicidad oficial. En marzo de 2011, la Corte Suprema de Justicia falló a favor de Perfil y sostuvo que el gobierno debía aplicar un equilibrio razonable en la distribución de publicidad. Siete meses después, Perfil reclamó que el gobierno había colocado sólo ocho anuncios desde el fallo (entre ellos uno que señalaba: "La editorial que publica este diario ha distinguido a empresas que hoy están siendo denunciadas... por trata de personas y esclavitud laboral"). En marzo, el poder judicial multó al gobierno por incumplimiento del fallo y el 14 de agosto un tribunal de apelaciones federal ratificó la decisión y ordenó aplicar al gobierno una multa de 1.000 pesos por día de demora.



Periodistas en la redacción de Clarín, que estuvo alineado con los gobiernos de los Kirchner hasta 2008. ((AP/Ezequiel Pontoriero)

La discriminación en la distribución de la publicidad oficial no es terreno exclusivo del gobierno nacional. Según el informe de Becerra, la Ciudad de Buenos Aires --dirigida por el intendente Mauricio Macri, opositor de Kirchner-- favorece a empresas de medios como Clarín y La Nación a expensas de los medios públicos y los que respaldan al gobierno de Kirchner. Sin embargo, el gobierno de Macri representa solamente el uno por ciento del mercado publicitario de Argentina.

De acuerdo con FOPEA, la situación es inclusive peor para los pequeños medios de provincia, muchos de los cuales dependen casi exclusivamente de la publicidad oficial para su supervivencia económica y, por tanto, son vulnerables a las presiones de los funcionarios de gobierno sobre su línea editorial. Marisa Rauta, directora del *Diario de Madryn*, manifestó al CPJ que cuando el gobierno de la provincia de Chubut retiró toda su publicidad del diario en diciembre de 2010 tras la publicación de denuncias en el diario, ella tuvo que reducir la redacción a la mitad y eliminar varias secciones. En marzo de 2011, un tribunal local dictaminó que el gobierno tenía que restablecer la publicidad pero, sostuvo Rauta, el periódico seguía operando a capacidad reducida.



Empleados de Cablevisión, operador de cable propiedad del Grupo Clarín, protestan durante una inspección impositiva en 2011 que consideraron acoso del gobierno de Kirchner. (AFP/Juan Vargas)

La otra cara de la publicidad oficial es que tener una cobertura favorable al gobierno rinde beneficios. Según un estudio citado en varias publicaciones, los cuatro periódicos pertenecientes a Grupo Uno, otrora enemigo y en la actualidad aliado del gobierno de Kirchner, recibió 8,2 millones de dólares en publicidad oficial del gobierno nacional en 2011, un aumento en comparación con los 830 mil dólares recibidos en 2010 por el mismo concepto. El estudio también halló que el oficialista Grupo Veintitrés recibió 6 millones de dólares--más que cualquier otro grupo-- en los primeros cuatro meses de 2012. En comparación, Clarín recibió 109 mil dólares, una caída del 61 por ciento en relación con el mismo período de 2011. El portavoz de Clarín, se ha referido al aporte de recursos otorgados al Grupo Veintitrés y a otros grupos como "una colonización del espacio mediático" y un intento de utilizar fondos públicos para establecer una amplia red de medios que, según su grado de compromiso, son "paraoficiales," "cooptados" o "pro gobierno" y dependen completamente de la publicidad oficial para sobrevivir, según Etchevers. (Ninguno de los artículos mencionaban al consultor privado que realizó el estudio. Algunos analistas de medios han afirmado que el consultor fue contratado por Grupo Clarín, lo cual es negado por el grupo).

Roberto Caballero, director de *Tiempo Argentino*, un diario propiedad de Grupo Veintitrés, sostiene que aunque le preocupa la posibilidad de que la publicidad oficial "genere periodistas *zombies*" sin independencia editorial, no ve nada malo en que el gobierno le otorgue publicidad a su diario a expensas de grupos como Clarín y La Nación. "Creo que la distribución de la publicidad oficial debe ser regulada y repartida de forma igualitaria, pero siempre beneficiando a los medios más chicos" que reciben menos publicidad de particulares, señaló al CPJ. Caballero también observó que Clarín nunca objetó la manera en que la publicidad se distribuía

en los gobiernos anteriores, cuando Clarín se beneficiaba y otros periódicos sufrían: "Ellos son los que se empacharon de forma glotona. Ahora, después de 40 años así ¿por qué tenemos que repartir?". Por su parte, Grupo Uno no respondió a las solicitudes telefónicas y por correo electrónico para efectuar comentarios.

