

TREINTA AÑOS DE PERIODISMO Y DEMOCRACIA: VIDAS CIRCULARES

Fernando J. Ruiz ⁽¹⁾

PRIMERA PARTE: CICLOS MEDIÁTICOS Y CICLOS POLÍTICOS

Cuando la última dictadura diseñó su transición deseada hacia la democracia, incluyó una ley de medios. Esta fue sancionada en 1980 (decreto ley 22-285) y pretendió regular un sistema de medios controlado por el poder y cuyos medios principales fuesen “amigos” pero que ninguno fuera demasiado poderoso. Era posiblemente una forma de asegurarse que cuando abandonasen los militares el gobierno, quedase un poder fáctico amable, comprensivo hacia el proceso militar, como guardaespaldas de su memoria. En síntesis, era una

FERNANDO J. RUIZ. Profesor e investigador tiempo completo de Periodismo y Democracia e Historia de la Comunicación en la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral. Doctor en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra y Licenciado en Ciencias Políticas, Universidad Católica Argentina (UCA). Es autor de los libros “Las palabras son acciones: historia política y profesional del diario La Opinión de Jacobo Timerman, 1971-77”, “Otra grieta en la pared: informe y testimonios de la nueva prensa cubana”, “El señor de los mercados. Ambito Financiero, la City y el poder del periodismo económico”. Es vicepresidente del Foro de Periodismo Argentino (Fopea) e integra el Consejo Académico de CADAL.

¹ “Colaboraron en la búsqueda de información estadística las alumnas de la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral, Constanza Lambertucci y Agustina de Villafañe. Los cuadros elaborados están disponibles en el sitio: <http://periodismoydemocracia.wordpress.com/2013/11/15/30-anos-de-periodismo-y-democracia-estadisticas-2/>

nueva forma de quedarse en el poder cuando se fueran del gobierno. Esa transición deseada se esfumó con la derrota en la guerra de Malvinas y la estrategia mediática quedó trunca. Apenas algunas radios y un solo canal de televisión, el Canal 9, fueron privatizados antes de la llegada de la democracia.

Desde esa hora cero, la historia democrática posterior puede dividirse en tres ciclos principales: el alfonsinismo (seis años), el menemismo (diez años) y el kirchnerismo (diez años). Y también dos períodos breves que no alcanzan una identidad histórica similar, que son un breve pliegue descendente del gobierno de Fernando de la Rúa (dos años) y un breve pliegue ascendente de Eduardo Duhalde (un año y trece meses).

A esos tres ciclos políticos principales hay que combinarlos con seis ciclos de ampliación del sistema mediático, que produjeron una continua expansión del ecosistema periodístico, el que seguramente impactó a la política de múltiples formas.

EL ALFONSINISMO

Desde el 14 de junio de 1982, que se produjo la derrota en la guerra de Malvinas, el sistema mediático aprovechó esa crisis del poder militar para ocupar un espacio creciente, abrir la agenda y liberar las críticas. Por supuesto que no era una actividad sin riesgo, como lo prueban algunos atentados ocurridos. Pero cuando llegaron las primeras elecciones democráticas, el 30 de octubre de 1983, el sistema de medios estaba en un proceso de ampliación que se canalizaba a través de nuevas publicaciones escritas y de un mayor pluralismo intramedio. Este fue el *primer ciclo de ampliación mediática* que vivió la democracia recuperada.

“A pesar de no tener conexiones firmes con los partidos —escribió Waisbord, los diarios insinuaron su apoyo por diferentes candidatos. Clarín, Crónica y La Razón se inclinaron levemente por Luder mientras que Tiempo Argentino, La Prensa y La Nación, estos dos últimos debido a viejas antipatías peronistas más que

por entusiasmo ideológico por la plataforma radical, prefirieron a Alfonsín. Ámbito Financiero y El Cronista Comercial, quienes se centraban en información financiera y daban menos consideración a la política electoral, mantuvieron una posición equilibrada”.⁽²⁾

Esa primera gran ampliación de voces se produjo a través de un creciente parlamento de papel. El país era un terreno fértil para la creación de nuevas publicaciones impresas. En 1982 surgió *Tiempo Argentino*, y para las elecciones habían nacido fugaces diarios partidarios, como *La Voz* o *Época*, representando distintos sectores del peronismo; las revistas *Humor*, *El Porteño*, y el semanario *El Periodista* fueron dinámicos actores para ampliar la agenda.

El crecimiento de las publicaciones papel en estos años fue severamente condicionado por la mala situación económica. Con el lanzamiento del plan económico denominado ‘austral’, en abril de 1985, hubo cierta recuperación pero no llegó a durar dos años, y la economía otra vez cayó en el pozo. Por lo tanto la sustentabilidad y dinamismo de este creciente parlamento de papel se fue apagando al ritmo de la economía argentina. Las motivaciones para lanzar nuevas publicaciones tenían que ver con intereses políticos o de influencia, más que con decisiones basadas en una rentabilidad económica. El momento clave de la explosión de ese parlamento de papel fue la creación de *Página 12*, en mayo de 1987. El diario *Página 12* fue al periodismo gráfico lo que la *Rock and Pop* había provocado en el mercado radial cuando comenzó tres años antes.

