

Instituto de Investigaciones Gino Germani

VII Jornadas de Jóvenes Investigadores

6, 7 y 8 de noviembre de 2013

Camila Pelater

Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Camiy2k@gmail.com

Eje: Política, ideología y discurso

Cobertura del diario Clarín sobre la Ley de Bienes y Patrimonios Culturales

Esta ponencia propone como **objetivo** principal describir el proceso que llevo a sancionar la Ley N°25.750 de Protección Bienes y Patrimonios Culturales y la cobertura periodística realizada por el diario *Clarín*, sobre la promulgación de la Ley y su discusión en mayo y junio de 2002, y mayo y junio de 2003 en el Congreso de la Nación.

Según la Ley de Quiebras, cualquier empresa o persona jurídica acreedora de una empresa con deudas puede tomar como pago acciones de la misma para saldar la deuda: esto se conoce como mecanismo de *cram-down*. La Ley de Bienes Culturales pasó a excluir de esta posibilidad a empresas extranjeras acreedoras de empresas de servicios o bienes culturales. Concretamente, establece que ninguna empresa extranjera puede tener más de un 30% de participación accionaria en empresas nacionales que ofrezca servicios o productos culturales a partir de la entrada en vigencia de la misma.

Nuestra intención es responder los siguientes **interrogantes**: ¿De qué modo las empresas periodísticas construyen la noticia sobre un acontecimiento que afecta sus intereses corporativos? ¿Qué debates pertinentes al campo de la comunicación se desprenden a raíz de la normativa y la cobertura analizada?

Para estudiar tanto los regímenes de propiedad como los discursos que entretejen los medios de comunicación, ligaremos dos enfoques de análisis que a menudo no aparecen vinculados teóricamente. Nos referimos a la economía política de la comunicación y al análisis del discurso de los medios.

La economía política de la comunicación es una suma de disciplinas (economía, sociología, política) que se acercan al análisis social de la cultura y la comunicación (Zallo, 1988). Sus aportes nos permiten explicar el rol de los medios de comunicación teniendo en cuenta que son empresas con procesos de producción e intereses lucrativos (Becerra y López, 2004).

El que sean empresas con intereses económicos puede entrar en contradicción con su rol de informadores. Por eso nos valemos del análisis del discurso para dar cuenta en qué medida se puede percibir esta influencia en la superficie de los textos estudiados.

Sobre la metodología

Con el objetivo de dar cuenta del marco conceptual y el contexto histórico en que se inscribe nuestro objeto de estudio, hemos recurrido a diferentes fuentes bibliográficas, descripciones y explicaciones que proponen un recorte de preocupaciones y temáticas a abordar.

La construcción de nuestro corpus, por otra parte, consta de una selección de artículos de el diario *Clarín*, un total de 21, tanto informativos como de opinión, que cubrieron la noticia en dos períodos de tiempo: el primero es entre mayo y junio de 2002, cuando se modifica la Ley de Quiebras (íntimamente vinculada a la posterior propuesta de sancionar una ley de protección de bienes culturales o estratégicos) y se discute por primera vez en la Cámara de Senadores el proyecto de Ley de Protección de Bienes y Patrimonios Culturales. El segundo período de tiempo está comprendido por los meses de mayo y junio de 2003, cuando tiene lugar el debate del proyecto en Diputados y nuevamente en Senadores, cámara que finalmente promulga la ley.

La elección del diario *Clarín* responde, como ya mencionamos, al hecho de que se trata de un medio perteneciente a uno de los Grupos que más se beneficiaba con la sanción de la Ley. Para contextualizar, debemos aclarar que se trata de un diario dirigido a un público general, al ser el de mayor tirada a nivel nacional.

En el siguiente apartado indagaremos sobre algunos conceptos y teorías relacionados a los medios de comunicación y las políticas de comunicación, con la intención de definirlos y

articularlos posteriormente con la explicación del tema y el análisis de los medios que realizaremos.

Bienes culturales e industrias culturales

Desde la economía política de la comunicación y la cultura, los teóricos aceptan a los medios de comunicación como integrantes de la cultura, y especialmente como parte de las industrias culturales.

“Lo cultural” está conformado para esta disciplina, por una amplia gama de productos y servicios. Nos guiaremos por la definición de Ramón Zallo:

La cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados por tales, y tiene una eficacia social por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva” (1988, p. 219-220).

Como indica García Canclini (2001) el entrelazamiento entre economía y cultura se volvió un lugar común en el pensamiento mundial, dado que las altas inversiones requeridas por la producción de las industrias culturales (cine, televisión, música, informática) y las ganancias extraordinarias producidas en estos campos volvieron a las empresas de la cultura parte significativa de la economía global.

El término industria cultural estaría así reconociendo una dualidad: mercancía como dimensión simbólica y contenidos simbólicos como dimensión cultural. El resultado de la producción de bienes y servicios culturales son, según Canclini (2009), soportes tangibles con contenidos intangibles, que se difunden o comercializan a nivel masivo.

En cuanto a las implicaciones e importancia de las industrias culturales en la sociedad y la política, Hernán Galperin (1998) indica que las mismas influyen en cuanto los productos culturales ayudan a reproducir la identidad cultural y también a conformar “la esfera pública de la comunidad” y su discurso político.

Finalmente, para Becerra y Mastrini (2006), en las Industrias Culturales se verifica una tendencia natural al oligopolio o al monopolio. Nos ocuparemos ahora de esta problemática, especialmente en relación a los medios de comunicación.

