

LAS CLAVES

LA ESTRATEGIA OFICIAL CONTRA LOS MEDIOS



Grupo Clarín



El Grupo



Los ataques



La propaganda



Papel Prensa



Ley de Medios

Un grupo argentino de medios

El Grupo Clarín es un grupo de medios de comunicación de origen, capital mayoritario y gerenciamiento argentinos, con presencia en el país desde mediados de la década del '40.

El Grupo Clarín es un grupo de medios de comunicación de origen, capital mayoritario y gerenciamiento argentinos, con presencia en medios escritos, radio, televisión, cable e Internet, que ha logrado hacerse de un lugar de importancia en un ámbito donde los grandes protagonistas son internacionales. En un mercado muy competitivo por lo amplio y variado de la oferta existente, la diversificación del Grupo es similar a la que han seguido otros multimedios del mundo e Iberoamérica como Time Warner, Fox o Disney de EE.UU.; Sky del Reino Unido, Prisa de España, Globo de Brasil o Televisa de México.

en un mercado competitivo

Sostener esa estructura no ha resultado fácil en un país con discontinuidades, un menor tamaño relativo y contando únicamente con recursos propios. En comparación con el mundo, la facturación del Grupo Clarín es 66 veces menor a la de Telefónica, 40 veces menos que la de Time Warner y 24 veces inferior a la de CBS.

Las diferentes empresas del Grupo, fundamentalmente radicadas en el país y con orígenes que se remontan a 1945 con el lanzamiento del diario, son actualmente **fuentes de trabajo para 16.000 empleados** y cuentan entre sus proveedores habituales con decenas de pymes, que a su vez significan puestos laborales para varios miles de personas más en distintos puntos del territorio nacional.

Clarín compite en los kioscos de Buenos Aires nada menos que con 13 diarios pagos de interés general, un número muy difícil de encontrar en cualquier capital del mundo: *La Nación, La Prensa, Diario Popular, Crónica, Página/12, Crítica de la Argentina, Bae, Buenos Aires Herald, El Cronista, Ámbito Financiero, Perfil, Tiempo Argentino y Miradas al Sur.*

En el interior del país, *Clarín* compite con más de 200 diarios regionales y locales, todas voces de referencia en su zona, donde los diarios nacionales tienen una inserción reducida.

Las empresas del Grupo Clarín representan fuentes de trabajo directo para más de 16.000 personas, y varios miles más de manera indirecta a través de las pymes que se cuentan entre sus proveedores.

Una apuesta permanente a la producción nacional

Contenidos bien argentinos

La señal Todo Noticias (TN) compete a nivel nacional con otras cinco pertenecientes todas a dueños diferentes: Crónica TV, América 24, C5N, Canal 26 y CN23. Este número de opciones no tiene antecedentes a nivel mundial.

En televisión abierta, el Grupo Clarín es titular de *Canal 13*, una de las cinco emisoras de Buenos Aires, y en la misma área cuenta con una radio AM (*Mitre*) y una FM (*La 100*), en un espectro en el que existen 550 radios.

En todo el país, el grupo, a través de su empresa Artear, posee **cuatro licencias de televisión abierta**, sobre 42 existentes, mientras que *Radio Mitre* tiene 9 licencias, sobre un total de más de 5.000 radios en operación.

En canales de noticias, el grupo cuenta con una señal de alcance nacional, **Todo Noticias (TN)**, que compete con otras cinco pertenecientes todas a dueños diferentes: *Crónica TV*, *América 24*, *C5N*, *Canal 26* y *CN23*.

En 1990, cuando Artear se presentó a los concursos por la privatización de *Canal 11* y *Canal 13*, ganó los dos. Obtuvo los máximos puntajes, y en cumplimiento de la ley optó por la frecuencia del 13. **En estos veinte años, fue el único canal que no cambió su control accionario, que no fue vendido, que apostó siempre a la producción nacional, y que se especializó en los programas de ficción (es el que más horas de artística lleva producidas) y en las noticias.**

En paralelo, Artear generó señales nacionales para alimentar una grilla de cable donde hasta las noticias y el deporte venían del exterior. Así nacieron *TN*, *Volver*, *TyC Sports* o *Quiero*, que dan trabajo de calidad a periodistas, actores, técnicos, guionistas y productores. Y que generan contenidos nacionales para una grilla mayoritariamente alimentada desde el exterior.



Oferta competitiva en cable

Primero entre más de 700 operadores, en todos los lugares en donde presta servicio Cablevisión compite con otras opciones, ya sea en cable o en satélite.



En el mercado del cable, Clarín está trabajando desde 1993 en la conformación de una red que hoy encabeza Cablevisión y que conforma un tendido de telecomunicaciones alternativo al de las grandes telefónicas, ofreciendo televisión por cable e Internet con estándares internacionales.

Cablevisión tiene un 47% de participación en el mercado argentino del cable, un porcentaje similar o inferior al de los mayores operadores de cable de países como Francia (65%), Italia (75%), España (57%), Alemania (52%), Reino Unido (50%), Chile (67%), Perú (82%), Venezuela (50%), Brasil (46%), Colombia (46%) y México (46%).

En diciembre de 2007, al aprobarse la fusión de Cablevisión-Multicanal se dio un nuevo impulso a inversiones destinadas a mejorar y extender el servicio de banda ancha hacia muchos sitios del interior del país a los que ninguna empresa -de cable o de telefonía- había querido llegar.

La fusión, hoy plenamente vigente, fue aprobada a través de un dictamen favorable y sin condicionamientos por los tres miembros que integraban la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC).

Sin concesiones exclusivas ni subsidios cruzados, hoy el cable es un servicio que presenta una de las mejores ofertas de América Latina, tanto en variedad de contenidos y servicios como en calidad tecnológica. Muestra, además, una de las tasas de penetración más elevadas de la región, con precios sumamente competitivos a escala internacional.

La inversión realizada por Cablevisión en el período 2007/2009 fue de 632 millones de dólares, más de tres veces la establecida en el compromiso voluntario inicial (US\$ 180 millones) ante la Comisión de Defensa de la Competencia.

La red de Cablevisión, con su permanente inversión en desarrollo tecnológico, ya está ofreciendo televisión 3D, a la vanguardia internacional.

Se construyó un anillo de fibra óptica troncal (*backbone*) para unir ciudades que hasta entonces no estaban alcanzadas con los servicios de televisión por cable e Internet de banda ancha.

La digitalización de nuevas localidades creció 130% y la extensión del servicio de cable digital superó en un 87% al compromiso inicial.

La cobertura de banda ancha se amplió a 45 localidades adicionales. En 2007 el mejor servicio era de 10 mbps de velocidad, mientras que en 2010 llegó a los 30 mbps.

Se incorporaron señales de alta definición (HD, Digital) con servicios PPV y DVR, que permiten grabar la programación.

La tarifa social está disponible en 395.000 hogares, sobrepasando a los hogares comprometidos para el área del Gran Buenos Aires.

Al conformar la primera red alternativa a las empresas telefónicas, se logró una presencia competitiva en Internet que dinamizó el mercado de banda ancha.

Los portales más seguidos de la Argentina

Una apuesta por nuevos formatos periodísticos



Clarín.com es el sitio argentino más visitado del país y el diario online en español más consultado de Latinoamérica, con 5.300.000 de usuarios únicos mensuales.

En Internet, donde cualquier persona puede distribuir contenidos, Clarín.com ocupa el décimo puesto entre los sitios más visitados del país, con un detalle a tener muy en cuenta: ninguno de los que lo preceden es argentino.