Página 12 no fue un diario pluralista. En sus mejores momentos contuvo un abanico limitado de las izquierdas, pero nunca salió de eso. Era difícil que sus debates contuvieran las diferentes posiciones que existían en el país. Pero aportó pluralidad al sistema de medios al ofrecer una voz fuerte y penetrante a la izquierda de los medios tradicionales. Todavía es un diario que no puede definir al gobierno cubano como una dictadura o hacer una discusión plural sobre el chavismo. Durante varios años otros diarios han hecho

² Silvio Waisbord, *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*, Editorial Sudamericana, Buenos Aires, 1995, p. 108.

muchos más esfuerzos en aumentar su pluralismo, notoriamente Clarín y La Nación en sus secciones de opinión. Pero la impresión es que las audiencias todavía no resisten enfrentarse a posiciones muy diferentes a las propias, y entonces de alguna forma contribuyen a ratificar el poco pluralismo que en general los medios están ofreciendo.

La sucesión de financistas ocultos de *Página 12* es una prueba irrefutable sobre la dificultad de construir un medio con calidad periodística en este país. Los apoyos decisivos fueron primero el del guerrillero alocado Enrique Gorriarán Merlo, luego el político peronista Carlos Grosso, después el político radical Eduardo Angeloz, luego el manager del grupo Clarín Héctor Magnetto, y después, en una etapa donde llegó la estabilidad de la madurez, un potente ducto repleto de fondos públicos, esta vez canalizados en forma masiva por los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner.⁽³⁾ Con ese carnaval de apoyos, *Página 12* hizo posiblemente el periodismo más influyente sobre los periodistas en estos 25 años. Sobre el final del ciclo alfonsinista, el Partido Comunista lanzó el diario *Nuevo Sur* que pretendía competir en una franja ideológica similar y que finalmente cerró a fines de 1990.⁽⁴⁾

Para el gobierno de Alfonsín, según Waisbord, "*Clarín* fue sin duda la principal obsesión no solo porque el matutino era la cabeza visible de grupos presionando por cambiar la estructura legal de medios sino por su posición descollante en el mercado de medios. Aunque el gobierno y el diario eran socios en Papel Prensa, su relación fue extremadamente difícil durante todo el período".⁽⁵⁾ Un destacado periodista de Clarín en aquellos días, Daniel Muchnik, recordó hace poco que "el radicalismo, en materia de prensa, demostró intolerancia y miedo, diría un psicoterapeuta. No admitía observaciones. No ejercía la censura, no clausuraba medios,

³ Luis Majul, *Lanata. Secretos, virtudes y pecados del periodista más amado y más odiado de la Argentina*, Margen Izquierdo, Buenos Aires, 2013.

⁴ En el mismo momento cayó el comunismo en Europa del Este, en especial en la propia URSS.

⁵ Silvio Waisbord, op.cit., p. 112.

no cercaba a los periodistas ni iniciaba juicios por calumnias e injurias contra ellos. Eso sí, les tiraba encima una montaña de calificativos y de sospechas. Una actitud de extremo sectarismo e intolerancia".⁽⁶⁾

Con la apertura democrática alfonsinista continuó la expansión de las publicaciones de papel, pero en forma simultánea se produjo un segundo ciclo de ampliación mediática. Esta otra expansión fue quizás más profunda que la anterior, con más arraigo social, pues fue en la radio, tanto en las FM como también en algunas AM que quedaron en manos del estado (*Nacional, Municipal, Excelsior y Belgrano*). Con la salida de los militares del poder, cientos de FMs comenzaron a surgir por todo el país, llegando a saturar las ondas, y a llevar a la autoridad regulatoria de ese momento, el llamado COMFER, a declarar en el país varias "zonas conflictivas". En 1984 nació la FM Rock and Pop para revolucionar la forma de hacer radio y comenzó a crecer la radio de segmento. De esta forma el mundo de las FM —en la legalidad o fuera de ella— fue un gran laboratorio de la renovación del periodismo en la democracia. Una década después, se decía que había alrededor de mil radios en todo el país que no tenían permisos de funcionamiento.⁽⁷⁾

Fuera de la democracia, seguramente varias olas mediáticas nunca hubiesen ocurrido. Ni la expansión del parlamento de papel, ni la de las radios, hubiese ocurrido sin apertura democrática.

El bloque mediático de apoyo al gobierno radical incluyó los canales oficiales (el 7 controlado por la presidencia, el 11 por el comité radical de la provincia de Buenos Aires y el 13 por la Junta Coordinadora Nacional), y el intento de hacer *La Razón* con el apoyo de Jacobo Timerman, el último tramo de *Tiempo Argentino*, y la edición del semanario *El Ciudadano*.

De esta forma, el protagonismo político de la televisión —que fue durante las tres décadas la reina de los medios— estaba de algu-

⁶ Daniel Muchnik, *Aquel periodismo. Política, medios y periodistas en la Argentina*, Edhasa, Buenos Aires, 2012, p. 180.