Concentración de medios, pluralidad y libertad de expresión

Para considerar la problemática de la concentración de los medios de comunicación, es importante revisar tanto sus consecuencias políticas y sociales como las económicas. El economista Eduardo Basualdo (citado en Becerra y Mastrini, 2006) define la concentración de producción como la incidencia que tienen las mayores empresas de una actividad económica en el valor de producción de la misma.

Generalmente el proceso de concentración consta de dos fenómenos relacionados: el de concentración y el de centralización. Según Becerra y Mastrini (2006), se trata de dos estrategias: por un lado, la búsqueda del crecimiento interno que permite ganar mercado por inversión y acumulación, y por otro, del crecimiento externo que supone la compra o la fusión con empresas en funcionamiento. En el caso de la compra de otras empresas, las mismas pueden estar vinculadas a la misma rama de la actividad o formar parte de la cadena de negocios (por ejemplo, una empresa de papel comprada por parte de una empresa de productos gráficos). De esta forma, se conforman los *grupos*, conjuntos de empresas manejadas por un mismo propietario o conjunto de propietarios.

Según Miguel de Bustos (citado en Becerra y Mastrini, 2006) es preferible la noción de grupo a la de la empresa para dar cuenta del gigantismo y de la transnacionalización de sus estructuras productivas y distributivas.

Diversos teóricos de la escuela crítica¹ y de la economía política de la comunicación y la cultura, afirman que cuando hay concentración en la propiedad de los medios de comunicación no existe pluralidad de opiniones en los mismos. En palabras de Mastrini y Becerra (2006) la situación de control sobre el sistema de medios por unas pocas empresas posibilita “la fijación de límites, ejercicio de opciones y clausura de opciones: sin una provisión de medios abierta y pluralista, se perjudica el derecho a recibir e impartir información”. Se considera que la ciudadanía debe tener acceso a pluralidad política (diversas opiniones expresadas a través de los medios) y cultural (contenidos), pero la concentración de medios de comunicación va en la dirección contraria, corriéndose el riesgo de que exista en los medios una sola opinión

¹ Graziano (2007) se refiere a escuela crítica o a la corriente de la sociopolítica de las comunicaciones, para dar cuenta de aquellos autores que desde los años 60, denuncian las relaciones entre propiedad e ideología en Latinoamérica. Como primeros exponentes menciona a Pasquali, Schmucler, Muraro, Shenkel, etc. La crítica que realiza a estos autores es que sólo denunciaban el carácter de clase de los medios pero no planeaban ni ejercían ningún tipo de acción al respecto.

representada, y que el resto de las expresiones ideológicas y políticas sean excluidas, generando menor diversidad de propuestas.

Pero además, están las consecuencias económicas de la concentración: los grupos dominantes pueden imponer precios y suelen competir con políticas de precios depredatorias para eliminar a la competencia, lo cual a su vez hace parte fundamental del círculo vicioso en el cual se eliminan medios de comunicación alternativos o que se alejan de la opinión mayoritaria del sistema. Los monopolios de comunicación al eliminar la competencia pueden fijar los precios arbitrariamente –especialmente si no existe una regulación activa del estado sobre los mismos- con lo cual se puede producir una limitación del acceso a los medios de ciertos sectores sociales con menores ingresos económicos (sucede especialmente en relación a las cableoperadoras y servicios de fibra óptica).

Para Rafael Roncagliolo (citado en Uranga, 2009, p.13) “no hay sociedades democráticas sin comunicación democrática y no hay comunicación democrática sin sociedades democráticas”. La concentración de los medios de comunicación pone en peligro, entonces, la pluralidad de fuentes de información y por lo tanto la libertad de expresión de la ciudadanía.

La transnacionalización de los medios de comunicación.

Vilas (2005, p.18) cree que la desterritorialización de la economía que se produjo a partir de la globalización pone en crisis la soberanía del estado. En la estructura internacional del poder, algunos estados pueden imponer “*sus políticas domésticas, sus estilos de vida y sus intereses nacionales más allá de sus fronteras –directamente a través de convenios bilaterales o por la intermediación de organizaciones multilaterales- y obliga o aconseja a otros a adoptarlas*”. En lo que se refiere a medios y grupos de comunicación extranjeros, estos podrían entonces ejercer presión en cuanto a las políticas regulatorias de la industria.

Pero, además, el eje cultural es habitual en las preocupaciones en cuanto a la transnacionalización de los medios de comunicación. Especialmente autores de medios de comunicación ligados a la Teoría de la Dependencia han alegado que los contenidos extranjeros o la influencia en la opinión pública de medios extranjeros podrían acarrear una pérdida de la identidad cultural nacional o una manipulación y/o dominación política. Ante esto, los medios

nacionales –especialmente los medios independientes y auto gestionados- podrían sostener la “defensa de las culturas nacionales” de la región².

De todos modos, en la actualidad los grandes grupos transnacionales no actúan solos sino que suelen estar articulados con grupos dominantes regionales y estos a su vez con grupos nacionales o subregionales (Becerra y Mastrini, 2006).

Políticas de comunicación

La necesidad de políticas que regulen la concentración, y otros aspectos del régimen de propiedad y los contenidos, de los medios y grupos de comunicación, se convirtió en una problemática cada vez más acuciante a medida que estos aumentaban su importancia económica y su poder en la sociedad.

Existen corrientes que afirman que la mejor política de comunicación es no tener ninguna política, una propuesta ligada a la ideología económica del *laissez faire* o libre mercado, en donde el mercado se regularía a sí mismo mediante factores como la oferta y la demanda. Sin embargo, las corrientes críticas se posicionan a favor de la regulación, esgrimiendo, en palabras de Rocancoglio y Ávila (citado en Exeni, 1988, p133) que “la ausencia de políticas explícitas sólo anuncia un traslado de las políticas de decisión de los centros estatales a los directorios de las empresas”.