La compañía que desarrolla los contenidos digitales del grupo es Clarín Global, y entre todos ellos se destaca Clarín.com, el principal sitio de la Argentina y el diario *online* en español más consultado de Latinoamérica. Desde 1996, el número de lectores de Clarín.com fue en constante aumento: hoy sus 5.300.000 usuarios únicos mensuales encuentran la oferta más completa a través del reconocido servicio de noticias Último Momento, la apuesta a nuevos *weblogs*, la interactividad con los lectores, las producciones especiales y la búsqueda de nuevos formatos periodísticos.

A la sinergia entre sus medios gráficos y audiovisuales, el Grupo sumó en los últimos años una fuerte apuesta en Internet, desarrollando los portales verticales y horizontales de mayor audiencia de la Argentina e incluso exportando su modelo a países vecinos, como Brasil y México.

6 señales de cable de noticias tienen alcance nacional,
entre ellas TN.

13 diarios pagos de interés general compiten con *Clarín* en Buenos Aires.

700 operadores de cable existen en el país, el principal
de ellos, Cablevisión.

5.000 licencias de radio hay en Argentina, de las cuales 9 son
de *Radio Mitre*.

16.000 puestos de trabajo directos dentro
del Grupo *Clarín*.

350.000 ejemplares diarios son las ventas promedio de lunes
a viernes del diario *Clarín*, elevándose a 700 mil
los domingos.

5.300.000 usuarios únicos mensuales tiene
Clarín.com

632.000.000 de dólares invertidos en tres años por el
grupo en redes y digitalización.

Ofensiva contra los medios

Desde hace tiempo, los medios de comunicación no oficiales son el centro de una ofensiva gubernamental inédita en tiempos de democracia.

El periodismo editorial
y económicamente
autónomo es blanco
de ataques permanentes
desde el Gobierno,
sus referentes,
y el multimedios oficial
y paraestatal.

Un plan financiado con recursos públicos

La valija de Antonini Wilson, el caso Skanska, la inflación, la inseguridad, la embajada paralela, el enriquecimiento de funcionarios, el conflicto con el campo, el INDEC, el dengue o la Gripe A no fueron inventos de la prensa.

Los reiterados ataques contra periodistas y medios de prensa que desde hace meses se registran en la Argentina no parecen tener otro objetivo que el de ir estigmatizando y socavando la legitimidad de todas aquellas voces que no se alineen con la «agenda» y el «relato» oficiales.

En paralelo, y merced a un plan financiado con millonarios recursos públicos, se busca establecer un sistema de comunicación conformado por múltiples medios pero con una única mirada, en la que predomina sin matices el discurso oficial.

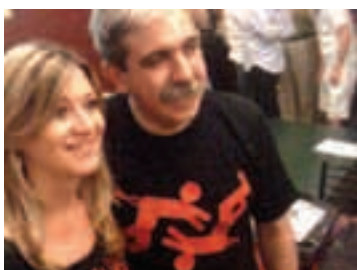
Esto se complementa con una serie de medidas legislativas, administrativas y de hostigamiento judicial que buscan afectar la sustentabilidad de los medios no oficiales, sus fuentes de abastecimiento o su imagen pública.

Así como varios artículos de la ley de radiodifusión apuntan a mutilar a los medios audiovisuales de relevancia y atomizar el universo comunicacional para hacerlos más dependiente de los recursos o la asistencia del gobierno de turno, las iniciativas para controlar la producción de papel de diario y el manejo discrecional de la pauta publicitaria oficial tienen el claro objetivo de favorecer a los aliados y perjudicar a los no adictos.

Si bien las tensiones entre la prensa y el poder político pueden considerarse habituales, la sostenida obsesión por embestir contra periodistas y medios excede ya lo tolerable dentro de un sistema democrático.



Disparen contra el Grupo Clarín



El Grupo Clarín, sus periodistas y directivos vienen siendo uno de los principales blancos de la ofensiva contra los medios, alentada desde la cúpula del poder con discursos de tono violento y acciones concretadas valiéndose de organismos oficiales, desde los formales hasta los más oscuros.

Una serie de **actos administrativos abusivos** –cuando no ilegales– ordenados desde dependencias estatales como la Secretaría de Comunicaciones, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), la Secretaría de Comercio Interior, el Banco Central (BCRA), la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC), la Comisión Nacional de Valores (CNV), la Unidad de Investigaciones Financieras (UIF) y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), se complementan con declaraciones combativas, acusaciones infundadas y una arenga sostenida en la que se marca como blancos a medios y periodistas.

La Ley de Medios, el plan para controlar el papel para diarios, el manejo de la pauta oficial, y la demonización de la prensa no afín al poder se inscriben dentro de una estrategia que no sólo apunta a **desacreditar las opiniones críticas** sino los propios hechos noticiosos que no son del agrado oficial.



Agrupaciones afines al Gobierno llevan adelante los escraches a periodistas y medios.

Funcionarios y referentes políticos protagonizan los hostigamientos contra empresas y directivos.

Operativos intimidatorios

En septiembre de 2009, casi 200 inspectores de la Agencia Federal de Ingresos Públicos (AFIP) realizaron un desmesurado operativo en la sede del diario *Clarín*, y otro centenar en compañías del Grupo como Artear y Cablevisión, y en oficinas de la provincia de Córdoba. En forma sugestivamente simultánea, medidas similares se realizaron en domicilios particulares de directivos, síndicos y apoderados. El objetivo fue intimidatorio, ya que se trataba de inspecciones de rutina.

También la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Unidad de Información Financiera (UIF) vienen llevando adelante una serie de medidas claramente persecutorias, tanto por el contenido de las mismas (cuestiones meramente formales, temáticas que exceden su competencia, denuncias sin sustento anticipadas en medios oficiales), como por su procedencia legal. Han requerido, por ejemplo, libros contables de más 30 años de antigüedad –aunque la ley obliga a archivarlos por 10 años–; basaron su accionar en denuncias anónimas o de un prófugo de la justicia norteamericana; o incluso acusaron al Grupo por conductas legales y corrientes en el mercado, revelando un trato no sólo ilegítimo sino violatorio de la igualdad ante la ley.

Para esas acciones, en algunos casos se llegó incluso al relevamiento de funcionarios que se negaron a cumplir las directivas oficiales de hostigamiento por considerarlas ilegales o antiéticas. Así, debieron abandonar sus cargos el titular de la Comisión Nacional de Valores, el Síndico General de la Nación y la titular de la UIF, siendo en todos los casos reemplazados por funcionarios políticos del círculo más íntimo del riñón oficial.



Denuncias sin sustento

Muchas de las acciones luego son convertidas en denuncias judiciales carentes de sustento, pero amplificadas mediáticamente mientras recorren los pasos procesales. Y en este esquema aparecieron situaciones insólitas. Desde abogados afines al gobierno –habituales querellantes de opositores políticos– denunciando delitos de lesa humanidad a partir de una burda manipulación de fechas y datos en la compra de *Papel Prensa*, hasta la propia UIF argumentando irregularidades en la salida a la Bolsa del Grupo *Clarín*, operación aprobada por la CNV, realizada bajo las estrictas normas de las Bolsas de Londres y Nueva York, con un 80% de inversores extranjeros que definieron el precio, y cuya demanda de acciones superó tres veces la oferta realizada.