⁷ Carlos Ulanovsky y otros, *Días de radio*, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1995, p. 348.

na forma contenido. De hecho, algunos referentes históricos de ese tipo de medio, como Bernardo Neustadt o Mirtha Legrand, tuvieron dificultades para sostenerse en la pantalla. En sus memorias, el periodista Julio Bazán, que trabajó durante la etapa alfonsinista en Canal 13, recordó:

“Con la llegada de los tiempos electorales, los cristalinos aires iniciales de libertad e independencia informativas comenzaron a ser desplazados por las enrarecidas corrientes de partidismo y la presión política del gobierno de Alfonsín comenzó a interferir e influenciar notoriamente en las decisiones editoriales del noticiero. Y fuimos víctimas, junto con los televidentes, de la deformación de la condición de canal del Estado que pasa a convertirse, por aprovechamientos políticos indebidos, en canales al servicio del gobierno”.⁽⁸⁾

Ese sería el cambio fundamental del nuevo ciclo político que estaba por comenzar.

EL MENEMISMO

La ley de medios menemista fue la ley de Reforma del Estado (23.696), de agosto de 1989, sancionada apenas un mes después de asumir, donde se lanzó el proceso de privatizaciones de medios audiovisuales después de liquidar el veto de que la prensa gráfica pudiese tener licencias de radio o de televisión. Esa re-regulación catapultó un *tercer ciclo* de transformación del sistema mediático, que pluralizó la comunicación pública, que llegó con la privatización de los canales en poder del estado (el 11 y el 13). Creció la ficción nacional y hubo mayor pluralidad informativa. Quizás por primera vez desde el surgimiento de la televisión privada, en 1958, había un periodismo un poco más libre en la TV. Hasta el momento, los canales habían tenido un gran control sobre sus contenidos periodísticos, tanto en sus años privados como en los

⁸ Julio Bazán, *Crónica de un cronista*, Del nuevo extremo, Buenos Aires, 2006, p. 36.

años en que fueron estatizados. Por supuesto que los nuevos dueños de las licencias televisivas siguieron ejerciendo cierto control, pero ya había un margen mayor para el desarrollo del periodismo profesional. Comenzaron a surgir programas de periodismo de investigación en televisión. Esto permitía que este medio que, entonces y ahora sigue siendo la principal fuente de información de la ciudadanía, comenzara a ofrecer información de más calidad y profundidad.

En otro sector de la industria de la televisión se estaba produciendo una segunda transformación, en la televisión por cable. Este fue el cuarto ciclo de ampliación del ecosistema. En 1991 la empresa Cablevisión llegaba a sus primeros 70 mil clientes. En 1993 se creó Todo Noticias (TN) y en 1996 ese canal comenzó a transmitir 24 horas seguidas en vivo. Para el año 2000, Argentina tenía la industria de televisión por cable con más penetración en América Latina.⁽⁹⁾ Esa industria multiplicó la cantidad de canales a niveles insospechados. Un país acostumbrado a optar entre menos de una decena de canales, de pronto vio multiplicada su oferta. Además, a medida que esta poderosa industria se desarrollaba, mostraba su potencia federal y local. De hecho, es una industria que nació en el interior del país. Ahora era posible hacer canales locales y generar, por primera vez en la historia, periodismo televisivo de alcance local.

EL KIRCHNERISMO

A mediados de los noventa, se produjo una nueva revolución en el sistema mediático: llegó internet. En 1994, El Cronista Comercial fue el primer diario que hizo su página web, y luego fueron sucesivamente todos sacando su web. Por supuesto era todavía un medio incipiente.

La masividad de este nuevo medio recién se produjo en el si-

⁹ Guillermo Mastrini y Martín Becerra, *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Prometeo libros/IPYS, Buenos Aires, 2006, p. 91.

glo veintiuno. Mientras que en el 2003 el 83 % de los internautas argentinos se conectaba a través de la línea telefónica, la banda ancha llegó en el 2005 a superar aquel método como forma de conexión a internet. ⁽¹⁰⁾ Ese fue el evidente *quinto ciclo*.

Luego vino la revolución de los dispositivos móviles, los que cada vez son más relevantes como puerta de entrada a internet. Un *sexto ciclo* posible de transformación fue una revolución en la revolución digital, el surgimiento de las redes sociales. Facebook se tradujo al castellano en el 2007 y en el 2009 lo hizo Twitter. El 2007 es también el año, de acuerdo a Ipsos Media, en el que internet superó a los diarios como fuente de información.

En la mayoría de las provincias, los ciclos mediáticos tuvieron también su correlato, pero en varias el control político fue mayor.

* * *

Al analizar estos tres ciclos políticos junto a los seis ciclos mediáticos, es posible definir a nuestra realidad mediática como híbrida. Estamos en transición hacia una sociedad digital, pero todavía esas olas están lejos de llegar a toda la sociedad argentina. Las últimas cifras del INDEC, difundidas en diciembre del 2012, indican que la mitad de los hogares todavía no tienen acceso a internet, ni tienen computadora. Mientras tanto hay por lo menos una televisión en el 97% de los hogares y por lo menos una radio en el 89,4%. ⁽¹¹⁾ Los datos de Ibope también marcan que la televisión sigue siendo la reina de los medios, tanto abierta como de cable.

