



**Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación**

**Título del documento: Miradas al Sur. Del grupo 23 al Movimiento Evita : el semanario en su última etapa (2014-2015).**

**Autores (en el caso de tesis y directores):**

**Sebastián Matías Furlong**

**Natalia Vinelli, tutora**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,  
fecha de defensa para el caso de tesis): 2018**

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.  
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: [https://creativecommons.org/choose/?lang=es\\_AR](https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR)





**Universidad de Buenos Aires**  
Facultad de Ciencias Sociales



# Miradas al Sur

**Del Grupo 23 al Movimiento Evita: el semanario en su última etapa (2014-2015).**

**Autor**  
**Directora**

Sebastián Matías Furlong  
Mg. Natalia Vinelli

*Tesina de grado - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social  
Octubre de 2018*

## Resumen

*Miradas al Sur* nació en el seno del Grupo 23 durante el conflicto patronal agropecuario del año 2008 y formó parte del conglomerado de medios oficialistas que respaldaron las dos gestiones presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). En noviembre de 2014 se produjo un vuelco en la trayectoria del semanario dominical, que fue adquirido por el Movimiento Evita en una operación silenciosa. La organización conducida por el dirigente piquetero Emilio Pérsico afrontó durante trece meses una desgastante gestión que logró introducir algunos cambios de índole organizativo y periodístico en un año atravesado por el desarrollo de elecciones presidenciales en Argentina. Tras una serie de resultados electorales desfavorables, el Movimiento Evita decidió cerrar *Miradas al Sur* en diciembre de 2015, apenas tres semanas después de la asunción de Mauricio Macri como jefe de Estado.

¿Qué concepción de la prensa tenía el Movimiento Evita al momento de su desembarco en *Miradas al Sur*? ¿Cuáles fueron las implicancias de la presencia de esta organización en la cotidianeidad de un semanario con más de seis años de trayectoria en ese entonces? Éstas fueron algunas de las preguntas que dieron nacimiento a esta tesina con el objetivo de develar las características político-comunicacionales del semanario en su última etapa (2014-2015). A partir del testimonio de los principales intérpretes de esta experiencia y de un abordaje teórico que entremezcla elementos propios del análisis de políticas culturales, las teorías del periodismo y la economía política de la comunicación, este trabajo de investigación ofrece un nuevo acercamiento al complejo vínculo histórico entre los movimientos sociales y la prensa gráfica de carácter amplio-no partidario en nuestro país.

## Agradecimientos

A mi familia en su conjunto, por haberme apoyado incansablemente para completar la carrera que siempre soñé en la Universidad de Buenos Aires, más allá de los obstáculos, las frustraciones y cualquier distancia.

A Natalia Vinelli, por haber aceptado con entusiasmo la idea germinal de la presente tesina allá por febrero de 2017 y haber tomado con la mayor seriedad la tarea de conducir a buen puerto cada una de mis inquietudes y avances, así como dar lugar desde su rol de tutora a valiosas críticas y propuestas constructivas.

A cada uno de mis compañeros y compañeras, amigos y amigas, por haberme acompañado en esta inolvidable etapa como estudiante universitario y haber comprendido cualquier ausencia motivada por la dedicación plena a parciales, finales y, en este último tiempo, a este trabajo de investigación.

A la(s) redacción(es) de *Miradas al Sur*, por haber ejercido con responsabilidad y compromiso un tipo de periodismo que me marcó a fuego en mi labor cotidiana y con el cual me voy a identificar hasta el último de mis días.

A la militancia y los referentes periodísticos del Movimiento Evita, por comprender la importancia de reseñar esta experiencia comunicacional para que florezcan otras nuevas bajo el protagonismo de los movimientos sociales y políticos de nuestra Patria.