Hasta la propia Presidenta acusó al Grupo *Clarín* de girar dólares al exterior en 2009, pero obvió decir que se trataba de operaciones públicas y registradas, y que se concretaron para cumplir con obligaciones financieras y comerciales. La jefa de Estado aludió además a supuestas causas por «lavado de dinero, evasión e infracción a la ley penal cambiaria» y se valió para ello de la denuncia de un prófugo de la justicia norteamericana, un ex empleado del banco JP Morgan condenado penalmente por fraude en los Estados Unidos que buscó evitar ser extraditado a ese país.



Escraches e intimidaciones

El 23 de marzo de 2010, unos 50 militantes de la JP Evita, la JP Descamisados y la Corriente Nacional Martín Fierro, todas muy cercanas al Gobierno, realizaron un escrache frente a Clarín con pintadas en las paredes y cánticos hostiles. La marcha había sido anunciada durante la tarde por la web del periódico oficialista *El Argentino* y Radio Nacional, y fue difundida por las cámaras de televisión pública (Canal 7) y por la señal C5N.

En mayo de 2009 fueron atacadas once receptorías de Clarín con pintadas «Clarín miente», firmadas por la Agrupación JP Descamisados. En agosto de 2009 fueron atacadas la agencia Clarín en Rosario, la receptoría de Ciudadela, la sede distribuidora del diario en Tucumán, y una de las oficinas de Clarín Global en Buenos Aires. En septiembre de 2009 hubo ataques contra varias agencias de Clarín ubicadas en el Gran Buenos Aires y en el interior del país.



Desobediencia judicial

Pese a fallos judiciales adversos que suspenden varios de sus artículos más polémicos, el Gobierno sigue avanzando para poner en vigencia su ley de medios, acelerando procesos y formalizando designaciones en una Autoridad de Aplicación dependiente del poder político, más allá de los cuestionamientos de organizaciones locales e internacionales, como la Relatoría de Libertad de Expresión de la OEA, la Asociación Internacional de Radiodifusión y la Sociedad Interamericana de Prensa, entre otras.



Afiches y pasquines

En abril de 2008, una vez iniciado el conflicto con el campo, aparecieron en las calles los afiches «Clarín miente», «Clarín contamina», «Clarín aprieta» y «Clarín quiere inflación», *slogans* también empleados en pancartas y carteles en actos de sectores oficialistas. La campaña de afiches difamatorios continuó durante todo el 2009 y tuvo como blanco central a TN y Clarín.

En enero del 2010, afiches colocados anónimamente en la vía pública acusaron al Grupo de estar detrás de un supuesto plan de desestabilización institucional. Tres meses después, aparecieron afiches callejeros contra periodistas del Grupo Clarín con nombres y fotografías, que merecieron generalizadas condenas tanto en el país como en el exterior.

Durante el 2009, en el marco del debate por la ley de medios se distribuyeron pasquines panfletarios y anónimos bajo el nombre de «Portada» con acusaciones y agravios contra Clarín y sus directivos.

Sanciones y medidas directas

En los últimos dos años, el Gobierno inició o respaldó al menos 34 conjuntos de medidas o acciones directas contra medios, directivos y periodistas del Grupo Clarín, entre ellas sanciones arbitrarias del Comité Federal de Radiodifusión y disposiciones de la Secretaría de Comercio fuera de su competencia, como las dictadas contra Cablevisión, o sin antecedente alguno en otras industrias, como la intervención comercial en el mercado del papel.

Sólo a título de ejemplo, entre las más polémicas se encuentran:

- » Otorgamiento y cancelación, en una semana, de numeración para brindar telefonía a través de Fibertel, pese a tener licencia vigente y varios años de reclamos administrativos (Secretaría de Comunicaciones).
- » Intento de obstaculizar, a través del Comfer, el proceso de fusión de Cablevisión, aprobado oportunamente por la Comisión de Defensa de la Competencia. Para este fin se han utilizado diversas vías: desde el rechazo a la devolución de licencias hasta la objeción tardía de transferencias realizadas hace 20 años.
- » Cuestionamiento por parte de la Secretaría de Comercio del cumplimiento del compromiso voluntario de inversión y desarrollo de Cablevisión, pese a triplicar los objetivos originalmente pautados.
- » Establecimiento de una fórmula matemática para la determinación de una tarifa oficial para la tv paga, pese a no tratarse de un servicio público y ser sumamente competitivo en términos internacionales.
- » Resoluciones de la CNV relativas al Grupo Clarín y Papel Prensa, que sustentadas en rigorismos formales, pretenden alterar la vida societaria y obstaculizar la gestión operativa de las mismas. Además son discriminatorias, ya que no se aplican a ninguna otra compañía del país.

Agresiones, acusaciones y espionaje

En abril de este año, periodistas de distintos medios, entre ellos **Perfil** y radio **Continental**, fueron agredidos y amenazados en el marco de una manifestación oficialista a favor de la ley de medios. Ese mismo mes, en una conferencia de prensa en la que no se admitieron preguntas, el ex secretario de Transporte Ricardo Jaime acusó de «extorsión» al periodista de **Clarín** **Omar Lavieri** en base a varios correos electrónicos apócrifos. La publicación del verdadero intercambio de mails dejó al descubierto la maniobra.

Desde el Ministerio de Trabajo se excluyó al periodista de **Clarín** **Ismael Bermúdez** de una conferencia de prensa alegando que a la cartera no le agradaban sus notas. ADEPA calificó al hecho como «un nuevo episodio de denegación y discriminación informativa».

Durante 2009 y en lo que va de este año, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner protagonizó varias cruces con periodistas que cubrieron sus conferencias de prensa. Esos cruces incluyeron descalificaciones, retos públicos y hasta agravios.

En las últimas semanas, **Daniel Santoro**, otro reconocido periodista de **Clarín**, denunció pinchaduras en sus *mails* y conversaciones telefónicas. **Juan Cruz Sanz**, un joven redactor del diario, vio inundada su ciudad natal, Río Gallegos con pasacalles en su contra firmados por el Frente para la Victoria. Y **Matías Longoni**, especializado en temas agropecuarios y quien reveló una trama de subsidios truchos del ente de control agropecuario (ONCAA), fue demandado por su ex titular, Ricardo Echegaray, acusándolo de un plan sistemático para perjudicarlo.

En mayo del 2008 se denunció la existencia de una banda que interceptaba *e-mails* y comunicaciones telefónicas de periodistas y directivos de medios de comunicación, además de políticos y empresarios. Desde entonces se conocieron numerosos casos de espionaje a periodistas, como así también interceptación de contenidos periodísticos de manera ilegal.

Además, ataques a domicilios particulares, seguimientos e intimidaciones personales se sumaron desde mediados de 2009 a la masiva difusión de pasquines, pegatina de afiches y pintadas con aerosol en la vía pública contra de **directivos del Grupo Clarín**.

Bloqueo a las plantas de distribución

El 25 de noviembre de 2008, unos 200 activistas del gremio de camioneros obstruyeron la distribución de diarios, bloqueando las plantas de los diarios **Clarín** y **La Nación** e impidiendo el reparto de publicaciones. El 3 y el 4 de noviembre de 2009, el sindicato de Camioneros volvió a bloquear las plantas de distribución de **Clarín** y **La Nación**. La Asociación de Editores de Diarios de Buenos Aires (AEDBA) consideró al hecho como «el más grave ataque a la circulación de diarios desde el retorno de la democracia».



Propaganda oficial

El manejo de la pauta publicitaria oficial es discrecional y no tiene control parlamentario ni regulación legal. Los fondos estatales son usados para financiar un multimedios oficialista cuyo presupuesto es mayor al de todos los medios privados.