Entenderemos entonces, como *políticas* a un curso de acción colectiva intencional, tal como lo hace José Luis Exeni (1988); y postulando por tanto, que la falta de políticas comunicacionales *también* es una forma deliberada de política. Según Oszlak y O’Donnell (citado en Califano, 2012, p.43) las políticas de comunicación están ligadas al Estado pero también a otros actores de la sociedad. El Estado procesa y condensa poderes que emergen de la sociedad (a nivel local, internacional y transnacional) así como también genera sus propios poderes, como resultado de lo cual devuelve a la sociedad diversos tipos de políticas públicas, y a veces también importantes omisiones.

Herramientas para el análisis del corpus

En lo que se refiere a análisis de corpus periodísticos, analizaremos en la superficie de los textos cómo se construyen las noticias.

² Especialmente apoyan este último argumento quienes se vuelcan al estudio de la comunicación “alternativa”.

Califano (2011) retoma ciertos elementos propios del análisis de las teorías sobre el periodismo que utilizaremos para analizar nuestro corpus. Revisaremos, entonces, la importancia que se le dio a la noticia y sus contenidos tomando en cuenta el encuadre noticioso (titulares, volantas bajadas y/o copetes y cabezas informativas de las noticias), las secciones de los diarios en qué fueron publicadas, las fuentes a las que se recurrió y la relevancia mediática otorgada al tema según la cantidad de apariciones y la jerarquía que se les dio según su ubicación. También tomaremos, como lo hacen Becerra y López (2009) el estudio de los actores mencionados (aunque no sean tomados como fuentes). Además, relevaremos las omisiones en lo que temática y contenidos se refiere, siguiendo aquella premisa ya mencionada de Lazarfeld y Merton (1977) en el apartado anterior³.

Retomaremos de la lingüística, además, el análisis de los subjetivemas valorativos que aparecen con mayor frecuencia en las construcciones noticiosas, los tipos de destinatarios que se construyen y también, otro elemento que revisa Kerbrat-Orecchioni en su propia investigación sobre el corpus: la topografía, verificando los cambios tipográficos en cuanto a fuentes, tamaños, mayúsculas y cursivas, ya que estos pueden servir según la autora para dar relevancia a ciertos fragmentos de un artículo.

Contexto Histórico

El gobierno de Eduardo Duhalde

Eduardo Duhalde, ex vicepresidente de Menem, asume como presidente el 2 de enero del año 2002, luego de la crisis que llevó a un estallido social y la renuncia a la presidencia de De la Rúa, y de sus reemplazantes Ramón Puerta, Adolfo Rodríguez Saa, y Eduardo Camaño en pocos días.

Ya durante el gobierno de la alianza, cuando la crisis económica anunciaba el fin de la convertibilidad, se alzan dos proyectos económicos desde el establishment que entran en disputa. Para el economista Eduardo Basualdo (citado en Baladrón 2009) existía un polo devaluacionista impulsado por los grupos económicos locales (exportadores) y un polo que pugnaba por la dolarización, conformado por grupos con activos fijos y obligaciones dolarizadas, entre los que se

³ *Los medios influncian a su público, no sólo a partir de lo que dicen sino también de lo que no dicen, prestando atención a sí a las omisiones de los medios de comunicación.*

encontraban las multinacionales extranjeras y los grandes grupos de comunicación⁴. Finalmente, el gobierno de Duhalde decide devaluar la moneda.

En materia de comunicación, a través del COMFER el gobierno suspende el ingreso de nuevas cableoperadoras al mercado, un proceso que había iniciado el gobierno de De la Rúa. Así, evito que las principales cableoperadoras del país, Cablevisión y Multicanal, tuvieran que enfrentar a nuevos competidores en el mercado (Baladrón 2009). Estas empresas afrontaban una nueva situación: *“la devaluación de la moneda incremento sus costos de programación (el pago de señales) y de materiales (importados) en un 100% en dólares. Al mismo tiempo, cayó el total de abonados suscriptos al servicio: Multicanal perdió aproximadamente 400.000 clientes, el 30% de los que tenía antes de la crisis. Cablevisión, por su parte, perdió 200.000 abonados”*.

En el contexto de la crisis las prioridades económicas y sociales del gobierno y de la población cambian definitivamente: podríamos creer que las políticas de comunicación estaban en un marcado segundo plano. Sin embargo, los importantes grupos de comunicación lograron colocar en la agenda del gobierno de Duhalde la sanción de una ley de Protección de Bienes y Patrimonios culturales que salvaguardaba la posesión de empresas nacionales. Debemos tener en cuenta que los actores involucrados no son únicamente los gobiernos de Duhalde y Kirchner y los medios de comunicación sino también, los diputados y senadores que habían sido electos en Octubre de 2001 y los organismos de crédito internacionales (Baladrón 2009).

Durante los años 90, según Bulla y Potolski (2004) la paridad peso dólar había permitido a los grupos info-comunicacionales importar tecnología a bajos costos relativos y capitalizar sus ganancias en dólares. Esto se complementaba con que las empresas privatizadas tenían una serie de condiciones particularmente ventajosas: un público cautivo, la explotación de un mercado monopólico u oligopolico, subsidios a las importaciones, tarifas dolarizadas, etc. Según los autores, para obtener preeminencia en el sistema de medios, Telefe y el Grupo Clarín ingresan en el negocio de las cableoperadoras, para poder operar en el mercado de distribución de señales. Como ya hemos revisado anteriormente, se pusieron a la cabeza de este negocio manejando Cablevisión y Multicanal respectivamente.