# Índice

## Introducción

Al rescate del olvido.....	7
Estrategia metodológica y fuentes.....	8

## Capítulo I: Prensa, política cultural y movimientos sociales. Recorrido histórico y balance post-dictadura

Estado del arte.....	11
Fundamentos teóricos.....	13
Antecedentes. Prensa gráfica e intervención política.....	16
Batalla de ideas en la fase multimedial.....	23

## Capítulo II: Al calor de la coyuntura y los vaivenes empresariales. Miradas al Sur en el Grupo 23 (2008-2014)

Una irrupción en medio de la tormenta.....	30
La novedad de un mercado en declive.....	34
La faceta periodística del medio.....	37
De cenicienta a oveja negra. Abandono y primera crisis.....	42

## Capítulo III: Territorialidad, institucionalización y medios. La llegada del Movimiento Evita a Miradas al Sur

Del piquete a la gestión de gobierno.....	51
La opción por la economía popular.....	54
Traspaso en las sombras.....	56
Entre la tradición, la urgencia y las ambigüedades.....	61

## Capítulo IV: La impronta político-mediática de Miradas al Sur en un año electoral (2015)

Transición conflictiva en un verano agitado.....	67
El “nuevo” Miradas al Sur. Rupturas y continuidades.....	71
El sesgo partidario en EconoSur y CampoSur.....	80
Un final marcado por la derrota en las urnas.....	87
Tiempo de balance.....	92

Conclusiones.....	96
-------------------	----

## Bibliografía

## Anexo

## Introducción

*Somos un fruto del tiempo, como lo son otras expresiones de estos tiempos fértiles y potentes*

**Eduardo Anguita (2011)**

En noviembre del año 2014, precisamente un año antes de la realización de elecciones presidenciales en Argentina, el Movimiento Evita (ME) adquirió el semanario dominical *Miradas al Sur*. Dicho acontecimiento contó con una escasa repercusión en los medios masivos de comunicación, a pesar de que se trató de una novedad para el devenir de la prensa gráfica argentina del siglo XXI. A lo largo de su trayectoria previa, este semanario había estado bajo la órbita del *Grupo 23* - perteneciente a los empresarios locales Sergio Szpolski y Matías Garfunkel- y formaba parte del conglomerado de medios oficialistas que apoyaron los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015).

*Miradas al Sur* nació en mayo del año 2008 durante el conflicto que enfrentó al gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias por la distribución de la renta proveniente de las exportaciones, que se materializó en la Resolución N° 125/2008<sup>1</sup> emitida por el Poder Ejecutivo. Durante aquellos meses quedó en evidencia el comienzo de una larga disputa político-mediática entre el oficialismo gobernante y el Grupo Clarín<sup>2</sup>, que se extendería hasta el final de la gestión de la presidenta Cristina Fernández. Esta serie de acontecimientos -entre otros- desencadenó un amplio consenso social y político en torno a la necesidad de democratizar las comunicaciones en nuestro país: previo a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en el año 2009, se destacaron los 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación del año 2004 (Segura, 2011: 99).

El intenso debate sobre el rol de los monopolios mediáticos y el problema en la concentración de la propiedad de medios atravesó a todas las organizaciones sociales y políticas del campo popular en la búsqueda de lograr la plena aplicación de la LSCA entre los años 2009 y 2015<sup>3</sup>. Si bien es preciso aclarar que la nueva legislación tenía efecto únicamente sobre la regulación de las licencias de radio y televisión, la llegada

---

<sup>1</sup> <http://www.senado.gov.ar/upload/6426.pdf>

<sup>2</sup> <http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/284-2008-el-ano-de-la-pelea-mas-dura-entre-el-gobierno-y-el-grupo-clarin.php#.WyFn46czbIV>

<sup>3</sup> <https://movimiento-evita.org.ar/2010/04/14/marchamos-por-la-aplicacion-de-la-ley-de-medios/>

del Movimiento Evita al semanario *Miradas al Sur* se inserta dentro de este contexto histórico particular. Esta organización formaba parte en aquel momento del proyecto político “nacional, popular y democrático”<sup>4</sup> que comandó las riendas del Estado Nacional entre 2003 y 2015.

La utilización de la prensa gráfica como una manera de construir significados -en tanto herramienta de lucha (Carrera y Denza, 2016: 16)- no es una novedad instaurada por el Movimiento Evita: nuestro país reúne una considerable cantidad de experiencias que en las últimas décadas han utilizado a los medios de comunicación como una forma de lucha contrahegemónica y como una necesidad intrínseca de la organización. Este cúmulo de publicaciones va desde algunas más dedicadas a la formación y el debate interno, hasta otras con pretensiones de masividad. Bajo la premisa de atender a la disputa en el terreno político-ideológico que caracteriza a ciertos movimientos sociales y que se traduce ocasionalmente en la posesión de medios de comunicación de carácter amplio/no partidario, esta investigación pretende determinar las características a nivel periodístico y de estructura organizativa que conllevó la presencia plena del Movimiento Evita en la gestión de *Miradas al Sur*. Dicha experiencia debe situarse en una zona conflictiva que cuenta con otros antecedentes históricos de relevancia.