Una matriz de medios oficialistas

Hoy, desde el poder, se pretende cuestionar la legitimidad de la crítica periodística. Sin embargo, ésta no es sino la expresión del derecho democrático a la información, la participación y el control ciudadano de lo público. Las democracias modernas requieren no sólo la legitimidad de origen sino la de ejercicio, y los medios tienen un rol delegado en esta tarea de escrutinio social.

La artillería mediática oficial para demonizar a la prensa independiente es apuntalada con expresiones públicas de funcionarios, persecuciones administrativas y judiciales, y el financiamiento de medios, programas y periodistas adictos.

El Gobierno utiliza los fondos públicos para financiar un verdadero multimedia estatal y paraestatal que dispone de un presupuesto cada vez más alto en base al discrecional manejo de la pauta publicitaria oficial. La distribución de la pauta oficial lleva a situaciones inexplicables como que medios de circulación similar registren notorias diferencias en lo que reciben según sea su línea editorial. O que medios de escasa tirada cuenten con aportes desproporcionados para la llegada que realmente tienen al público. Así, mientras la prensa oficialista avanza financiada por los fondos estatales y el incremento del gasto público, los medios no adictos sufren una descalificación reiterada y sistemática desde el poder político y en muchos casos son ahogados financieramente, tanto por la exclusión de la pauta del Estado como por presiones a anunciantes privados, sobre todo a aquellos que dependen de concesiones o regulaciones estatales.

Maquinaria propagandística

La propaganda oficial es excluyente en la transmisión de los partidos de fútbol, que durante sus primeros 10 meses dejó a las arcas públicas una pérdida de casi 600 millones de pesos. El nuevo acuerdo sellado entre la AFA y el Gobierno es aún mayor y le costará al país 928 millones de pesos. Si se toma en cuenta el rating promedio, por cada hogar que sintoniza el fútbol «gratis», el Estado paga 240 pesos.

Datos difundidos por diversas organizaciones no gubernamentales como Poder Ciudadano reflejaron que desde el 2003 a la fecha el monto destinado a publicidad oficial pasó de 46 millones de pesos a 1.429 millones el año pasado, incluyendo los fondos gastados inicialmente para la transmisión del fútbol, al que se utiliza como vehículo para darle a la audiencia propaganda gubernamental, prácticamente sin participación de anunciantes privados y ni siquiera de otros estamentos oficiales que no sean los del poder central. La maquinaria propagandística gubernamental tiene incorporado a su aparato a medios afines de reducida circulación que sin el financiamiento estatal difícilmente serían rentables y que siguen una lógica política, no editorial.

Empresarios desconocidos en el ámbito de las comunicaciones hasta el 2003, pero muy ligados al poder político, pasaron desde entonces a concentrar diarios, revistas, radios y señales. En uno de los casos, pese a tener una circulación escasa, sus medios gráficos concentraron el 19,3% de toda la pauta que el Estado distribuyó en 2009 y facturaron \$ 42,6 millones de pesos según datos de la Jefatura del Gabinete de Ministros. A este financiamiento formal debe sumarse otro de tipo informal, ya que los gastos operativos de muchos de esos medios exceden incluso la publicidad estatal que reciben.



4 millones de pesos diarios es el promedio de lo que gasta el Gobierno en sostener su propaganda.

396 millones de pesos fue el gasto gubernamental en publicidad en 2008.

829 millones –más del doble– fue la erogación en el mismo rubro durante 2009, año electoral.

622 millones del total de gastos en publicidad del año pasado fue erogado en el primer semestre del año, es decir, en la etapa previa a las últimas elecciones legislativas.

600 millones de pesos fue el gasto inicial en el denominado «Fútbol para todos», utilizado como vehículo para la difusión excluyente de propaganda oficial.

Un gasto direccionado políticamente

La **publicidad oficial** –sumando todos los avisos nacionales, provinciales y municipales– **representa para el Grupo Clarín menos del 3%** de sus ingresos publicitarios, uno de los menores porcentajes de todo el mercado de medios de la Argentina.

En otros casos, sobre todo en medios cercanos al oficialismo, la pauta oficial alcanza al 70 u 80% de los ingresos. Porcentajes similares de la torta publicitaria manejan algunos estados provinciales en sus territorios, la que suele ser utilizada para intentar mantener disciplinados a los medios con recursos públicos.

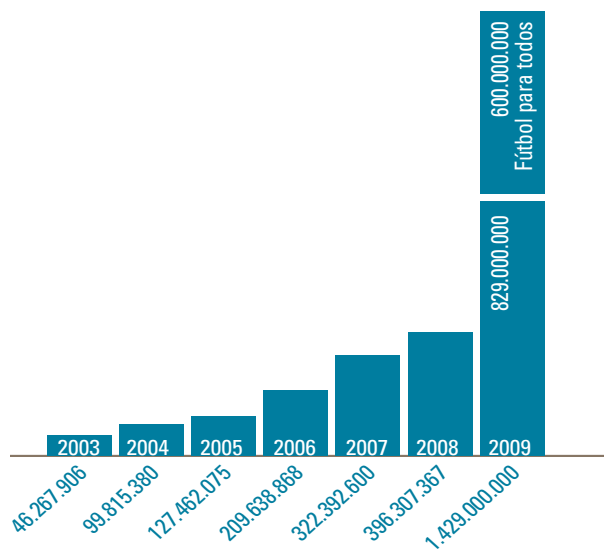
La participación de los medios del Grupo Clarín en la «torta publicitaria oficial» es significativamente menor a su participación (*market share*) en la «torta publicitaria privada», o sea que el Gobierno pauta proporcionalmente menos en los medios del grupo que los anunciantes privados, que son quienes buscan maximizar la eficiencia de su inversión llegando al mayor público posible.

Ese criterio discrecional del Gobierno es abiertamente contradictorio con una política de inversión estatal que debería basarse en parámetros objetivos para asegurar un gasto más transparente y eficiente de los fondos públicos.

La publicidad oficial, de aplicación discrecional y sin control parlamentario, es utilizada por el Gobierno como una herramienta para aplicar premios y castigos y financiar proyectos paraestatales.

El crecimiento de la publicidad oficial

Fuente: Asociación Derechos Civiles en base a Secretaría de Medios de Comunicación de la Nación. 2009 Estimación propia.



¿Televisión Digitada?

A diferencia de lo que hicieron todos los países del mundo, en la Argentina, la TV Digital gratuita (reemplazo de la TV abierta analógica conocida hasta hoy) nació monopolizada por el Estado.

En lugar de generar una política de largo plazo, con respaldo de una ley y reglas que se apliquen a todos los actores por igual (canales privados y estatales), así como un período de transición tecnológica adecuado, la tv digital está naciendo en la Argentina como otra herramienta de difusión gubernamental.

De hecho, los canales que obtuvieron frecuencias para emitir en esta tecnología son estatales, y el paquete inicial se conformó sólo con ellos. Pero, además, el PEN ya dictó un decreto que lo habilita a subir otras señales a su arbitrio, por lo que podrá elegir discrecionalmente qué canales integrarán esa oferta.

Esto es relevante porque se inscribe en un plan mayor: la distribución gratuita de receptores para la nueva tv Digital entre los beneficiarios de los planes sociales, a un costo estimado de 1.700 millones de pesos, según las declaraciones públicas de los funcionarios a cargo.

La autorización oficial para que el Sistema Nacional de Medios Públicos pueda instalar y operar un sistema de tv digital, sumando la distribución arbitraria de señales, se produjo en julio de 2009, sin permitir la participación de actores privados en una red que competirá con los actuales sistemas de tv abierta, cable y satélite.