Un amplio espectro de periodistas, académicos y miembros de la sociedad civil entrevistados por el CPJ en Argentina durante el mes de abril, en general manifestaron que la censura no era motivo de preocupación en el país. No obstante, en una encuesta llevada a cabo por FOPEA con una muestra de unos mil periodistas argentinos en 2011, la dependencia de la publicidad oficial fue calificada como el tercer reto más serio al que se enfrenta el periodismo argentino, después de los bajos salarios y la falta de profesionalismo. El 58 por ciento de los encuestados coincidieron en que el periodismo en el país estaba "condicionado" y el 72 por ciento manifestaron que el departamento comercial de su diario ejercía influencia sobre la redacción.

La Secretaría de Comunicación Pública, responsable de las políticas comunicacionales del gobierno, de la operación de los medios estatales y de la difusión de la posición oficial de la presidencia, no respondió a reiterados pedidos telefónicos y por correo electrónico para una entrevista. El gobierno de Kirchner ha rechazado públicamente los cuestionamientos sobre la publicidad oficial con el argumento de que, por ser equivalente al nueve por ciento del mercado publicitario nacional total, tiene una influencia insignificante.

Obsesionados por el pasado

En todo caso, el gobierno dispone de otros instrumentos. Además de distribuir parafernalia con el eslogan "Clarín mente", la administración de Kirchner ha acusado al grupo de ser un monopolio y hasta de cometer delitos de lesa humanidad durante la brutal dictadura militar que ocupó el poder en Argentina de 1976 a 1983. Tanto Clarín como La Nación han sido criticados por haber permanecido callados acerca de los crímenes de la dictadura y muchos argentinos creen que alinearse con la junta militar les permitió a ambos grupos alcanzar una influencia desmedida.

Los Kirchner --a quienes muchos les otorgan el mérito de continuar el proceso iniciado por el ex presidente Raúl Alfonsín para enjuiciar a los líderes de ese oscuro capítulo de la historia argentina-- han acusado a los propietarios de Clarín y La Nación de actuar en contubernio con la dictadura para forzar la venta de Papel Prensa, la única empresa productora de papel periódico del país, por parte de su propietario original (cuya familia fue posteriormente arrestada y torturada por la junta). Ambas empresas de medios han rechazado las acusaciones. Clarín contestó al CPJ en una declaración enviada por correo electrónico que se trataba de un "bastardeo de la bandera de los derechos humanos". Una investigación iniciada por un tribunal federal sigue su curso. La propietaria de Clarín fue también acusada de adoptar ilegalmente a hijos de personas desaparecidas por el régimen, pero tales acusaciones fueron desvirtuadas por los resultados de exámenes de ADN.

"La prensa argentina en general nunca hizo un mea culpa por su cobertura periodística durante la dictadura. Con matices en el desempeño de cada uno, Clarín y La Nación tampoco lo hicieron", señaló D'Alessandro al CPJ. "Y por ello tienen un flanco abierto para que les peguen, les critiquen y vinculen cualquier cosa del presente a su rol en la dictadura". Grupo Clarín, en la declaración enviada al CPJ, afirmó: "Dentro del contexto de esa época, Clarín tuvo espacios de cuestionamiento que no eran precisamente comunes en la prensa de entonces", y citaron las denuncias de la persecución cultural y la cobertura de la visita de delegados de la

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. La Nación no respondió a pedidos para efectuar comentarios.

En diciembre de 2011, Hebe de Bonafini, presidenta de la legendaria asociación de derechos humanos Madres de Plaza de Mayo --quien ha sido criticada en algunos círculos por su estrecha relación con el gobierno de Kirchner-- organizó un juicio público contra Clarín en la principal plaza de Buenos Aires por su presunta complicidad con la junta.



El gobierno ha impuesto criterios de productividad sobre Papel Prensa, la única empresa productora de papel periódico en Argentina. (AP/Natacha Pisarenko)

Los señalamientos públicos contra toda persona vinculada al Grupo Clarín irritan en particular a Miguel Wiñazki, el secretario de redacción del diario *Clarín*. El sector comercial de la empresa "se puede defender por sí solo", Wiñazki afirmó al CPJ. Pero los ataques contra los periodistas individuales "están descreditando el trabajo periodístico".