Esta tesina parte de la siguiente hipótesis para abordar el lapso temporal que va desde noviembre de 2014 hasta el cierre del semanario en diciembre de 2015: los cambios visibles en el ordenamiento jerárquico y la agenda mediática de *Miradas al Sur* se tradujeron principalmente en la renovación estética de tapas y secciones, la incorporación de nuevos suplementos y de una columna temática que tensionaron los criterios de noticiabilidad previos, poniendo a éstos en un vínculo más estrecho con los lineamientos políticos del Movimiento Evita. En ese marco, se busca dilucidar en qué medida la compleja articulación entre agenda mediática y agenda partidaria determinó la información periodística privilegiada durante este período, marcado por el desarrollo de las elecciones presidenciales del año 2015.

El capítulo I presenta un recorrido por los antecedentes históricos más relevantes que configuraron la experiencia del semanario *Miradas al Sur* en su última etapa. También hace referencia a las investigaciones previas en relación a la temática abordada y plantea los fundamentos teóricos de esta tesina, que refieren a tres áreas de estudio

---

<sup>4</sup> <https://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/20-183111-2011-12-10.html>

diferenciadas: la economía política de la comunicación, las teorías del periodismo y las políticas culturales.

El capítulo II inscribe el surgimiento de *Miradas al Sur* dentro de una coyuntura política marcada por el conflicto entre el gobierno nacional y las principales corporaciones agrarias por la distribución de la renta proveniente de las exportaciones. Al mismo tiempo, a lo largo de estas páginas se da a conocer la faceta periodística del medio junto a los vaivenes político-empresariales que afectaron su desarrollo en el período 2008-2014.

El capítulo III indaga en los orígenes del Movimiento Evita -desde su conformación como MTD en el año 2002- para comprender las posibles razones político-ideológicas de la adquisición de *Miradas al Sur* en noviembre de 2014. Asimismo, este apartado desarrolla en forma concisa los elementos concretos de la coyuntura política a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en 2009 y, en palabras de los protagonistas, alberga los debates teóricos que orientaron la decisión partidaria de intervenir en el ámbito de la prensa gráfica con un propósito de masividad.

El capítulo IV analiza las características político-comunicacionales de *Miradas al Sur* a partir de la serie de rupturas y continuidades que configuraron la nueva impronta periodística del semanario durante el año 2015. En ese marco, el trabajo de investigación centra su interés en las condiciones de producción y en la agenda mediática de dos suplementos nacidos con una motivación político-partidaria: EconoSur y CampoSur.

Por último, las conclusiones reflejan una síntesis de lo expuesto y, además, rescatan las principales virtudes y limitaciones de esta experiencia con el propósito de contribuir al debate político-académico en torno a las estrategias a mediano y largo plazo que deben darse las organizaciones del campo popular para incidir plenamente en la disputa por el sentido común dentro de un escenario mediático con elevados niveles de concentración en el orden nacional e internacional.

## Al rescate del olvido

El principal referente de *Miradas al Sur* a lo largo de sus casi ocho años de existencia, Eduardo Anguita, se refería a este proyecto editorial de la siguiente manera:

“somos un fruto del tiempo, como lo son otras expresiones de estos tiempos fértiles y potentes. Como lo fueron otros que tuvieron que publicar verdades en imprentas clandestinas o reproduciendo las grabaciones que llegaban desde Madrid o las cárceles, mientras la prensa del sistema estaba blindada por dictadores o empresas monopólicas” (año 2011)<sup>5</sup>.

La opinión del entonces director de *Miradas al Sur* posee la virtud de rescatar el carácter de esta experiencia no sólo desde su lado periodístico -situándola por fuera de “la prensa del sistema”-, sino que la sumerge en un sitio determinado de la época histórica que se configuró durante los gobiernos kirchneristas. Dicho período estuvo signado por el mejoramiento de las condiciones materiales de vida de los sectores medios y populares y por algunas conquistas en el plano de los derechos sociales, políticos y económicos (Hermida y Meschini, 2016: 45).