La distribución de esas señales, entre las que se proyectan varias de noticias afines al Gobierno y otros canales estatales como el 7, incrementará exponencialmente la difusión del mensaje oficial. Y el dinero para financiarlo, una vez más, saldrá de las arcas públicas.

Papel Prensa

A photograph of a man in a blue uniform standing in a paper mill. He is holding a newspaper. The background shows large industrial machinery and a sign that reads 'AREA DE PRODUCCION'. The lighting is warm and industrial.

Papel Prensa es una empresa privada con participación estatal minoritaria y, por ley, el Estado debería haberse retirado de la misma hace 20 años, ya que está obligado a vender su participación.

Botín para los gobiernos

Papel Prensa abastece el 75% del consumo local de papel de diario. El operativo puesto en marcha por el Gobierno contra Papel Prensa es a los medios gráficos lo que la Ley de Radiodifusión a los audiovisuales, es decir, parte de **un plan integral en ejecución para ejercer cada vez mayor control sobre la prensa**, a través de sus insumos, licencias o fuentes de financiamiento. Como los medios gráficos están fuera del alcance de la Ley de Medios, el Gobierno pretende ahora **de forma ilegal y abusiva intervenir y controlar** a la compañía que provee de papel a más de 170 diarios en la Argentina. Papel Prensa es **un emprendimiento industrial nacional** que fue concebido a fines de los años '60 con el objetivo de cubrir las necesidades de papel de diario de la prensa gráfica, de manera tal de minimizar la dependencia de la importación que, hasta ese momento, era la única fuente de abastecimiento y estaba sujeta no sólo a los vaivenes macroeconómicos y cambiarios sino a la imposición de cupos y tasas por parte de los gobiernos. Esto había conducido, en distintos momentos históricos, a que el papel fuera utilizado para ahogar y presionar a los medios.

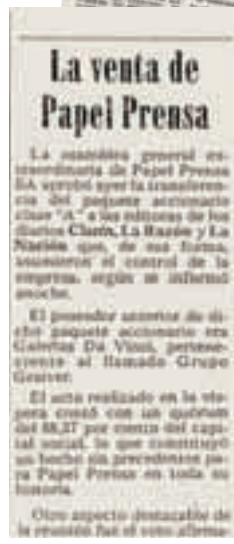
Desde que fue adquirida por sus actuales accionistas privados, Papel Prensa invirtió US\$ 200 millones para su puesta en marcha, canceló pasivos, financió nuevos desarrollos, multiplicó la capacidad de producción, y cumple con todas sus obligaciones ambientales, fiscales y previsionales.

La verdadera historia

- » El decreto 4400 de 1969 establece la necesidad de instalar una planta de papel para diarios.
- » A través del decreto 43 de 1971 se conforma el pliego de bases y condiciones para el llamado a concurso.
- » En forma contemporánea se desarrollan otras iniciativas industriales de papeleras: Papel Prensa II, que nunca se concretó, y Papel del Tucumán, constituida por diarios del interior y luego comprada por el grupo Bulgheroni –que se concentró en fabricar papel obra, fuera de contrato– y más tarde se presentó en quiebra y fue vendida al Grupo Pierri. A esos proyectos se sumó Papel, un *joint-venture* constituido en 1974 por los diarios *Clarín*, *La Nación* y *La Razón*. Más allá de evitar las sistemáticas fluctuaciones del dólar, fundamentalmente se buscaba consolidar la independencia económica de un insumo clave, evitando que el gobierno de turno generara condicionamientos destinados a controlar la opinión de los medios.

Las acciones se compraron en noviembre de 1976, antes de que ninguno de los integrantes de la familia Graiver hubiese sido todavía cuestionado ni mucho menos detenido por el gobierno de facto de Jorge Rafael Videla.

- » En 1972, mediante licitación, se realiza la adjudicación a Papel Prensa SA formada por Editorial Abril, de César Civita, César Doretti y Luis Rey, éste último propietario de la constructora de la planta.
- » En octubre de 1972 Papel Prensa firma un contrato con el Estado Nacional para integrarlo a la sociedad como accionista y éste otorga avales y préstamos del Banade.
- » Con la designación de José Ber Gelbard como ministro de Economía en 1973 comienzan las presiones a Editorial Abril para que se desvincule del proyecto y venda las acciones, lo que finalmente se produce en beneficio de David Graiver. Este financista había sido funcionario del gobierno de Lanusse y estaba vinculado a Gelbard.
- » Entre marzo de 1975 y enero de 1976, Graiver compra el resto de las acciones que estaban en poder de los otros socios privados (Doretti y Rey). La participación societaria de Graiver se articuló con la tenencia directa de las acciones y a través de Galerías Da Vinci y de Rafael Ianover, quien actuaba como su testafarro.
- » En agosto de 1976 Graiver muere en un accidente aeronáutico en México y al poco tiempo caen dos bancos de su propiedad, uno con sede en Bélgica y otro en Estados Unidos.
- » A partir de la quiebra de los bancos, los acreedores reclaman por las deudas al grupo Graiver, que se encontraba en cesación de pagos, iniciándose las tratativas para vender la tenencia accionaria en Papel Prensa SA.



La operación de compra de Papel Prensa fue difundida ampliamente en noviembre de 1976, incluso a través del diario La Opinión, del cual era accionista el Grupo Graiver y que estaba dirigido por Jacobo Timerman, quien en dicho periódico reconoció que era una «ventajosa operación para el Grupo Graiver».

- » Tras una negociación transparente y pública, el 2 de noviembre de 1976 se firma el contrato de venta a Papel de las acciones de Papel Prensa que estaban en propiedad de la familia Graiver. Sus descendientes conservan un porcentaje minoritario perteneciente a la sucesión.
- » La operación queda registrada en contratos protocolizados por escribano público.
- » El 10 de noviembre de 1976 se comunica la compra, que tuvo amplia cobertura periodística además de ser informada ante la Asociación de Entidades Periodísticas (ADEPA) y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).
- » Varios meses después, miembros de la familia Graiver fueron acusados por el gobierno militar de participar del financiamiento de Montoneros y el 15 de marzo de 1977 resultaron privados ilegítimamente de su libertad.
- » 7,8 millones de dólares fue el monto pagado por un proyecto paralizado, cuya planta recién comenzaba a construirse y que tenía pasivos por 22,8 millones de dólares.
- » Tras una inversión genuina de 140 millones de dólares realizada por Clarín, La Nación y La Razón, la planta fue inaugurada el 27 de setiembre de 1978.

Timerman, fue director de La Razón (diario accionista de Papel Prensa) a partir de 1983 y nunca realizó mención alguna de supuestos hechos irregulares en la operación de compra.

El incumplimiento del Estado

Papel Prensa nació como respuesta a la necesidad de contar con una industria nacional de fabricación de papel de diario.

De acuerdo con el contrato y al estatuto fundacional de Papel Prensa, el Estado debía retirarse de la empresa en un plazo de diez años contados desde el segundo año de la puesta en marcha de la planta, es decir, en 1990. Sin embargo, ese incumplimiento se mantiene hasta la fecha.

La política comercial de la empresa en lo referente a precios, descuentos y cantidad contó siempre con la aprobación de los directores nombrados por el Estado y los independientes, con la única abstención de los directores de los diarios accionistas.

En la actualidad, Papel Prensa es una empresa privada en la que el Estado tiene una participación minoritaria, cotiza en Bolsa, y abastece a más de 170 diarios de todo el país en condiciones comerciales absolutamente abiertas y competitivas, con precios inferiores a los de otros proveedores y descuentos por volumen de hasta el 12%, menores a los de la industria papelera mundial.