En gran medida esas críticas se vierten desde los medios financiados con fondos públicos. Uno de los principales espacios para los ataques es el programa de televisión "6,7,8," donde los presentadores y sus invitados disfrutaban al insultar a periodistas conocidos, como a Joaquín Morales Solá --columnista de *La Nación* que estuvo más de una década con *Clarín*--, quien fue blanco de una canción de mofa acompañada de un video en los que se insinuaba que había cometido actos indignos durante la dictadura y se mostraba una imagen suya con cuerpo de gorila. Jorge Lanata, uno de los periodistas más críticos del gobierno, es otro blanco frecuente. Cuando Lanata declaró en su entonces programa de televisión por cable que el mundo se "reía" de Argentina por causa de su gobierno, el programa "6,7,8" de inmediato salió en defensa de Kirchner y compuso un montaje de titulares internacionales favorables al gobierno.

Los críticos del gobierno se quejan de que este contenido televisivo altamente politizado se transmite con fondos de los contribuyentes al erario público en un canal estatal. D'Alessandro advirtió que la ausencia de reglamentación del sector de los medios públicos es un problema de larga data en Argentina. Verbitsky, por su parte, indicó al CPJ: "[El canal público] debería tener un comportamiento neutral y pluralista, lo que no tiene. Si fuera la única fuente de información, la situación sería intolerable". Sin embargo, agregó Verbitsky, se debe tomar en cuenta el vasto entorno mediático en poder de Clarín.

Cristina Kirchner no ha vacilado en sumarse a la confrontación. La presidenta y su entorno han calificado a los periodistas y ejecutivos de medios que se le oponen de "Nazis" y "mafiosos". Muchos argentinos dicen que los medios críticos del gobierno también son culpables de una retórica excesiva y hasta absurda. Lanata ha acusado al programa "6,7,8" de ser "Goebbels puro" y al gobierno de "molestarle la libertad" por decir que lo sancionarían por fumar, en violación de la ley, en su programa de televisión abierta. Inclusive Caballero, director del oficialista *Tiempo Argentino*, protestó que "en *Clarín* y *La Nación* me agreden permanentemente".



Hebe de Bonafini, presidenta de la organización de derechos humanos Madres de Plaza de Mayo, con una pancarta que muestra portadas de *Clarín* durante la dictadura militar argentina. (AFP/Juan Mabromata)

Laura Zommer, periodista de *La Nación*, comentó que el clima está tan enrarecido que los periodistas se autocensuran por miedo a cómo sus notas serán interpretadas. Cuando cualquiera es clasificado "como amigo o enemigo, muchos prefieren quedarse callados", subrayó Zommer. FOPEA coincide en que tal atmósfera es nociva para el ejercicio del periodismo. "Cierran las fuentes, [los funcionarios de gobierno] no invitan a cubrir eventos públicos, no responden preguntas en las conferencias de prensa y lanzan campañas de descrédito", amplió D'Alessandro. Destacados reporteros se han quejado de la escasez de conferencias de prensa presidenciales (cinco en la gestión de Kirchner hasta septiembre) y sostienen que los funcionarios los engañan a propósito. Kirchner declaró en una charla informal ante periodistas que cubren la Casa Rosada que "para información oficial están mis discursos. Yo no voy a hablar contra mí misma", según informes de prensa. A escala provincial y municipal, según las investigaciones del CPJ, los periodistas enfrentan el riesgo de sufrir violencia física por criticar a funcionarios de gobierno.

Pugna por la ley de medios audiovisuales

Dos iniciativas gubernamentales han trasladado la batalla a las esferas legislativa y judicial. En diciembre de 2011, una nueva ley estableció que el papel periódico era un producto de interés público cuya fabricación sería regulada por el gobierno, y creó criterios de productividad para la empresa Papel Prensa, de la cual *Clarín* y *La Nación* son propietarios mayoritarios (el Estado es el tercer socio en la empresa). Ambos grupos de medios protestaron contra lo que describieron como otro ataque contra los principales críticos del gobierno.

Sin embargo, muchos analistas catalogaron la iniciativa de necesaria para contrarrestar el control monopólico de ambas empresas sobre el mercado del papel periódico.



Simpatizantes del gobierno celebran la aprobación de la ley de medios audiovisuales en las afueras del Congreso en Buenos Aires, el 10 de octubre de 2009. (AP/Alberto Raggio)

De igual manera, una ley de medios audiovisuales promulgada en 2009 para reemplazar una norma de la época de la dictadura, fue impulsada para combatir los monopolios y democratizar la propiedad de las estaciones de radio y televisión, así como el acceso a ellos, según el gobierno. Por su parte, políticos opositores argumentaron que se trataba de un instrumento para que el gobierno ejerciera mayor control sobre el contenido informativo y obligara a Clarín a desprenderse de algunos medios. De conformidad con algunas disposiciones de la ley, la empresa pudiera perder una cantidad significativa de sus activos, que abarcan seis diarios, ocho revistas, un canal de televisión de señal abierta, seis canales de cable, dos radioemisoras, una empresa de TV por cable, y un proveedor de servicio de Internet, así como otros negocios.