La relevancia de abordar una experiencia de la magnitud de *Miradas al Sur* radica en que, a partir del tratamiento y la inclusión de ciertas temáticas relacionadas con el avance de la coyuntura histórica, este medio gráfico buscó interpretar entre los años 2008 y 2015 el sentir de los protagonistas principales de aquel tiempo. De esta forma se erigió en portavoz progresista de un pequeño sector de la juventud politizada, de los profesionales de clase media, de los trabajadores y sus organizaciones sociales. Esta labor fue efectuada manteniéndose por fuera del “mito de neutralidad” y del periodista “imparcial” que suelen enarbolar como bandera los medios de comunicación hegemónicos (Serrano, 2010: 23).

En un contexto marcado por la casi absoluta digitalización de contenidos, el abrupto final de *Miradas al Sur* estuvo acompañado de la caída del portal web donde se almacenaba un porcentaje significativo de los artículos periodísticos emanados a lo largo de su existencia. En consecuencia, el archivo histórico -con toda su producción material e intelectual a cuestas- se encuentra fuera del alcance del gran público. Inclusive para aquellos que fueron lectores del medio, el registro de su existencia está amenazado por las distorsiones progresivas en la memoria que conlleva el paso del

---

<sup>5</sup> Edición impresa *Miradas al Sur* número 157. Domingo 22 de mayo de 2011.

tiempo. Por esta razón, resulta imperioso poner en primer plano el legado periodístico de *Miradas al Sur*, que no contaba hasta aquí con investigaciones ni reseñas teóricas acerca del significado y los alcances de este medio gráfico que se editó desde la ciudad de Buenos Aires hacia el resto del país con un total de 397 ediciones.

Por último, la realización de esta tesina obedece a una inquietud personal acerca del conflictivo vínculo entre periodismo y militancia, que tomó cuerpo a lo largo de varios años de trabajo dentro del colectivo comunicacional *El Grito del Sur*. En ese sentido, las principales referencias históricas más cercanas en este asunto continúan siendo los dos diarios de masas lanzados durante la década del '70 del siglo pasado por las organizaciones político-militares PRT-ERP y Montoneros: *El Mundo* y *Noticias*, respectivamente. Ambas publicaciones surgieron en un contexto de fuerte penetración de los medios impresos (Cuscuela, 2008: 2). Si bien *Miradas al Sur* se halló muy lejos de aquellos niveles de venta, esta experiencia político-comunicacional resulta digna de ser analizada: se trató de otro destacable intento al interior de una organización política por poner en funcionamiento un instrumento de prensa gráfica con perspectivas de masividad.

## **Estrategia metodológica y fuentes**

Las principales hemerotecas de la Ciudad de Buenos Aires no cuentan con la totalidad de las ediciones impresas de *Miradas al Sur*. A lo largo del período temporal que es objeto de nuestro análisis, el déficit de ejemplares es aún mayor y varios números periodísticos brillan por su ausencia. Actualmente la Biblioteca Nacional Mariano Moreno carece de los ejemplares que circularon entre agosto de 2015 y el cierre del semanario en diciembre de aquel año.

En el apartado previo se mencionó el problema de la caída de la página web donde se resguardaba una gran parte del material periodístico producido a lo largo de los casi ocho años de existencia del semanario. Afortunadamente se logró subsanar este inconveniente a través del acceso a la plataforma virtual Issuu, que operó como principal herramienta de consulta de ejemplares y permitió visualizar en forma ágil casi la totalidad de las ediciones semanales publicadas entre los años 2014 y 2015<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_369](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_369)

Cabe resaltar que se ha optado por la elección de herramientas metodológicas cualitativas para efectuar un análisis político-comunicacional del período concreto en que el semanario fue gestionado y dirigido por el Movimiento Evita. Además de la recopilación de bibliografía para el marco teórico y del ya mencionado rastreo analítico de investigaciones referidas a publicaciones impresas que puedan haber prefigurado y dado sentido a la experiencia de *Miradas al Sur* en su última etapa, se recurrió también a la selección de ciertos componentes relevantes de la estructura del semanario por su pertinencia para abordar el objeto desde el recorte temporal propuesto.