SEGUNDA PARTE. INDICADORES DE CALIDAD DEMOCRÁTICA

Desde la llegada de la democracia ha ido creciendo la percepción de la importancia de los medios de comunicación en la escena

¹⁰ Ibope Net Facts. Update 2012. Ibope Media

¹¹ Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC). Resultados del tercer trimestre de 2011. INDEC, Diciembre del 2012, p. 6.

política. Es curioso porque en la historia argentina los contemporáneos de todas las épocas han tenido esa percepción, desde la Revolución de Mayo hasta ahora. En estos últimos treinta años los medios han sido un poder que se ha ido "revelando" a los otros actores, desde un lugar de claroscuro en el que se encontraba. Raúl Alfonsín aseguró que algunos medios promovieron su caída, Carlos Menem dijo que el principal obstáculo para su reelección fueron algunos medios, y el kirchnerismo los eligió como su gran enemigo. ⁽¹²⁾

Es posible que el tipo de medios de cada época haya influido sobre el estilo político predominante. Durante el ciclo alfonsinista, el parlamento de papel promovió la "política-letrada", que venía de la tradición argentina, con grandes documentos y debates en la prensa; el ciclo menemista, coincidente con el estallido y ampliación de las pantallas audiovisuales, promovió el show político, la preeminencia de la imagen; y el kirchnerismo, durante la creciente efervescencia de internet y las redes sociales, se identificó con la ebullición militante, tanto del oficialismo como de los sectores opositores. Esta asociación entre tipos de medios y estilos políticos es solo un ejercicio intelectual, para sembrar hipótesis de trabajos para futuras investigaciones.

Hay tres criterios que propongo utilizar para evaluar si avanzamos o no en la calidad democrática de nuestro sistema de medios.

1. La representatividad de las voces

Se puede decir que un sistema de medios perfectamente democrático es aquel en el que "la comunidad se habla a sí misma", parafraseando una expresión del novelista y periodista estadounidense Norman Mailer. ¿Es el sistema de medios en su conjunto capaz de difundir y representar todas las voces, de todos los sectores de la comunidad? No se trata de que cada medio de comunicación incluya

¹² Edi Zunino, *Patria o medios. La loca guerra de los Kirchner por el control de la realidad*, Sudamericana, Buenos Aires, 2009, p.16.

todas las voces, sino de que el sistema de medios en su conjunto le dé lugar a todas las voces. Que no haya un sector de la sociedad que legítimamente pueda decir que no puede hacer llegar sus preferencias, intereses y deseos al espacio público. En un régimen democrático de medios de comunicación hay una continua expansión de su representatividad popular. Acá es importante destacar que la representación de un ciudadano no se agota en las instancias formales de representación como los parlamentos o los ejecutivos. La representación política es siempre variada y multiinstitucional. Cada ciudadano tiene varios representantes, no solo los que formalmente elige por medio del voto. Puede tener líderes sociales, morales, periodistas, voces o medios de comunicación que ese ciudadano siente que lo representan.⁽¹³⁾

También el aumento de representatividad de las voces se da a través del pluralismo intramedia, que es cuando en un mismo medio hay representado un arco amplio de voces. Este mecanismo de pluralismo se ha limitado durante la era K, donde los medios tienen posiciones tomadas más nítidas y contienen en su interior menor pluralismo. En gran medida ese pluralismo intramedia va de la mano de un crecimiento de la conciencia profesional. Cuánto más profesional es un periodista, más abierto es a las nuevas voces.

Hay dos falencias severas de la representatividad de nuestro sistema de medios. Los medios supuestamente "nacionales" son todos porteños y son los que más incidencia tienen en los funcionarios y políticos nacionales. La incidencia mediática sobre los poderes nacionales está muy centralizada, y es poco pluralista desde el punto de vista territorial. Esta es una doble falencia: hay una creciente desatención de los medios de Buenos Aires a sus corresponsales provinciales, y también una reducción notable de la cobertura de Buenos Aires por parte de los medios provin-

ciales. Esto genera un retroceso democrático innegable. Y acá es necesario pensar a fondo decisiones que sean verdaderos puntos de inflexión, como podría ser trasladar Canal 7 al interior del país y sacarlo de la avenida Figueroa Alcorta.

La otra severa falencia en representatividad tiene que ver con la poca expresión de los sectores populares en los medios, que impone un sesgo clasemediero al periodismo nacional. En treinta años todavía no hemos podido construir un sistema de medios que refleje la estructura social del país. El periodismo sigue siendo una expresión de la clase media y alta como la mayoría de las profesiones de base universitaria. Las voces de los sectores populares tienen una expresión muy limitada, fuera de las experiencias radiales en algunos barrios. La autoridad regulatoria tiene la posibilidad de ampliar la voz de las clases más pobres en los medios, pero para eso debe evitar contribuir con procesos de cooptación que dicen darle voz pero que en realidad se la expropián. La propiedad social de los medios de comunicación y la verdadera conversión de nuestros medios estatales en medios públicos son los vectores para generar una inclusión efectiva de esos sectores hoy sin voz directa, como protagonistas, en el espacio mediático.