⁴ Curiosamente, en una causa llevada adelante por el Juez Oyarbide en la que se investigaba un supuesto complot para derribar al gobierno de De la Rúa, Rodríguez Saa habría declarado según el diario *Ámbito Financiero* (Martes 7 de Mayo de 2002, Pág. 13) que Clarín lo presiono para devaluar y pesificar la economía- entre otras empresas nacionales-.

Para poder lograr ese crecimiento y concentración de empresas, los grupos se endeudaron en créditos en dólares adquiridos en el exterior. Clarín aprobó en 1998 un programa de endeudamiento por 600 millones de dólares cuyas primeras devoluciones serían en 2002 y 2003. Es en 1999, cuando comienzan los problemas financieros que la empresa se asocia financieramente con Goldman y Sachs que adquiere el 18% de las acciones. Mientras tanto, el diario *La Nación* debía alrededor de 100 millones de dólares y el Canal América TV, 67 millones.

Según Baladrón, apenas asume Duhalde a la presidencia, los funcionarios de Clarín solicitaron la eliminación del mecanismo de cram down de la Ley de Concursos y Quiebras sancionada en 1995, a cambio de su apoyo al gobierno. El gobierno de Duhalde introdujo este cambio mediante la Ley 25.563 y también pesificó las deudas en dólares en Enero de 2002⁵. El mecanismo del “cram down” consiste en abrir la posibilidad de que los acreedores de las empresas endeudadas canjeen deuda por acciones de las mismas, evitándose así la quiebra de las mismas pero no el traspaso a manos extranjeras. Sin embargo, esta disposición contrariaba los intereses del FMI que exigió que se restituya el mecanismo de cram down como condición para renegociar la deuda con Argentina, objetivo primordial del gobierno.

Así en mayo de 2002, se discute una nueva modificación a la Ley de Concursos y Quiebras en el Congreso. Los medios de comunicación habrían presionado al gobierno para que incluyera una excepción que las beneficiara en el texto de la ley. Sin embargo, aunque el FMI no se oponía a la inclusión de una cláusula semejante, la ley de quiebras no la incluyó dado que el gobierno tenía prisa en aprobarla y con un artículo semejante era posible que encontrara resistencias en la cámara de Diputados. La modificación a la Ley de Quiebras se aprobó entonces, sin esta excepción, el día 15 de Mayo.

Sin embargo, durante la discusión en el Congreso por la modificación, varios senadores se mostraron a favor de redactar una futura ley que protegiera a las Industrias Culturales de ser absorbidas por empresas de capital extranjero. El Senador Alfonsín manifestó durante el debate en la Cámara que una ley de esta índole era un tema fundamental para la soberanía, autonomía y capacidad de decisión nacional: “¡no queremos que se manipule la opinión del pueblo argentino a través de medios de propiedad de personas que van a intentar convencernos de de que es

⁵ Otra ayuda que habría dado el gobierno de los medios de comunicación según Anguita (Citado en Baladrón en Mastrini 2009. Pág. 327) fue la intermediación para que ciertas empresas privadas de otros ramos les financiaran préstamos en dólares.

conveniente seguir los intereses de otros países y no los del nuestro!” (Antecedentes Parlamentarios N°5, 2003). Coincidió con esta posición el Senador Pichetto quien afirmó en el recinto que no era una sola empresa “*como se dice por ahí*” la que estaba en riesgo de *desnacionalización*, sino varias y que había que protegerlas ya que ellas era vehículo de una serie de derechos entre los que destacó la libertad de expresión y su aporte a la construcción de una identidad nacional.

Para Bulla y Potolski, la estrategia de los grandes grupos nacionales, tanto de medios como de otros rubros económicos, fue presionar a la dirigencia política para conseguir políticas que los salvaran de la quiebra. Así, afirman, se conforma la Asociación Empresaria Argentina (AEA) integrada por importantes holdings como Arcor, Coto, Bagó, Loma Negra, Techint y Clarín, entre otros, con la intención de “frenar las ansias de los acreedores de quedarse con sus activos a precios de saldo” y “transferir sus deudas privadas al Estado” postura que sería resistida y mal vista por la sociedad. Así, según los autores los diarios Clarín y La Nación debieron moverse en la dualidad de imponer sus intereses a la vez que estos eran conflictivos para quienes consumían sus medios.

Entre otras medidas para postular la necesidad “defender las industrias culturales”, se organizó el Primer Foro de Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires⁶ que publicó una solicitud en diversos medios gráficos. Baladrón agrega que el Grupo *Clarín* realizó diversas acciones para impulsar los simbolismos nacionales a través de su diario, como un Campeonato Nacional de Truco o la edición de libros de literatura gauchesca

Además, se harían presentes en las comisiones de la cámara de Senadores para defender el proyecto de ley representantes de ADEPA, Asociación de Teleriodifusoras Argentinas (ATA), Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC) y varios representantes de medios; la lista completa es mencionada por la Senadora Halak en la exposición de los miembros informantes del dictamen de minoría (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003, Pág. 1325-1326)

Primera sanción en Senadores

⁶ La primera edición es en Junio del 2002 y la segunda en Junio de 2003.

Finalmente, ingresan al Senado a fines de mayo de 2002, cuatro proyectos de ley para ser considerados en las comisiones de Legislación General, Libertad de Expresión y Comunicaciones, donde se da formato a un proyecto de ley unificador para discutir en la Cámara.

El proyecto final aprobado en las comisiones y que se votó en el Senado, postuló como intención, según el artículo primero, *“resguardar el desarrollo, la innovación tecnológica y científica, la defensa nacional y el acervo cultural del país preservando especialmente el patrimonio antropológico, histórico, artístico y cultural; las empresas dedicadas a la ciencia, tecnología e investigación avanzada que resulten fundamentales para el desarrollo del país; actividades e industrias de relevante importancia para la defensa nacional: y el espectro radioeléctrico y los medios de comunicación”*.