Se trata de dos elementos de contenido periodístico que operaron como fuente principal del relevamiento: los suplementos *EconoSur* y *CampoSur*. Ambos otorgaron un lugar preponderante a las problemáticas abordadas por la Central de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), donde el Movimiento Evita tenía una fuerte presencia a nivel territorial e institucional. Esta serie de componentes permitió visualizar las características intrínsecas de la agenda mediática y los criterios de noticiabilidad de *Miradas al Sur*, junto a un posible entrecruzamiento de los lineamientos políticos de la organización, expresados en sus políticas comunicacionales, con la labor periodística del semanario. Este último aspecto no pudo contrastarse con el mayor grado de rigurosidad debido a la lastimosa ausencia de ediciones de la revista *Evita* -órgano de prensa oficial del Movimiento Evita- dentro del período estudiado. No obstante, se recurrió al último número disponible de esta publicación partidaria<sup>7</sup>, donde aparece un editorial firmado por el secretario general del ME, Emilio Pérsico, con apreciaciones teórico-prácticas sobre la coyuntura histórica y las tareas políticas de la etapa que sugieren las posibles razones del desembarco posterior de la organización en el semanario.

Por otro lado, los testimonios de protagonistas vinculados en forma directa e indirecta a la experiencia de *Miradas al Sur* adquieren un lugar central dentro de este trabajo de investigación. En ese marco se realizaron un total de catorce entrevistas -cinco de ellas en profundidad- bajo el criterio de representar a los diferentes componentes de la estructura jerárquica del semanario entre los años 2014 y 2015: el responsable propietario del *Grupo 23*, Sergio Szpolski; los referentes de la Mesa Ejecutiva Nacional del Movimiento Evita, Fernando “Chino” Navarro y Gerardo Rico; los miembros de la dirección general de *Miradas al Sur* en el año 2015, Carlos Villalba y Aram Aharonian; y sus antecesores Eduardo Anguita y Daniel Cecchini. También se destacan las

---

<sup>7</sup> Publicada en el mes de noviembre del año 2013.

entrevistas a Graciela Pérez, Julián Blejmar y Hernán Viudes, que ocuparon diferentes roles como trabajadores de prensa dentro de la redacción que se conformó en la última etapa. La particularidad de estos tres últimos reside en el hecho de que ninguno formó parte de la cadena de mando y de la toma de decisiones relacionada con el funcionamiento cotidiano del semanario. Cada uno de estos testimonios adquieren el incuestionable valor de brindar un acercamiento de primera mano a la realidad periodística del semanario, pero al mismo tiempo develan ciertas tensiones y visiones contradictorias entre las partes al momento de representar los cambios en la estructura organizativa que suscitó la llegada del Movimiento Evita, junto a los modos en que se configuró la nueva agenda mediática y los criterios de noticiabilidad de *Miradas al Sur*. Por esta razón, también debe tenerse en cuenta la pertenencia anterior del semanario al Grupo 23 y su lugar específico dentro del mapa de medios más general, puesto que el cambio de propiedad llevó aparejado lógicas repercusiones en la definición de esta agenda.

Por último, las cifras de venta del semanario y su evolución a lo largo del período 2008-2014, datos cuantitativos provistos por el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), no están disponibles para el año 2015, dado que el Movimiento Evita discontinuó el pago de este servicio<sup>8</sup>. Este agujero ha provocado que estos números sean motivo de conjetura e impide conocer en detalle los niveles de circulación que desplegó el semanario en su última etapa, aunque la cercanía temporal de los últimos informes revela el cuadro de situación con que se encontró la organización en el área de ventas.

---

<sup>8</sup> Testimonio de Gustavo Díaz Yanotti, gerente de Circulación del Grupo 23.

## Capítulo I: Prensa, política cultural y movimientos sociales. Recorrido histórico y balance post-dictadura

### Estado del arte

La revisión del conjunto de las experiencias ligadas a la prensa de los movimientos sociales se ha convertido en una necesidad para aquellos que buscan intervenir desde el campo de los medios de comunicación -terreno esencial de dominación y disputa en torno a la producción de sentido- en los proyectos actuales de construcción de poder popular. Juan Carlos Junio asegura que “sin conocer las experiencias del pasado, nuestras proyecciones y prácticas del presente serán menos fecundas y fundadas, con el riesgo de reiterar los errores sobre los cuales no pudimos reflexionar” (Vilá, 2017: 9).