Esperemos que los esfuerzos que están haciendo universidades públicas y privadas para formar comunicadores provenientes de los sectores más pobres permitan que tengamos en poco tiempo una visión menos particularista y más representativa de la sociedad argentina. En esto es clave la conciencia profesional, la concepción que el periodista tenga de que debe servir a la sociedad en su conjunto, lo que sería uno de los principales factores democratizantes. Por otro lado, la demanda que el abogado Miguel Rodríguez Villafañe llevó a la Corte Suprema logró que ésta en el 2003 declarara inconstitucional que las asociaciones civiles no pudieran tener licencias, pero se aplicaba solo a su defendida, la radio comunitaria cordobesa La Ranchada. Hubo que esperar hasta agosto del 2005 que se sancionara la ley 26.053 que generalizó ese derecho a todas las demás, menos a las cooperativas de

¹³ Para una discusión mayor sobre esta dimensión de la representación, ver Fernando J. Ruiz, "Fronteras móviles: caos y control en la relación entre periodistas y políticos en América Latina", en Bernardo Sorj (comp.), *Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show*, Siglo XXI/Plataforma Democrática, Buenos Aires, 2010, p. 25.

servicios públicos. ⁽¹⁴⁾

Cada uno de estos tres ciclos políticos tuvo un arco de voces privilegiado. Pero el hecho de que hayan sido etapas de democracia real hace que las voces disidentes nunca fueron silenciadas, e incluso tuvieron a veces un plus de noticiabilidad precisamente por su escasez. La hegemonía de las ideas estaba más dada por la construcción de consensos sociales abrumadores que por la censura de las alternativas. ⁽¹⁵⁾

2. La institucionalización de la crítica

Las democracias necesitan institucionalizar la crítica en el sentido de que haya todo un sistema de amplificación y protección del cuestionamiento a los poderes públicos y privados existentes. Una dictadura organiza el silencio. Una democracia organiza la crítica. Organizar la crítica implica alentarla y protegerla. Y uno de los roles democráticos principales del sistema de medios es ese. Por definición, en las democracias existen una red de instituciones formales e informales que se articulan en un complejo crítico, que van desde sectores parlamentarios, partidos políticos opositores, agencias de control estatales, poder judicial, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación y ciudadanos en las redes sociales. Son máquinas de escándalo que acosan a los poderes. En la medida en que se pueda criticar a cualquier poder —incluidos los medios— en la sociedad sin sufrir represalias, la crítica está institucionalizada.

¹⁴ Santiago Marino, "Estudio de caso: Argentina". En: *Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*, AMARC, Buenos Aires, 2009, p. 75.

¹⁵ El caso del periodista Daniel Muchnik es revelador. Si bien durante los noventa era periodista del principal grupo periodístico del país, su voz era notoriamente contrahegemónica, y por eso fue amplificada en otros medios. Este es su testimonio: "En un comienzo, en Clarín yo me sentí o me hicieron sentir muy sólo en la crítica a la estrategia económica de Cavallo-Menem, en la que persistí desde su anuncio. Esto tuvo una contrapartida en mi beneficio o en mi experiencia audiovisual. Era invitado en mi condición de solitario 'francotirador' a todos los programas políticos y económicos de la televisión. Y a la radio. Como me había atrevido a tirar a los dioses al piso se me situaba como hombre de polémica constante con los planteos del ministro Cavallo", Daniel Muchnik, *Aquel periodismo. Política, medios y periodistas en la Argentina*, Edhasa, Buenos Aires, 2012, p. 196.

Durante el ciclo alfonsinista hubo voces críticas que se autocensuraron en el marco del periodismo de seguridad democrática. Muchnik escribió, recordando aquellos años, que "mayoritariamente, entre nosotros imperaba el temor de que cualquier equívoco del gobierno constitucional podría abrir las puertas de los cuarteles y forjar un golpe de Estado". ⁽¹⁶⁾ También puede haber habido censura directa. En 1986 hubo un gran escándalo porque el programa "Sin Anestesia" de Eduardo Aliverti fue levantado del aire en *Radio Belgrano*. De hecho hubo por primera vez expresiones públicas masivas de apoyo. ⁽¹⁷⁾

La calidad de la democracia es más alta cuando se pueden realizar, desde medios relevantes y masivos, críticas hacia los diferentes poderes institucionales o fácticos. Las redes sociales han contribuido a liberar las críticas y dar acceso, pero todavía son los medios tradicionales los principales canales de comunicación. En general, institucionalizar la crítica es darle voz en forma frecuente y libre a aquellas personas o grupos que se sienten víctimas de alguno de esos poderes. Son ellos los que motorizan las críticas. A veces son víctimas directas y en otros casos son personas o grupos que salen en defensa de víctimas que no pueden o no quieren expresarse por sí. Esa voz de las víctimas es el nutriente del cambio y de la mejora constante de la democracia.