Situaciones de distinta inequidad

*«La historia demuestra, despojándonos absolutamente de la coyuntura, que anteriores gobiernos –incluso constitucionales– no tuvieron una actitud absolutamente neutra respecto a la política de provisión de papel, propiciando o posibilitando situaciones de distinta inequidad en la comercialización y/o distribución del producto»
(Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina, ADIRA).*

Exigencias irracionales a una empresa

*«El papel es un insumo básico para la prensa y la libertad de expresión. Por eso ADEPA brega desde siempre por asegurar la provisión de papel a los diarios y periódicos. En verdad, lo que reclama no es una cuota de materia prima sino una política de Estado. Y una política de este tipo no puede reducirse al planteo de exigencias irracionales a una empresa –Papel Prensa SA–; mucho menos, a la indebida presión del gobierno sobre la única empresa del rubro que cumple regularmente con los pedidos de las editoras».
(Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas)*

La importación complementa la oferta local de papel

Desde hace 23 años el arancel para la importación de papel es cero y el mercado se encuentra abastecido ampliamente, ya que la importación complementa con fluidez la oferta local. No hay ningún tipo de restricción a la importación, y de hecho en la región hay una abundante oferta de papel a precios muy competitivos. Por ejemplo, Chile exporta tres veces lo que Argentina importa. El consumo total nacional es de 220 mil toneladas anuales. Papel Prensa tiene una capacidad máxima de producción de 176 mil toneladas, y el resto se importa.

El vaivén de los precios internacionales

En reiteradas ocasiones el precio internacional se colocó por debajo del costo de producción y del precio de Papel Prensa. En esos períodos, tanto *Clarín* como *La Nación* desestimaron la opción de importar y sostuvieron sus compras a la empresa de la cual son accionistas, mientras que otros compradores viraron hacia proveedores externos.

75 % del mercado local de papel es abastecido por
Papel Prensa.

170 diarios del país, muchos de ellos pequeños medios del interior,
son quienes reciben este insumo fundamental.

65 % fue el crecimiento de la producción, desde
las originales 105 mil toneladas.

176 mil toneladas al año alcanza actualmente la producción anual
de la empresa.

29 millones de dólares a moneda actual fue el monto
de la operación de compra de Papel Prensa en
momentos en que la obra civil de la planta estaba
paralizada y el sistema productivo no existía.

79,5 millones de dólares a moneda actual fueron los pasivos asumidos
al adquirir la empresa. Y luego vino la millonaria inversión para
la puesta en marcha, dos años después.

La escalada del Gobierno para apropiarse del papel de diario

En septiembre del 2009, el Gobierno dio comienzo a una escalada para intervenir Papel Prensa. El secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, quien fue denunciado ante la Justicia por «abuso de autoridad» e «intimidación», reunió a los representantes del Estado en la empresa para ordenarles los pasos a seguir y les advirtió: «*Afuera tengo a mis muchachos, expertos en partirlas la columna y hacerles saltar los ojos al que hable*», según denunció el licenciado Carlos Collaso, representante del Estado en el Consejo de Vigilancia de Papel Prensa.

Moreno, quien desde entonces encarna una sostenida ofensiva gubernamental para controlar Papel Prensa –con golpes, amenazas y aprietes incluidos– habló de la intención de «intervenir» la papelera mediante un Decreto de Necesidad y Urgencia y hasta mencionó la posibilidad de «expropiar» la empresa. Los hechos fueron denunciados ante la Justicia, donde se alertó que desde el Gobierno se pretende «*perjudicar a una empresa más del Grupo Clarín con el claro objetivo de intervenirla e incidir negativamente en su giro comercial para bajar su valor, a los fines de su posterior compra o expropiación por parte del Estado nacional*».

En agosto de 2010, la escalada llegó a un punto límite: Moreno, desobedeciendo una orden judicial, irrumpió en la empresa exhibiendo guantes de box y casco protector.

Con la idea de apropiarse ilegalmente de la empresa, el gobierno elaboró un informe, para lo cual ha inventado hechos que no ocurrieron y ha manipulado testigos para tergiversar la historia.

A large satellite dish antenna is mounted on a tall, white, cylindrical tower. The dish is a complex structure of metal trusses and is pointed towards the upper right. The background is a clear, bright yellow-orange sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall scene is illuminated with a warm, golden light.

Una Ley de Medios a la medida del Gobierno

Para conseguir su Ley de Medios, el Gobierno polarizó una vez más el debate político de modo de lograr una aprobación apresurada y luego una aplicación forzada, pese a las serias objeciones constitucionales que ya encuentran eco en la Justicia.

La norma se inscribe dentro del plan integral de limitar el alcance y la sustentabilidad de los medios autónomos y reemplazarlos por voces complacientes. Justamente por eso los medios más elegidos por la gente son los principales afectados por la nueva ley de radiodifusión.

para acallar las voces críticas

Bajo el paraguas de una necesidad real y admitida por todos –la de contar con una legislación acorde al siglo XXI–, el Gobierno consiguió, con el argumento de que cualquier ley de la democracia es mejor que una de la dictadura, la aprobación parlamentaria de una norma hecha a su medida. Está claro que el verdadero fin era y es otro: al percibir que el clima social no era el que pretendía, **el Gobierno consideró imprescindible sostener su poder a través de la más impresionante maquinaria comunicacional montada en tiempos de democracia**, con una amplia red de medios oficiales y paraestatales, financiados con fondos públicos, orientados a atacar a quienes no dicen lo que el poder de turno quiere que se diga.

En ese escenario, la existencia de grupos privados ajenos a la maquinaria oficial constituye una presencia molesta cuyos alcances buscan ser acotados. Continúa vigente entonces la necesidad de sancionar **una ley de radiodifusión que contemple los intereses y los derechos de toda la sociedad**; que busque conjugar la diversidad de voces con la sustentabilidad de las mismas para que no dependan de los recursos oficiales; que aliente la producción nacional de calidad y no la fragmentación de las voces locales a favor de los grandes multimedios extranjeros o del aparato estatal, el único que tiene garantizado alcance nacional.

Es necesaria una ley que sea básicamente a favor de todos y no en contra de algunos. Que promueva la industria audiovisual nacional, con el consecuente trabajo genuino de artistas, técnicos y periodistas. Que fomente medios sustentables económicamente y variados editorialmente. Una ley con la que los medios comunitarios sean reales y no máscaras de punteros políticos. Una ley que garantice la competencia efectiva, no hegemonías alimentadas por los recursos públicos.