La implementación de la normativa que obligaba a desprenderse de activos estuvo interrumpida en la justicia hasta mayo último, cuando la Corte Suprema falló que los grupos de medios tenían hasta el 7 de diciembre para acatar la norma. Clarín espera el desenlace de un último recurso que plantea la inconstitucionalidad de la ley. También argumenta que el gobierno no ha demandado a otros grupos de medios que lo respaldan mediante su línea editorial, y a los que Clarín señala de violar varias de las normativas de la ley. "No buscan crear nuevas voces, buscan callar algunas voces", condenó Etchevers. Kirchner ha declarado que el gobierno no hará que ningún grupo se desprenda de activos hasta que el pleito jurídico con Grupo Clarín, empresa en posición de perder la mayor cantidad de activos, se haya dilucidado. Clarín también ha denunciado que el empleo cada vez con mayor frecuencia por parte de Kirchner de cadenas de radio y televisión, es una violación de la ley, que prevé las cadenas sólo pueden utilizarse para circunstancias excepcionales. La presidenta ha contestado que sus cadenas son legales.

El ritmo de implementación de la ley ha frustrado a algunos analistas de medios, inclusive a algunos que argumentaron que la partición de Grupo Clarín era esencial para permitir la llegada de nuevas voces a los medios. Becerra, autor del estudio sobre la publicidad oficial y firme defensor de la ley, expresó al CPJ que todas las partes son responsables de la dilación en su ejecución. "Es responsabilidad del gobierno porque está tan obsesionado por la pelea con Clarín que se distrae en la implementación de la ley. Sólo quieren

implementar aquellos aspectos de la ley que van en contra de Clarín", precisó Becerra. Al mismo tiempo, Clarín, que según Becerra "está acostumbrado a que el gobierno legisle en su favor", ha bloqueado el progreso de la ley gracias a un "ejército de abogados". Y la oposición política, alineada con Clarín, rehusó hasta este año integrar el nuevo ente regulador de medios creado en virtud de la ley.

Claudio Schifer, director del ente regulador, declaró al CPJ que si bien "lleva tiempo construir una casa nueva", el gobierno había avanzado en la meta de ampliar el acceso a los medios de prensa, y como ejemplo citó la creación de canales de TV universitarios y de 14 radioemisoras gestionadas por comunidades indígenas. Periodistas y analistas de todo el espectro político han elogiado la programación de nuevos canales de TV estatales dedicados a la educación y la cultura.

Sin duda alguna, los Kirchner han dado al menos un gran paso en favor de la libertad de prensa: hasta sus más acérrimos críticos en la prensa elogian la despenalización de la calumnia e injuria, en 2009. "En lo personal, yo lo pasé peor con Menem", sostuvo Wiñazki, secretario de redacción de *Clarín*, en referencia al ex presidente argentino Carlos Saúl Menem, quien en la década de los 90 interpuso una serie de querrelas penales por difamación contra periodistas críticos.

Un 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 lo 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.

Para muchos periodistas, la consecuencia más seria de la disputa no es la guerra de titulares ni la propiedad de activos, sino la perspectiva a largo plazo para la profesión misma. En julio, después de que dos de las figuras más destacadas de la prensa argentina (Víctor Hugo Morales, quien apoya al gobierno, y Jorge Lanata, uno de sus más duros críticos) intercambiaran acusaciones desagradables en los medios audiovisuales, un periodista colocó el siguiente título a un artículo sobre el episodio: "Pierde el periodismo".

Sara Rafsky es investigadora asociada del programa de las Américas del CPJ. Periodista independiente en América del sur y el Sudeste asiático, fue galardonada con la Beca Fulbright en 2008 para investigar la relación entre el fotoperiodismo y el conflicto armado colombiano.

Comité para la Protección de los Periodistas
330 Séptima Avenida, Piso 11
Nueva York, NY, 10001

Web: www.cpj.org
Twitter: [@cpjamericas](https://twitter.com/cpjamericas)
Facebook: [@cpjenespanol](https://facebook.com/cpjenespanol)

Correo electrónico: info@cpj.org
Tel: 212-465-1004