En comparación con el resto de los países de América Latina, Argentina se caracterizó por tener un desarrollo vigoroso de los medios de comunicación y, en especial, un alto nivel de penetración de la prensa gráfica en las primeras siete décadas del siglo XX. De acuerdo con Martín Becerra (2010: 7), llegaron a existir a comienzos de la década del '70 del siglo pasado alrededor de 450 publicaciones gráficas que marcaron la presencia de un prolífico mercado de prensa. Yendo más atrás en el tiempo, la aparición de decenas de periódicos ligados a diferentes corrientes políticas progresistas y de izquierda fue impulsada por el auge en la lucha de clases de nuestro país entre los años 1955 y 1975. Durante aquella etapa se adjudicó un papel destacado a la “prensa popular y revolucionaria” (Burgos, 2015: 27) en la emancipación nacional y social del pueblo argentino.

Esta tesina comenzó a gestarse desde lecturas previas enmarcadas en el amplio campo de la comunicación de masas y los movimientos sociales. Tal como se hizo referencia en el apartado anterior, el PRT-ERP y Montoneros lanzaron en 1973 dos proyectos periodísticos de relevancia -y corta duración- bajo la figura de “periódico independiente de información general”: los diarios *El Mundo* y *Noticias*. El trayecto de estas dos publicaciones, que formaron parte de un eslabón fundamental en la política comunicacional de las dos organizaciones revolucionarias más importantes de aquella época, fue testimoniado por dos libros de investigación. En *Diario El Mundo. PRT-ERP: prensa masiva para una política de masas*, Marcelo Maggio indaga en la dinámica de este medio surgido como una pieza importante de la “política de masas” del Partido Revolucionario de los Trabajadores: en ese marco combina entradas desde una perspectiva del análisis comunicacional y periodístico, sin dejar de atender la

estrategia política de la organización partidaria y el contexto histórico más amplio<sup>9</sup>. Por otro lado, Gabriela Esquivada desarrolla en *El diario Noticias. Los Montoneros en la prensa argentina* los vínculos entre el medio y la organización político-militar y, al mismo tiempo, analiza la relación intelectuales-política: la dirección de *Noticias* fue integrada por referentes de la izquierda peronista como Rodolfo Walsh, Francisco “Paco” Urondo, Juan Gelman, Miguel Bonasso y Horacio Verbitsky<sup>10</sup>. En una línea complementaria de divulgación de los diferentes proyectos editoriales que se montaron con fuertes implicancias político-culturales en una época signada por el ascenso de las luchas sociales y el crecimiento de la violencia política, se destacan los libros *Prensa para la revolución: comunicación política y de masas en el PRT-ERP y Montoneros*, de Néstor Denza y Pablo Carrera, y *Prensa popular y revolucionaria argentina. 1955-1975*, de Carlos “Quito” Burgos, que amplían el panorama sobre aquel interés recurrente de las direcciones partidarias en desarrollar experiencias de prensa escrita como parte de un escenario de lucha planteado en varios frentes sectoriales. Yendo al plano sindical dentro del aquel período histórico, el trabajo *Semanario CGT. Rodolfo Walsh: periodismo y clase obrera*, de Mariano Mestman, evoca las características de una iniciativa periodística y comunicacional que alcanzó masividad entre los años 1968 y 1970 desde una concepción netamente movimientista: se dirigía a los obreros afiliados, pero también a los empresarios nacionales, estudiantes, artistas, religiosos y militares con el objetivo de frenar la alianza entre los capitales monopólicos y la dictadura de Juan Carlos Onganía.

La redacción de este trabajo de investigación también es fruto de la cuidadosa lectura acerca de dos experiencias que resultaron novedosas porque se llevaron a cabo con posterioridad al Terrorismo de Estado perpetrado por la última dictadura cívico-militar (1976-1983). El libro *La Voz: el otro diario de los montoneros*, escrito por Mariano Mancuso, retrata la aparición de este diario que fue lanzado en el período post-derrota en la Guerra de Malvinas, a partir de la cual se empezaron a percibir claros signos del principio del fin para el régimen castrense (Mancuso, 2015: 33). *La Voz* fue financiado entre 1982 y 1985 -año de su cierre- por Montoneros, pero tuvo como cara visible del proyecto a Vicente Leónides Saadi, dirigente del Partido Justicialista (PJ). El valor de esta publicación radica en que “el diario *La Voz* es uno de los ejemplos cercanos, en la última dictadura, de diarios que empezaron a decir cosas. Y en la prensa argentina, lamentablemente, la mayor parte de los diarios no decían cosas, se las callaban”<sup>11</sup>. Por último, ya en los primeros años de la recuperación democrática, el Partido