De espaldas a la TV privada

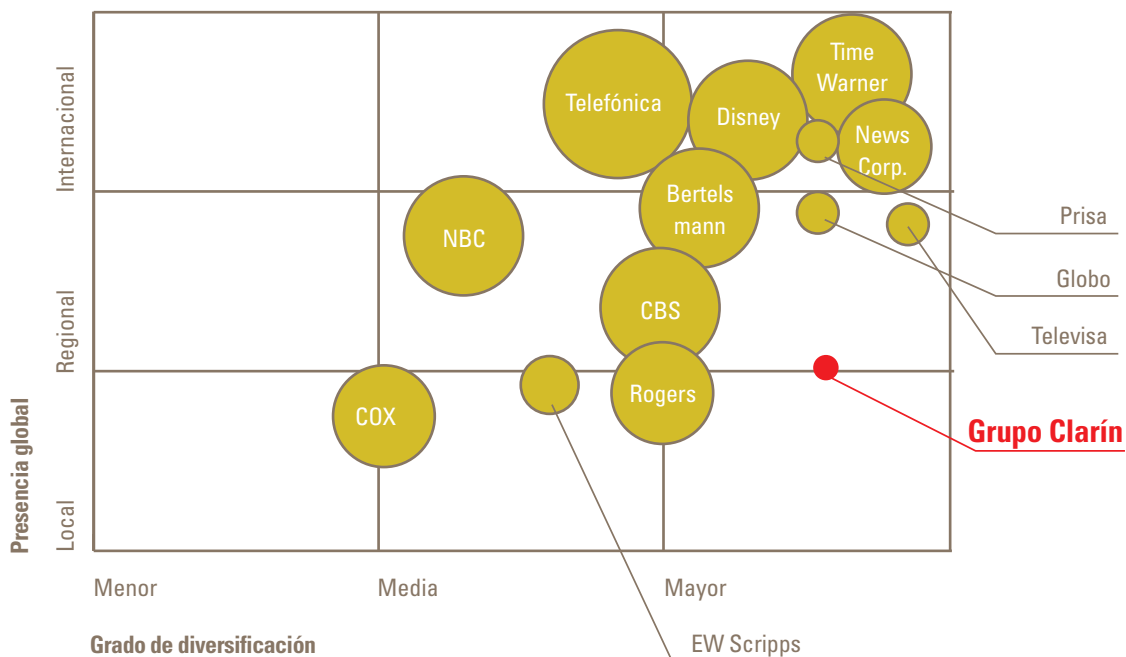
Con la nueva norma, el Poder Ejecutivo de turno es el que otorga directamente las licencias de radio y TV en las ciudades con más de 500 mil habitantes.

La Ley de Medios forma parte de una embestida contra la prensa no adicta. Fue hecha sin tener en cuenta a la industria audiovisual y **le da la espalda a la televisión privada, pese a que es la principal productora de contenidos nacionales y una importante fuente de trabajo** para artistas, periodistas, productores y técnicos.

Otro aspecto crítico de la norma es su «retroactividad», que **vulnera todo el sistema jurídico argentino**. En efecto, la ley desconoce a los medios que accedieron legalmente a sus licencias cumpliendo todos los requisitos y normas legales, y que ahora dispondrán de un año para no ser considerados «ilegales».

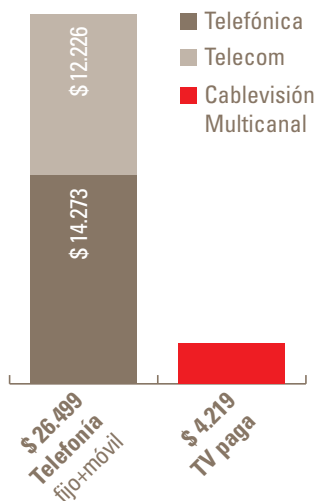
Cumplido ese plazo exiguo, esos medios deberán dejar de existir –con la consiguiente **pérdida de fuentes laborales**– o ser vendidos a cualquier precio, favoreciendo con ello el ingreso al mercado de capitales cercanos al Gobierno. Y como para que no queden dudas de lo llamativo del plazo, esas ventas deberían concretarse justo un año antes de las próximas elecciones presidenciales.

Facturación de los Grupos internacionales vs. Grupo Clarín
 Fuente: Elaboración propia con datos de empresas. Año 2007.



El Gobierno permite con la ley que los grandes grupos internacionales, que superan en facturación a Clarín, puedan tener hasta 20 canales en la grilla, mientras que los nacionales sólo acceden a uno.

Facturación de las Telefónicas vs. Cablevisión
 Fuente: al 2007 Signals Telecom Consulting.
 Actualizado al 2009 por Grupo Clarín.



Las empresas telefónicas multinacionales facturan en Argentina 7 veces más que Cablevisión-Multicanal, que compete ofreciendo televisión por cable e Internet con estándares internacionales.

La Ley de Medios afecta el principio constitucional de la Libertad de Expresión

El Estado interviene en los contenidos, no existe regulación de la pauta publicitaria oficial, se licencian contenidos audiovisuales que no usan espectro de radiodifusión y se deja en manos de la Autoridad de Aplicación –bajo control del Gobierno– sanciones y la posibilidad de ejercer censura indirecta en las evaluaciones para la adjudicación de licencias. En las legislaciones más avanzadas, los organismos reguladores son autónomos de los gobiernos de turno, además de ser seleccionados por sus antecedentes técnicos.

La Ley elimina voces y obliga a desinvertir

Al no permitir que un mismo medio pueda contar con cable y tv abierta en la misma zona –algo que no contempla ninguna legislación en el mundo– se busca desmembrar a los grupos que más programación local producen. El cable y la tv abierta son esencialmente diferentes: uno produce contenidos y el otro los distribuye. Los países desarrollados abordaron esta cuestión poniendo un límite (40% en EE.UU.) de señales propias a distribuir por el cable del mismo Grupo. Prohibirlo sin más es una desmesura que no tiene lógica alguna en términos de competencia y que generará canales abiertos más débiles y con menor producción propia.

A contramano del mundo

La propiedad conjunta de televisión abierta y sistemas de cable es común en el resto del mundo: Fox y DirecTV (EE.UU.); Globo y Net (Brasil); Televisa y Cablevisión (México); Sky y Channel Four (Reino Unido), Cuatro y Sogecable (España). Comcast (principal sistema de cable de EE.UU., con 23,9 millones de abonados) adquirió recientemente un porcentaje mayoritario de NBC Universal, titular de una de las cuatro grandes cadenas televisivas abiertas norteamericanas.

Se busca restringir el alcance nacional de las señales de noticias

La ley busca la desaparición o limitación drástica de los canales de noticias de alcance nacional, como Todo Noticias (TN), América 24 o Canal 26. Los titulares de licencias de cable sólo pueden producir lo que se llama «canal local», algo que tampoco existe en el resto del mundo, donde las señales de noticias están vinculadas a canales abiertos o cableoperadores.

Reduce la oferta de señales argentinas

Los radiodifusores sólo pueden ser titulares de una señal de cable de producción nacional pese a que estas señales no usan espectro radioeléctrico. Esta norma tampoco tiene antecedentes internacionales.

Se reduce así la oferta de canales argentinos, por lo que se achican puestos de trabajo para artistas, periodistas y técnicos. Por ejemplo, señales como TyC Sports, Volver o Magazine, deberían discontinuarse.

Una ley que, por tener efectos retroactivos, es inconstitucional

La ley no respeta las licencias de los medios actuales y obliga a desprenderse de ellas –con su consiguiente desvalorización– pese a ser perfectamente legales. Esta inseguridad jurídica afecta inversiones ya realizadas en base a un marco legal.

Los extranjeros sí, los argentinos no

En el resto del mundo no existe un tope a la producción de señales para los canales abiertos o los sistemas de cable. Y menos aún cuando gracias a la tecnología, que ya permite transmitir 300 canales o más, se requieren más contenidos. Por ejemplo, en Estados Unidos, ABC produce ABC News, History Channel, A&E, ESPN o Disney Channel; CBS produce CBS News o The Movie Channel; NBC produce MSNBC, Bravo, USA Network o Discovery; y FOX produce Fox News, Fox Sports, Fox Movies o National Geographic, entre muchas otras. El operador de cable Time Warner, por su parte, produce HBO, Cinemax, CNN, Cartoon Network, TNT y varias más. Aquí, con la nueva ley, se dará la paradoja que grandes grupos extranjeros van a tener hasta 20 canales en la grilla de un cable argentino, mientras que los nacionales sólo podrán tener uno.