Sin embargo, a pesar de la declaración de intenciones, la medida sólo fijaba medidas concretas de protección en el caso de los medios de comunicación. Concretamente se establece que la propiedad de los medios de comunicación debe ser de propietarios nacionales, *“permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario”* con carácter no retroactivo (es decir, que los medios que ya pertenecían a capital extranjero podían permanecer en la misma situación). La participación extranjera puede ser ampliada *“en reciprocidad con los países que contemplan inversiones extranjeras en sus medios de comunicación, hasta el porcentaje en que ellos lo permiten”*. Además, se agregó durante el debate legislativo un párrafo al artículo 2º que aclara que *“las empresas culturales no podrán ceder el control sobre los contenidos de su producción”*⁷.

Los medios de comunicación son definidos de forma taxativa en el tercer artículo de la ley e incluyen radios, revistas, periódicos y empresas editoriales, servicios de radiodifusión según la ley 22.285, productoras de contenidos audiovisuales y digitales, proveedoras de acceso a Internet y empresas de difusión en vía pública⁸. El artículo cuarto, brinda las definiciones de lo que se entenderá a efectos de la ley “empresa nacional” y “empresa extranjera”. El artículo quinto, por

⁷ Este artículo no está en ninguno de los proyectos y se agrega en la Cámara de Senadores dada la advertencia por parte de algunos Senadores de que si los capitales extranjeros lograban controlar las productoras de contenidos lograrían así tener el efecto de manejar a los medios de comunicación nacional, lo que la Ley debía evitar. Senador Terragno. (Antecedentes Parlamentarios Nº7, 2003. Pág. 1338-1339) y Senador Baglini (Ibídem Pág. 1338 y 1369).

⁸ Tal como nota Baladrón estas categorías engloban a la perfección las principales empresas que poseía Clarín: AGEA, Clarín, Radio Mitre, Multicanal, PatagonIK, Pol-ka, Prima y Ferias y Exposiciones Argentinas SA (Baladrón 2009, Pág. 329).

su parte, aclara que en caso de que una empresa de medios en concurso acepte el ingreso de capitales deberá contar primero con autorización emitida por el Poder Ejecutivo

Tanto en las comisiones como en la discusión en la cámara de Senadores, las principales objeciones y críticas planteadas al proyecto fueron las siguientes: que incumpliría con tratados internacionales⁹, que gran parte de los medios de comunicación ya pertenecían al capital extranjero y que no se establecía una limitación al respecto¹⁰, que se buscaba proteger a ciertos grupos de medios específicos¹¹, que se ignoraban otros intereses estratégicos nacionales que debieran protegerse, que no se protegía a los trabajadores de los medios de comunicación ante una eventual quiebra¹², que violaba el derecho a la propiedad privada, que la conservación de los medios de comunicación en manos nacionales no garantizaba que estos defendieran los intereses nacionales, y que los medios de comunicación no deberían ser catalogados de bienes culturales por no ser parte de la cultura, entre otros.

A favor de la norma se esgrimió la importancia de salvaguardar los medios de comunicación por su papel de “articuladores de derechos esenciales como la libertad de expresión¹³” y como “vehículos de cultura”¹⁴ y de la identidad nacional y por lo tanto la democracia¹⁵, la necesidad de

⁹ Según la Senadora Liliana T. Negre de Alonso, ocho leyes y tratados. (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003. Pág. 1299-1300). También figura en la argumentación del Senador Jenefes (Ibidem. Pág. 1338-1339) y Colombo (Ibidem. Pág. 1356), entre otros.

¹⁰ El Senador Moro sugiere en su exposición que “quizá, lo mejor y lo más sano hubiera sido establecer provisiones (...) otorgar un plazo de diez años para adecuar a la presente norma (...) a las empresas que al día de la entrada en vigencia de la ley estuvieren excediendo estos límites”. Además “vamos a insistir en que se diga expresamente que las empresas culturales no podrán ceder el control sobre los contenidos de su producción”. A pesar de esto expresa estar a favor del proyecto de ley. (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003. Pág. 1331). En este mismo sentido se expresa el Senador Alfonsín (Ibidem. Pág. 1360-1361).

¹¹ Senadora Escudero: “Si nuestra intención realmente es el bien común, en materia de legislación deberíamos estar legislando en contra de los monopolios o de los oligopolios. Por eso creo que este proyecto que estamos analizando nada tiene que ver con la defensa de la cultura, y sí tiene mucho que ver con intereses creados a los que hay que darle un nombre. El grupo Clarín (...) No es la primera vez que este grupo empuja con mucha fuerza al Congreso.” (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003. Pág. 1342).

¹² La mayoría de estas posiciones aparecen en el dictamen de minoría firmando por la Senadora Liliana T. Negre de Alonso y en su exposición en la que plantea su disenso con el proyecto de ley y su apoyo al proyecto de la senadora Caparrós (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003. Pág. 1297-1300 y 1333-1337). También están presentes en la exposición de la Senadora Caparrós (Ibidem. Pág. 1343), y del Senador Menem (Ibidem. Pág. 1354-1355), entre otros.

¹³ Senadora Halak. (Ibidem. Pág. 326-1327).

¹⁴ Senador Yoma (Ibidem. Pág. 1345)

¹⁵ Alfonsin (Ibidem. Pág. 1358-1359)

resguardar el sector productivo nacional¹⁶, y el intento de evitar la manipulación por parte de países extranjeros a través de los medios de la sociedad argentina¹⁷.