---

<sup>9</sup> <http://www.anred.org/spip.php?article6052>

<sup>10</sup> <http://revistaryr.org.ar/index.php/RyR/article/view/53/53>

<sup>11</sup> Testimonio de Mariano Mancuso. Disponible en: <http://www.anred.org/spip.php?article11719>

Comunista puso en marcha el diario *Nuevo Sur*, que no funcionó como simple vocero de la organización, sino que aglutinó entre los años 1989 y 1990 diferentes voces de izquierda y buscó aportar a la unidad de las luchas populares. El libro *Diario Sur: Ideas, información y compromiso político*, escrito por Daniel Vilá y editado por el Centro Cultural de la Cooperación (CCC), relata a través de diferentes voces que pasaron por la redacción los pormenores de los veinte meses de vida del matutino que se planteó ser “un diario de izquierda, muy amplio, y con sentido popular”<sup>12</sup>, que incluyera secciones deportivas, culturales y una orientación al lector progresista.

Los trabajos mencionados más arriba florecieron en su mayoría durante los últimos cinco años, cuestión que no se condice con un dato azaroso o un capricho de la realidad. Existe un creciente interés académico por analizar las principales iniciativas político-comunicacionales con la participación de los movimientos sociales en el plano de la prensa gráfica masiva durante la segunda mitad del siglo pasado. Este fenómeno se dio en paralelo con los debates acaecidos tras la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y a partir del crecimiento de la participación política juvenil en Argentina<sup>13</sup>. El abordaje de la reciente experiencia del semanario *Miradas al Sur* bajo la gestión del Movimiento Evita se inscribe en esta línea temática y cuenta con la particularidad de que el objeto no ha sido estudiado hasta este momento.

## Fundamentos teóricos

Esta tesina concibe el análisis de los medios de comunicación en tanto objeto(s) de estudio complejo y multidimensional. Las principales corporaciones mediáticas funcionan como industrias culturales y constituyen una parte significativa de las estructuras de poder en las sociedades contemporáneas. Dado que se trata de actores económicos que a la vez se articulan con otras instituciones y aparatos, el estudio de los medios de comunicación precisa de enfoques disciplinarios múltiples para comprender sus diversas determinaciones mediadoras.

De allí surge la Economía Política de la Comunicación, que tiene como principal objeto de estudio “las relaciones sociales (particularmente las relaciones de poder) que constituyen la producción, la distribución y el consumo de bienes simbólicos” (Bolaño y Mastrini, 2002: 43). En el campo de estudio de la comunicación, la economía política

---

<sup>12</sup> <http://www.so-compa.com/medios/sur-periodico-invento-pc/>

<sup>13</sup> <http://coyuntura.sociales.uba.ar/el-kirchnerismo-y-la-militancia-juvenil-en-argentina/>

se ha destacado por examinar a las industrias de las telecomunicaciones y mediáticas. Estas investigaciones han abarcado las conexiones de propiedad entre los intereses de las industrias de las comunicaciones y el resto de las industrias, las estructuras corporativas, la financiación del capital y las estructuras del mercado (Sánchez Ruiz y Gómez García, 2009: 55). Al mismo tiempo, la Economía Política de la Comunicación ha centrado sus líneas de estudio en dos grandes áreas: la búsqueda de la naturaleza económica de los medios de comunicación y su relación con la estructura social más amplia; segundo, la observación minuciosa de cómo la propiedad, los mecanismos de financiación y las políticas gubernamentales influyen en los contenidos y el comportamiento de los medios (McChesney, 2000: 110).

En línea con esta última observación, el recorrido histórico del semanario *Miradas al Sur* determina un tipo de análisis que, partiendo de la estructura de propiedad, desemboca en la zona del impacto específico en los contenidos y comportamientos del medio. El enfoque de la economía política resulta fundamental en un país donde, por lo menos hasta la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009, “las empresas mediáticas habían conseguido ocultar las nuevas relaciones de propiedad y alianzas corporativas que habían generado para dar disputa por la dirección del poder” (Trinelli, 2011). A pesar de algunos avances, las grandes mayorías sociales continúan desconociendo por lo general a los dueños de los medios y el estado financiero de estas empresas (Mastrini, 2009: 17).