El Gobierno es el que decide cuáles medios gráficos acceden a licencias de radio y TV

Sólo las publicaciones gráficas autorizadas discrecionalmente por el Gobierno de turno pueden acceder a licencias de radio y tv, sin que existan pautas objetivas y con la posibilidad concreta de lograr el acceso bajo presión en su línea editorial. En este aspecto, la norma recupera la filosofía de la ley original de 1980, que prohibía a los medios gráficos acceder a las licencias, básicamente por el control informativo que pretendía ejercer el gobierno militar.

La Autoridad de Aplicación es manejada por el poder político

Tiene mayoría absoluta del oficialismo, depende de la Jefatura de Gabinete y el Poder Ejecutivo puede sumar miembros colateralmente a través del Consejo Federal, como ya está sucediendo.

Alcance nacional sólo para medios manejados por el Gobierno

Sólo los medios propiedad del Estado podrán llegar a varias regiones con contenidos de alcance nacional, en una medida que tiene como objetivo que **las únicas cadenas sean las gubernamentales** y dejen de existir las privadas como *Cadena 3, Continental, La Red o Radio Mitre*.

El cable no ocupa espectro radiofónico, pero igual se lo discrimina

La extensión territorial de las licencias de cable será determinada por la **Autoridad de Aplicación**, con un límite de 24 pese a que no ocupan espectro radiofónico. A la televisión satelital, en cambio, se le da licencia nacional.

Internet limitado para el cable pero no para las telefónicas

A las empresas de cable les pone un límite del 35% de los abonados, lo que incluye Internet por cablemodem. Sin embargo, **las telefónicas no tienen límite alguno** y pueden llegar con teléfono e Internet al 100% del país. Paradójicamente, está demostrado que donde existen dos redes (la telefónica y la de cable), bajan los costos y suben las velocidades de banda ancha. La misma discriminación para el cable rige en relación a la TV satelital, que puede llegar con video y datos a todo el territorio nacional.



20 o más canales de la grilla del televisor puede ocupar un multimedio extranjero. En cambio, los grupos argentinos pueden producir sólo uno.

24 es el límite para las licencias de cable, pese a que no ocupan espectro.

35 % de los abonados es a lo que quedan limitados los cables para dar video e Internet, mientras que las telefónicas tienen el privilegio de llegar al **100** por ciento, al igual que la TV satelital, lo que configura una desigualdad ante la ley.

Las respuestas a los ataques

Operaciones financieras

- » Las denuncias contra el Grupo Clarín en esta materia tienen como común denominador a Hernán Arbizu, un prófugo de la justicia norteamericana.
- » Todas las operaciones financieras del Grupo Clarín y sus accionistas están declaradas y debidamente registradas.
- » Los montos depositados en el exterior están declarados y corresponden a venta de acciones.
- » La salida a la Bolsa del Grupo Clarín se realizó en el marco de un proceso ajustado a todas las normativas locales e internacionales.
- » La autorización para el proceso de emisión fue firmado por Alejandro Vanoli, entonces vicepresidente y hoy titular de la CNV y mano derecha de Guillermo Moreno.
- » La emisión se realizó en simultáneo en las Bolsas de Londres y Buenos Aires, con los más exigentes estándares regulatorios.
- » La colocación se realizó en un 80% en el exterior y los inversores internacionales fueron el factor determinante para conformar el precio.
- » La demanda de acciones superó en más de tres veces la cantidad ofertada.
- » La conformación del rango de precio se determinó por un proceso técnico en el que únicamente intervinieron los bancos colocadores globales.
- » La veracidad del Prospecto de Emisión de Acciones del Grupo Clarín es de fácil constatación pues se trata de información pública y de libre disponibilidad.
- » La variación de la cotización en los meses siguientes fue similar al de todas las empresas cotizantes en el marco de la crisis financiera internacional.
- » La evolución posterior del precio de las acciones refleja la permanente campaña de acoso administrativo y regulatorio de parte del Gobierno.

Papel Prensa

- » Las acciones fueron compradas a la familia Graiver varios meses antes de su persecución por la dictadura militar.
- » Los militares se opusieron a la operación y acusaron a los diarios de financiar a los Montoneros por la relación de éstos con los Graiver.
- » Al momento de la compra, el 2 de noviembre de 1976, la planta de Papel Prensa estaba paralizada y endeudada.
- » La operación fue legal y legítima, se hizo a la luz pública y se le dio amplia difusión en los diarios del país.
- » Los contratos firmados por la venta de Papel Prensa totalizaban 8.300.000 dólares.
- » El precio pagado por los diarios *Clarín*, *La Nación* y *La Razón*, fue superior al valor establecido nueve años después por el gobierno democrático del Dr. Raúl Alfonsín.
- » El caso Graiver fue investigado en democracia, por el Juez Miguel Pons, por la Cámara Federal y por el Fiscal Molinas. No se encontró vínculo alguno entre la detención de los Graiver y Papel Prensa, ni se formuló imputación alguna a los diarios.
- » Los reiterados hechos de violencia física y verbal ocurridos en torno a Papel Prensa confirman la intención gubernamental de apropiarse de la empresa a cualquier costo.
- » El Gobierno violando la división de poderes, preparó un informe ilegal, basado en tergiversaciones, a través del cual pretende modificar los hechos históricos para tomar la empresa y así poder controlar a los medios y a la información.

Ley de Medios

- » Tiene efectos retroactivos, y por lo tanto es inconstitucional.
- » La prohibición de tener cable y tv abierta en una misma área no existe a nivel internacional.
- » Se dará la paradoja de que los grandes grupos extranjeros podrán tener hasta 20 canales de un cable argentino, mientras que los nacionales sólo accederán a uno.
- » Busca desmembrar a los grupos que más programación local producen al no permitir que un medio cuente con cable y tv abierta en la misma zona.
- » La tv abierta y el cable son mercados diferentes, que no compiten entre sí: uno produce contenidos y el otro los distribuye.
- » El Gobierno puede intervenir en los contenidos y ejercer censura indirecta en las evaluaciones para la adjudicación de las licencias.
- » Se achica la oferta de canales argentinos y, por ende, se reducen los puestos de trabajo para artistas, periodistas y técnicos.
- » Uno de los objetivos del Gobierno es que las señales de noticias como TN, América 24 o Canal 26 ya no tengan alcance nacional.
- » Sólo los medios del Gobierno podrán llegar a varias regiones con contenidos de alcance nacional, obligando a desaparecer a las cadenas privadas.

Cablevisión

- » Con una medida ilegal y arbitraria, el Gobierno pretende dar de baja la licencia del servicio de Internet que eficientemente está brindando Cablevisión a través de su marca Fibertel.
- » La medida carece de sustento legal pues desde el año 2003 Cablevisión es el pleno y legítimo titular de la licencia que opera con la marca Fibertel, tras la absorción societaria de esta última, que fue aprobada por la Inspección General de Justicia.
- » Se pretende impedir la libre elección del proveedor de Internet penalizando a más de un millón de consumidores al fortalecer sospechosamente el monopolio de las compañías telefónicas.
- » A pesar de la campaña de hostigamiento y persecución, Cablevisión continuará brindando con normalidad su servicio de Internet y ejerciendo todas las acciones judiciales para defender los legítimos derechos de sus clientes.

Grupo Clarín S.A.
Piedras 1743
C1140ABK Ciudad de Buenos Aires
Argentina
www.grupoclarin.com



Grupo Clarin