Las estrategias menemistas para penalizar la crítica pública promovieron como reacción, entre otras cosas, la formación en diciembre de 1995 de la Asociación Periodistas, la que llevaba como lema "Asociación para la Defensa del Periodismo Independiente". Por supuesto que no existe un periodismo independiente en el sentido de que no tiene ninguna dependencia. Así mirado, el periodismo es siempre interdependiente, pero puede tender a ganar más margen de autonomía en la medida en que equilibra y pluraliza sus dependencias.

¹⁶ Daniel Muchnik, op.cit., p. 181.

¹⁷ Ricardo Horvath, *La trama secreta de la radiodifusión argentina*, Ediciones Unidad, Buenos Aires, 1987, p. 107.

El kirchnerismo fue el más activo en estos treinta años en penalizar la crítica pública, en lo que fue un evidente retroceso democrático. No hizo esto por su habitual práctica de criticar a sus críticos, algo a lo que tiene innegable derecho, siempre que guarde las proporciones. Hay una diferencia evidente entre un gobierno que respeta el derecho a la crítica periodística, y un gobierno ingenuo y pasivo frente a ella. El problema en el kirchnerismo fue la represalia posterior. Utilizó los recursos públicos como si fuera el partido del Estado y legitimó esas políticas abiertamente reciclando la vieja doctrina.⁽¹⁸⁾

La disolución de la Asociación Periodistas reflejó la ruptura de la comunidad periodística. Aquello que el menemismo había unido, ahora el kirchnerismo dividía.⁽¹⁹⁾ Este caso demostró que había un sector importante del periodismo que había decidido dar un paso adelante en la defensa del gobierno. Entendió que era un momento histórico en el que correspondía limitar su anterior culto a la independencia periodística.

3. La base informativa común

Para un sistema de medios democrático no basta con la representación de las voces y la libertad para la crítica. Se necesita un factor clave. Consiste en la existencia de medios periodísticos que sean creíbles para los distintos sectores importantes de la comunidad y que, más allá de diferencias de perspectiva, se pueda coincidir en un relato común de acontecimientos y realidades. Se trata de que los ciudadanos tengan, más allá de su personal perspectiva ideológica, referencias informativas comunes, es decir, que haya medios con credibilidad razonable para todos y que produzcan porciones considerables de información común. De esa forma se puede com-

¹⁸ 'Partido del estado' es la expresión que utilizaba en México la oposición al gobierno del Partido Revolucionario Institucional (PRI) hasta el año 2000. El peronismo y el PRI han sido siempre primos hermanos.

¹⁹ Para una descripción del proceso ver Edi Zunino, op.cit., p. 47-68.

batir la natural bilocación social, la sensación de que, de acuerdo a quién se escucha, se vive en una sociedad radicalmente diferente. En este tipo de sociedad en estado de bilocación, alcanzar los consensos es casi imposible. Los procesos de polarización mediática rompen la Base Informativa Común, y refuerzan esa bilocación social haciendo cada vez más difícil los consensos.

El discurso sobre la neutralidad, la objetividad, la equidad informativa, son estrategias de maximización de influencia. En la medida en que los medios se alejan más de eso pierden su capacidad de influir en una parte de la sociedad.

TERCERA PARTE. SIN PLATAFORMA NO HAY PROFESIÓN

El poder se va construyendo o perdiendo como si fuera una escalera, escalón por escalón. Son hechos, circunstancias, errores o aciertos, momentos conmocionantes, que aumentan o reducen la influencia social de un medio de comunicación, o de un periodista. La historia del periodismo es por supuesto un sube y baja continuo de influencia, donde hay momentos en los que la influencia llega a su cénit y en otros está tan diluida que es *intrascendente*.

Los tres medios más influyentes en nuestra historia democrática reciente han sido La Nación, Clarín y Página 12.

Entre ellos, el caso más discutido es sin duda Clarín. Su historia desde 1945 hasta 1982, escrita por el periodista y profesor de la Universidad de Nueva York, Martín Sivak, explica cómo el crecimiento de la empresa fue constante pero no así el de su influencia. Es evidente que treinta años después, creció la empresa y también creció notoriamente su influencia. Los medios que Clarín fue sucesivamente comprando se convirtieron en líderes de sus respectivos mercados. Y esa acumulación de liderazgos en tipos de medios diferentes sumó finalmente un indudable poder de agenda que, aunque difuso, es real. Cuando se sumó su activismo periodístico de la década del noventa, en que comenzó a instalar temas

a partir del periodismo de investigación, la sensación de influencia creció. Por otro lado, un medio como *Página 12*, nacido en 1987, adquirió también una influencia notable de agenda. Era en este caso más bien una influencia intramedia. *Página* fijaba agenda en los periodistas del resto de los medios. Su circulación nunca fue grande, pero su influencia nunca fue pequeña. Es un diario de poca audiencia pero una gran referencia intelectual y periodística. Un caso similar fue *La Opinión* en la década del setenta. El diario económico *Ambito Financiero* también tuvo sus momentos estelares: el lanzamiento del plan austral, la aceleración de la sucesión de Alfonsín a Menem, o el destape del pacto de Olivos que llevó a la reforma constitucional de 1994. La *Editorial Perfil*, tanto a través de la revista *Noticias* como del diario *Perfil*, también ha tenido impactos notables sobre nuestra vida pública.