Este proyecto se discute y obtiene la media sanción de la Cámara de Senadores el 12 de Junio de 2002. Sin embargo, la situación del país y el comienzo de la carrera electoral que se dará en 2003, impide que la el Proyecto de Ley de Protección de Bienes y Servicios Culturales sea tratado por Diputados hasta el año siguiente.

Cambio de gobierno

El gobierno de Duhalde logró gracias a la devaluación competitiva un proceso de sostenido crecimiento económico volcado en un primer momento hacia la exportación (Unzué, 2011). Sin embargo, las protestas sociales de grupos piqueteros y asambleas barriales que se habían conformado o cobrado importancia en el 2001, es respondida con represión; la más emblemática fue la que acabó con la muerte de dos piqueteros, Darío Santillán y Maximiliano Kosteki, pertenecientes a la coordinadora de trabajadores desocupados Aníbal Verón, en Junio de 2002. Una nueva oleada de descontento social ante este hecho, lleva a Duhalde a anunciar elecciones presidenciales para el mes de abril de 2003. En principio el Partido Justicialista no tiene un claro candidato, y aunque se nombra como presidenciables a las figuras de los gobernadores De la Sota (Córdoba) o Reutemann (Santa Fe) termina siendo candidato por el partido Néstor Kirchner, gobernador de Santa Cruz, un personaje prácticamente desconocido en el país.

En la primera vuelta de las elecciones, Kirchner queda segundo con el 22% de los votos detrás de Carlos Menem (24%). De ese modo, quedo fijado para mayo el ballottage entre Menem y Kirchner, pero ante los pronósticos de una derrota contundente, Menem retira su candidatura y Néstor Kirchner asume la presidencia el 25 de Mayo de 2003.

En materia de políticas de comunicación los cuatro años de gobierno de Kirchner vieron florecer gran cantidad de medidas, de diferente índole. Sin embargo, la primera norma legal sobre comunicaciones que se discutió bajo su gobierno, cuatro días después de su asunción, fue la Ley de Protección de Bienes y Patrimonios Culturales, cuyo proyecto obtiene su sanción la media

¹⁶ Senador Moros (Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003. Pág. 1329) y Senador Yoma (Pág. 1343).

¹⁷ Alfonsín (Ibíd. Pág. 1358), Ibarra (Pág. 1360)y Pichetto (Pág. 1362)

sanción en Diputados pero con modificaciones, por lo cual es devuelta al Senado para una nueva discusión. Allí será finalmente aprobada.

Sanción en diputados

La discusión en Diputados de la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales es tratada en mayo del 2003, antes y después de la asunción de Néstor Kirchner. La norma es discutida en las Comisiones de Legislación General, de Cultura, de Comunicaciones e Informática y de Libertad de Expresión. Tras varios intentos de conseguir quórum que fracasaron, la ley se sanciona finalmente el 28 de mayo pero con una modificación, lo que hace que vuelva a la Cámara de Senadores.

Dicha modificación, sugerida por el Diputado Cappelleri afectó el artículo quinto, modificándose el texto anterior por el siguiente explicar: *“En el supuesto de aplicación del artículo 48 de la ley 24.522, según la redacción establecida por el artículo 12 de la ley 25.589, los acreedores y terceros interesados en la adquisición de las empresas en marcha deberán reunir los requisitos establecidos en los artículos 2º primera parte y 4º de la presente ley. Si vencido el plazo y sólo se hubiesen presentado, en forma directa o indirecta, empresas extranjeras en los términos del artículo 5º, su participación deberá ser previamente analizada por el juez de la causa, teniendo especialmente en cuenta el espíritu de esta ley y la continuidad de la fuente de trabajo”*.

La intención con esta modificación fue que en caso de que la empresa deudora lo quisiera y con la aprobación de un juez (y no del poder ejecutivo, como indicaba la norma aprobada por Senadores), una empresa extranjera pudiera adquirir más del 30% de la empresa nacional¹⁸. Esto no fue aceptado en el Senado que volvió a modificar la redacción para que ese poder lo tuviera el poder ejecutivo¹⁹.

De este modo, la norma regresa a la Cámara de Senadores para ser discutida nuevamente y es aprobada por mayoría simple en general y en particular el 12 de Junio de 2003.

¹⁸ Antecedentes Parlamentarios N°7, 2003, Pág. 1379-1380.

¹⁹ El artículo quinto de la ley establece por lo tanto que “En caso de no alcanzarse acuerdo en los procedimientos concursales, a solicitud de la concursada la propuesta de participación directa o indirecta de empresas extranjeras en la propiedad de los medios de comunicación de empresas nacionales, deberá ser previamente autorizada por el Poder Ejecutivo nacional”.

Análisis de la cobertura de Clarín

Analizando la cobertura del diario Clarín, hemos llegado en primer lugar a algunas conclusiones cuantitativas. Del total de 21 artículos analizados, 15 tratan sobre la Ley de Protección y Bienes Culturales o temas relacionados y 6 hablan sobre la Ley de Quiebras y mencionan de cierta forma, como temática secundaria, la necesidad de una legislación para proteger las industrias culturales. De las 21 notas, sólo hay una entrevista y dos editoriales mientras 16 tienen el formato de noticia y hay tres notas de opinión (dos publicadas bajo un mismo título que las englobaba en la misma página).