Hubo medios que hoy ya no existen pero que tuvieron una influencia notable en varios tramos de estas tres décadas ganadas para la democracia. Por ejemplo, los que se crearon en la etapa descendente de la dictadura y luego recorrieron un tiempo en la democracia, como las revistas *Humor* y *El Porteño*, o el diario *Tiempo Argentino*.

Pero ha habido dificultades en desarrollar medios periodísticos de gran nivel profesional. Es claro que el desarrollo de la profesión periodística es un contrapeso frente a la presión comercial existente en el interior de la empresa periodística. Es común hablar de la influencia del objetivo lucrativo en la empresa periodística, pero sería un error subestimar el poder de agenda de la vocación profesional. A diario, los periodistas ganan batallas en el interior de las redacciones para imponer criterios profesionales. Por supuesto, a diario también las pierden. Esta es la lógica en los medios comerciales en el mundo democrático. Hay una tensión constante para la construcción de la noticia entre la dimensión profesional y la dimensión mercantil.

Existe una negociación a tres bandas entre los dueños, los apoyos que hacen sustentable el medio y la redacción. Estos tres

pueden estar alineados en sus objetivos, o no. De no estarlo hay una permanente búsqueda de equilibrio, donde se compensan las fuerzas, en la que los periodistas ven en forma fluida cómo aumenta o decrece la autonomía para tratar un tema. Todos se van convirtiendo de a poco en expertos sensores de autonomía, incluso las audiencias. En el interior de los medios, los periodistas son expertos en límites y expertos en manejar la ambigüedad. Por supuesto, esa relación de interdependencia es diferente de acuerdo a cada medio, cada tema y cada circunstancia histórica. También, cuanto más variada es una redacción, más compleja aún es esta negociación. Es una negociación cuya enorme mayoría de gestos y acciones, sino todas, fueron implícitas, y no explícitas.

Si en la primera década de la democracia el referente periodístico principal fue Bernardo Neustadt, en los últimos años fue Jorge Lanata. Son dos comunicadores excepcionales, de una creatividad única. Han sido eficaces en varios tipos de plataformas, desde la gráfica en la que seducían a las minorías ilustradas hasta la radio y la televisión en que reinaron sobre las grandes audiencias. Si había que ver el programa de televisión *Tiempo Nuevo* en los primeros años de Alfonsín y Menem, los programas de televisión de Lanata, en especial "Periodismo para Todos", volvieron a unificar la dispersión de agenda. Cuando se empezaba a descreer que otra vez las grandes audiencias pudieran volver a reunirse alrededor de un programa periodístico, llegó Lanata.

Neustadt tuvo problemas de censura durante el alfonsinismo y Lanata no pudo llegar al horario central que se merecía desde hace rato porque no era confiable para los licenciarios privados, los que siempre están condicionados en su relación con el gobierno. Recién Lanata pudo aterrizar en el horario más nacional y popular de la televisión argentina cuando el grupo Clarín necesitaba una primera espada para enfrentar la arremetida del gobierno nacional.

Pero ambos supercomunicadores se convirtieron en líderes de facción. Son más bien columnistas de parte que periodistas que mataban sus análisis e interpretaciones. Desde ese punto de vista se tra-

ta de palancas polarizadoras, que sirven para acumular masivamente voluntades en una posición antagónica. Así como Neustadt organizó la Plaza del Sí, como un apoyo al proceso privatizador, Lanata podría organizar la Plaza del No, contra el gobierno de Cristina Kirchner.

El periodismo no ha podido en estos treinta años construir un círculo virtuoso ni con el estado ni con el mercado. Ninguno de las dos plataformas ha servido, de modo continuo, para potenciar un periodismo de calidad sustentable.

El mercado ha ido asfixiando sucesivamente a las respectivas olas mediáticas: La lógica de los dueños de medios ha sido más la de obtener un capital de influencia que la de hacer un negocio en forma directa. Los períodos de prosperidad han motorizado la calidad periodística, pero fueron ciclos cortos. Los dos picos de periodismo de investigación se dieron, el primero, en los noventa y, el segundo, con las libertades sectarias que ofrece la actual guerra mediática. "Libertades sectarias" quiere decir tener la libertad para investigar a un sector y no a otro. La fortaleza económica de las empresas periodísticas fue un factor evidente de autonomía. Desde 1980, las tres sucesivas "leyes de medios" fueron para disciplinar a los medios frente a nuevos escenarios políticos, desde la ley de medios de la dictadura, a la menemista y la kirchnerista. Cada una con distinto conjunto de valores, pero todas fueron concebidas como herramientas de gestión política.

Hay algunas tendencias positivas. La Corte Suprema ha estado desenrollando en la última década una sólida doctrina de defensa del periodismo profesional al mostrar algunos de los notorios atrasos institucionales que lo afectan, como la evidente malversación de fondos públicos a través de la publicidad oficial, la falta de promoción de asociaciones no comerciales en los medios y la opaca cultura estatal de acceso a la información pública.