Si analizamos por periodos, podemos vislumbrar que en mayo de 2002, cuando se trataba la Ley de Quiebras en el Congreso, existieron sólo tres notas que mencionaban de forma directa la necesidad de proteger a las industrias culturales del cram-down, pero casi todas las notas tenían al menos una referencia secundaria al tema. Por ejemplo, en la noticia del miércoles 8 de mayo titulada “El Congreso trata hoy las leyes que pide el Fondo Monetario” el periódico afirma en el último párrafo: *“Lo que quedó insinuado como una modificación posible al despacho aprobado en la misma sesión, fue la posibilidad de una clausula que excluya de la posibilidad de aplicación del “cram down” a las empresas productoras de servicios o bienes culturales, lo que incluiría a medios de comunicación y a cualquier otro tipo de emprendimiento cultural, para impedir el proceso de desnacionalización del sector. Miguel Ángel TOMA, por el partido justicialista y Leopoldo Marechal, por el radicalismo, anticiparon la decisión de proponer una redacción específica de esa clausula, similar –según dicen- a la legislación en otros países”*.

Sin embargo, este mismo mes se publica una Editorial sin firma, en la sección de Opinión del diario, aunque sólo de dos columnas en donde el diario advierte en tono preocupado sobre la difícil situación financiera que varias empresas nacionales estarían enfrentando y resalta como crucial la necesidad de *“evitar la extranjerización de las empresas endeudadas, ya sea mediante algún sistema de asistencia a los deudores como por la disposición de un sistema de quiebras que no estimule esa posibilidad”*.

Hasta ese momento, los argumentos esgrimidos por el diario para comenzar a plantear la necesidad de la ley aparecen más ligados a la economía nacional que a la cultura, dado que los artículos relacionados habían aparecido principalmente en las secciones de Política económica y el Suplemento de Economía. De hecho, el día domingo 5 de mayo, el suplemento económico trae una nota con diversas subnotas y recuadros titulada *“Alpargatas sí... libros, discos y cine,*

también” en la cual hace un recorrido por los problemas económicos de las principales industrias culturales del país. Y en la sección Opinión publica el miércoles 8 de Mayo una página y media bajo el título “*En contra del default cultural*”, después del cual dos ‘especialistas’, Gustavo López (Subsecretario de gestión e industrias culturales del gobierno porteño) y Rodrigo Cañete (Subsecretario de Cultura de la Nación) escriben sendas columnas de opinión. Aquí, Rodrigo Cañete se inclinará por hablar de que “*sin protección a las industrias culturales nacionales la autonomía de nuestro pueblo se encuentran en peligro*”. Junto a él, será Pacho O’Donnell, que firma una columna titulada “*El país ante el peligro de quedar sin industrias culturales propias*” quien más destacará el peligro de “desnacionalización” de empresas de **importancia estratégica** y advierte el riesgo de **pasar a depender de intereses económicos, políticos y culturales del extranjero**²⁰.

Tal vez buscando ligar la problemática de la ley a nuevas temáticas, el mes de junio de 2002, tres de las cinco notas que salen publicadas lo hacen en la sección de Cultura y dos en la de Política. Las que se presentan en la sección de política relatan los avances en la Cámara de Senadores de la ley, mientras que las que aparecen en la sección de cultura destacan la realización del Foro para la Defensa de las Industrias Culturales de Buenos Aires. Aquí se destacará principalmente la presencia de renombrados artistas e instituciones, e incluso organizaciones internacionales de países en donde existía legislación destinada a proteger las industrias culturales.

En 2003, en el mes de mayo, cuando la normativa es discutida en la Cámara de Diputados, se publican un total de seis artículos, todos en la sección de Información General, excepto una editorial publicada en la sección de Opinión.

La editorial, publicada el Viernes 9 de Mayo, destaca que la Argentina necesita una legislación que proteja a las empresas locales productoras de bienes culturales, como hacen otros países de la región, y dedica especial atención al caso de Brasil. En cuanto al resto de la cobertura noticiosa de este mes, existen dos artículos sobre el avance de la ley en diputados y tres sobre un nuevo Foro de Industrias Culturales que se realizó en esas fechas, con representantes extranjeros de diversas áreas de gobierno ligadas a la cultura.

²⁰ Las negritas son del texto original.

Finalmente, en junio de 2003 se publica una sola nota referente al tema, el día jueves 19 de junio, titulada “*Ya es ley la norma que protege a los bienes culturales*”, que también obtuvo un pequeño espacio en la tapa de ese día.

Podemos entonces, hacer notar que en principio la argumentación del diario a favor a la protección de las industrias culturales apareció ligada a una preocupación económica y cultural por la posible desnacionalización de las empresas que se dedicaban a esta actividad y estaban endeudadas. Pero en ninguno de los artículos escritos aparece mencionado el hecho de que el grupo Clarín atravesaba por esa misma situación y que la aprobación de la ley le beneficiaría de forma directa. Por lo contrario, en diversos artículos se dedican a hablar de pequeñas empresas nacionales que se dedican a negocios vinculados a la cultura y no a los medios de comunicación que afrontan inconvenientes económicos. Así, en la noticia publicada el domingo 5 de mayo titulada “*Alpargatas sí... libros, discos y cine, también*”, son entrevistados diferentes dueños de pequeñas empresas editoriales, discográficas y cinematográficas nacionales. Tampoco asocia Clarín en ninguna de sus noticias sobre la realización de Foros por las Industrias Culturales (que fueron dos, y coincidieron curiosamente, siempre con el tratamiento de la ley en el Congreso) el hecho de que existía un proyecto de ley relacionado, por más que insista en entrevistar a personajes que demanden normativas de protección para las industrias del país.

Conclusiones

Debemos destacar, después de nuestro análisis, que el Grupo Clarín se presenta durante toda su cobertura periodística como un actor ajeno sin intereses en la sanción de la ley, que simplemente defiende el derecho de otras empresas pequeñas nacionales y el interés o el valor de contar con una cultura e identidad nacional. Sin embargo, resulta evidente la posición a favor de la sanción de la ley a través de sus artículos, así como a la presión ejercida al cubrir extensamente Foros dedicados a la discusión sobre las Industrias Culturales que la empresa ayudo a organizar, coincidiendo en fecha con la discusión del proyecto de ley en el Congreso.

¿En cuánto colaboró el gobierno de Duhalde en su aprobación? Según podemos notar a través del recorrido histórico realizado, el gobierno de Duhalde no sólo apoyo la Ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales, sino que desde que llegó el poder en enero de 2002 llevó a cabo diferentes medidas legales para proteger a los grupos de comunicación dominantes entre las que

se destaca la derogación del mecanismo de cram down que luego es restituido en el Congreso por presiones del FMI.

En cuanto al gobierno de Kirchner, Bulla y Potolski (2004) sostienen que:

Hay que pensar en una negociación planteada entre un gobierno entrante, que solo cosecho el 22% de los votos en la primera vuelta electoral y los dueños de los medios (...) para entender como la necesidad de generar una fortaleza política del primero y la debilidad económica, de los segundos, se combinaron para pergeñar una alianza de intereses que dio como resultado esta ley.

Bibliografía

Antecedentes Parlamentarios N°7. Ley 25.750. Empresas culturales. (2003). Buenos Aires: La Ley.

Antecedentes Parlamentarios N°5. Ley 25.589. Reforma de la ley de concursos y quiebras. (2003). Buenos Aires: La Ley.

ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. (1981). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: editorial.

AZPIAZU, D. (2001). Las privatizaciones en argentina. ¿Precariedad regulatoria o regulación funcional a los privilegios empresarios? *Revista Ciclos, año XI 21*

BAJTÍN, M. (1989). *El problema de los géneros discursivos*. México: Siglo XXI.

BALADRÓN, M. (2009) La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: la política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde. En Mastrini, G. (Ed) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 313-340). Buenos Aires: La Crujía.

BARANCHUK, M. (2009) Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista En Mastrini, G. (Ed) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 215-238). Buenos Aires: La Crujía.

BECERRA, M, y LOPEZ, S. (2004). La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Quilmes*. 16 segunda época.

BECERRA, Martín., y MASTRINI, Guillermo. *Concentración de Medios*. Buenos Aires, Prometeo, 2006.

BULLA, G. y POTOLSKI, G. (2004). Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo. *Revista Eptic*. VOL IV,. También disponible en: http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/investigaciones/patrimonio_cultural.pdf

- CALIFANO, B. (2012). Comunicación, estado y políticas públicas: apuntes para la investigación. *Question*. Vol. 1 N.º 35.
- CALIFANO, B. (2011) Queremos los medios en manos nacionales. Un análisis del discurso de Néstor Kirchner en la prensa escrita. *Revista Ecos de la Comunicación*. Año 4 N°4.
- CALIFANO, B. (2009). Comunicación se escribe con K. La radiodifusión bajo el gobierno de Néstor Kirchner. En Mastrini, G. (Ed) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 341-374). Buenos Aires: La Crujía.
- DUHALDE, E. y ALÉN, L. (1999). Teoría jurídico-política de la comunicación. Buenos Aires: Eudeba.
- EXENI, J. (1988) Capítulo VI: Tipos y arenas de las políticas de comunicación (pag) en *Políticas de Comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz: Plural Editores.
- EXENI, J. (1988). Capítulo III: Las PNC: Latinoamericano atrevimiento. En *Políticas de Comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz: Plural Editores.
- GALPERING, H. (1998). Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional. *Comunicación y sociedad*. 31.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2001). Economía y Cultura: Los Países Latinos en la Esfera Pública Transnacional. Trabajo presentado en *I Coloquio Tres Espacios Lingüísticos ante los Desafíos de la Mundialización*. París. Disponible en: http://www.campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio.htm
- GETINO, O. (2001). Aproximación a un estudio de las Industrias Culturales en el Mercosur(Incidenia económica, social y cultural para la integración regional). Presentado en *Seminario Internacional "Importancia y Proyección del Mercosur Cultural con miras a la Integración"*. Santiago de Chile. Disponible en: <http://www.oei.es/cultura2/getino.htm>
- GRAZIANO, M. (2007). Textos de apoyo para las primeras clases teóricas de Políticas y Planificación de la Comunicación. Buenos Aires: Mimeo.
- KERBRAT-ORECCHIONI. (1993). La Enunciación. De la subjetividad al lenguaje. Edicial: Buenos Aires.
- MASTRINI, G (2009). *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.

- MASTRINI, G., DE CHARRAS, D., BECERRA, M., BARANCHUK, M., y ROSSI, D. (2009).
Introducción. En Mastrini, G. (Ed) *Mucho ruido, pocas leyes* (pp. 15-32). Buenos Aires:
La Crujía. .
- MATTELARD, A. (2002). Los avatares de las políticas públicas. En *Historia de la Sociedad de
la Información: entre el NOMIC y la CMS*. Buenos Aires: Paidós.
- MORLEY, D. (1996). Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide. En *Televisión,
audiencia y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- ROSSI, D. (2009) La radiodifusión en Argentina entre 1995 y 1999: exacerbación del modelo
privado-comercial. En *Mucho ruido, pocas leyes*. Buenos Aires: La Crujía.
- VILAS, C. (2005). *¿Estado víctima o estado promotor? El debate sobre soberanía y autonomía
en el capitalismo globalizado. El Estado y Política en la Argentina actual*. Buenos Aires:
Prometeo.
- ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Akal.