Las políticas estatales han tendido a ser oscilantes entre el servicio a los intereses particulares de la industria y el intento de disciplinar a través del favor o del castigo a los actores periodísticos principales.

Con respecto al Estado, la performance periodística en los medios estatales es, salvo aisladas excepciones, bastante inferior a la existente en los medios comerciales. Si en 1984 existía la vocación de hacer medios estatales no oficialistas, treinta años después ese impulso casi sigue en el mismo lugar.⁽²⁰⁾ El Estado tampoco ha sido un estímulo para ninguno de las nuevas olas mediáticas. Todas fueron por fuera del Estado.

El hecho de que ambas plataformas tengan tanta dificultad para promover la calidad periodística afecta el núcleo de la relación entre periodismo y democracia. En la medida en que no se desarrolla el periodismo como profesión, no puede servir con la calidad necesaria a la democracia. Sin plataformas que lo sostengan de modo estable y constante, el periodismo como profesión se mantiene en un nivel de precariedad, muy delicada, que está siempre en el filo de desmoronarse. Sin una profesión fuerte, solo muy pocos periodistas en muy pocos medios tienen la posibilidad de cumplir con el mandato de su conciencia profesional. Esos pocos hacen mucho, pero a treinta años de iniciada la nueva era democrática, siguen siendo demasiado pocos.

Además, el periodismo profesional ha sido lento y moroso en aprovechar los nuevos tipos de medios. Una excesiva identificación entre periodismo de calidad y medios gráficos ha restado impacto a la profesión en la sociedad. A casi cien años del inicio de la radio en el país, a más de cincuenta de la llegada de la televisión, todavía la elite periodística está concentrada en la gráfica. Esperemos que su demora en llegar a las redes sociales sea menor. Cuanto más tarden los mejores periodistas en llegar a las redes, más grande será la brecha democrática.

En la última década ha crecido en forma incipiente la plataforma social, el periodismo basado en organizaciones sin fines de lucro, pero por ahora la política y el mercado también fustigan su desarrollo mediático. Pero de a poco es posible que empiecen a

²⁰ Horvath escribió un texto para *El Porteño* en agosto de 1984 con el título "Si señores, es posible una radio estatal no oficialista". Ricardo Horvath, op.cit., p. 82.

construirse plataformas sociales que permitan una tercera vía, no antagónica sino complementaria, para desarrollar la profesión de periodista.

Hoy no podemos asegurar que el periodismo que se está haciendo sea mejor que el que se hacía el 30 de octubre de 1983. Solo el hecho de no poder afirmar de modo rotundo que hemos avanzado, nos deja un sabor amargo. Estos treinta años seguramente hemos aprendido mucho, pero todavía nos cuesta decir que el periodismo ha crecido. A veces parece que nuestro recorrido es circular, y que volvemos siempre al punto de partida.

ANEXO
TABLA COMPARATIVA DE CICLOS
POLÍTICOS Y MEDIÁTICOS

Ciclo	Norma	Ciclo mediático	Estilo político	Principio mediático
Alfonsinismo	Decreto-Ley de la dictadura	(1) Parlamento de papel (2) Explosión de Fms	La política letrada	
Menem	Ley de reforma del estado	(3) Apertura de la TV abierta (4) Explosión del cable	El show	Periodismo de cuarto poder
Kirchner	Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	(5) Internet (6) Redes sociales	La ebullición de la discusión pública	Periodismo de seguridad democrática/ periodismo de cuarto poder/ guerra mediática

CONSTITUCIONALISMO Y ESTADO DE DERECHO

Daniel Sabsay

EL CONSTITUCIONALISMO Y EL SURGIMIENTO DEL DERECHO CONSTITUCIONAL

El derecho constitucional es el producto de un movimiento de ideas, el constitucionalismo, que se desarrolla en Europa en el Siglo XVIII. Se trata de la rama del derecho que apunta a la organización del poder en el Estado con especial empeño en el resguardo del espacio de libertad de la sociedad. Así, regula las relaciones entre éste y los particulares y las que se suscitan en su interior entre los distintos titulares del poder estatal. "Las normas del Derecho Constitucional se definen por su objeto: serían las normas que regulan las materias directamente vinculadas a la garantía básica de la libertad. Y se destacan dos tipos de normas

DANIEL SABSAY. Es abogado (UBA) con un Posgrado en la Facultad de Derecho de la Universidad de París II, Francia, casa de estudios en la que se desempeñó como docente. Profesor Titular de Derecho Constitucional en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Director de la Carrera de Posgrado Especial de Derecho Constitucional (UBA). Presidente de la Fundación Ambiente y Recursos Naturales (FARN). Vicepresidente de la Asociación Argentina de Derecho Constitucional. Consultor de organismos internacionales. Ha escrito libros y numerosos trabajos sobre temas de su especialidad que se han publicado en el país y en el extranjero. Ha sido condecorado por el Gobierno de Francia en dos oportunidades.