Como respuesta a la utilización de los medios masivos por parte de los grandes grupos económicos como instrumento para influir sobre factores subjetivos, los movimientos sociales se interesaron a lo largo de diferentes períodos históricos por administrar sus propios medios de comunicación como parte de la intervención política en el campo de las ideas, terreno dominado por las clases dominantes y que implica una batalla de pensamiento, “de réplicas y contrarréplicas, pero también de hechos y realizaciones concretas” (Ramonet, 2006: 707). En un contexto de presencia abrumadora de las transnacionales y de las empresas privadas nacionales en el campo cultural, la decisión de afrontar una política cultural no puede dejarse librada a la tarea de élites refinadas o a la iniciativa de grandes consorcios comunicacionales. También debe atenderse a la acción de los Estados y al papel desempeñado por las organizaciones de base. Néstor García Canclini define a las políticas culturales como “el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las

necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (1987: 26).

Las políticas culturales trascienden la labor de los gobiernos con el objeto de satisfacer ciertas necesidades culturales de la población y de la comunidad, dado que también se insertan en el protagonismo de los movimientos sociales: éstos desarrollan tácticas y estrategias “para adquirir, incrementar y usar el poder y otros recursos, a fin de obtener los resultados pretendidos en una situación en la que existe incertidumbre o disensión sobre las alternativas a seguir” (Rodríguez, 1992: 107). Ya a mediados de la década de 1980, Néstor García Canclini planteaba que “el interés por conocer los procesos populares está creciendo también en movimientos populistas y de izquierda que reconocen entre las causas de sus derrotas las falencias de concepciones clientelistas y economicistas sobre el desenvolvimiento ideológico de las masas” (1987: 24). De esta forma se avizora el papel de la cultura en la construcción de la hegemonía y el consenso.

En ese marco, la presente investigación entiende a la cultura como campo de disputas simbólicas que revela pujas materiales por la dominación. Allí entra en juego “la importancia de los medios como productores de políticas culturales” (Mangone, 2005: 77) y su lugar en el espacio más amplio de la lucha ideológica. La llegada del Movimiento Evita al semanario *Miradas al Sur* se enmarca en una concepción de política cultural basada en la búsqueda de desestabilizar conceptos dominantes y en el anhelo de transformar la realidad social. La decisión de incursionar en el ámbito de la prensa gráfica como parte de una política cultural, se explica por el hecho de que en la ejecución de esta última “se determina quiénes tienen el poder de precisar los significados y a su vez influir en la aceptación o el cuestionamiento de las relaciones de poder imperantes” (Ferreño, 2014: 111).

Por último, el abordaje de las explicaciones e interpretaciones del hacer periodístico y la producción de la noticia se erigen como relevantes para comprender en profundidad los aspectos político-mediáticos de la última etapa de *Miradas al Sur*. Éstos se inscriben en los estudios sobre Teorías del Periodismo, cuyo objeto de estudio es el análisis de los modos de producción y circulación de la noticia, la construcción de una discusión científica y política acerca de la producción periodística y las rutinas productivas y, finalmente, la interpretación y el estudio crítico de productos noticiosos en los diferentes soportes mediáticos<sup>14</sup>. Lorenzo Gomis (1991: 11) afirma que “una

---

<sup>14</sup> <http://teoriasperiodismo.sociales.uba.ar/?p=252>

teoría del periodismo debe explicar cómo el medio decide lo que va a decir y por qué; (...) debe ofrecer un modelo abstracto que permita comprender por qué una noticia desplaza a otra y por qué comentamos una noticia en vez de otra”.

El análisis de la impronta político-mediática del semanario en el período analizado implica contemplar una serie de cuestiones: allí se destacan el cambio en las rutinas productivas y los criterios de noticiabilidad como elementos que inciden en la construcción de la agenda del medio. Las rutinas productivas hacen referencia a las múltiples operaciones de producción de información periodística desarrolladas de forma cotidiana que permiten recoger la información, seleccionarla y presentarla de una determinada manera (González Alcaraz, 2013: 5). Por otro lado, Martini (2000: 85) señala que “los criterios de noticiabilidad constituyen un conjunto de condiciones y valores que se atribuyen a los acontecimientos, que tienen que ver con órdenes diversos”. En esta perspectiva se inserta la teoría de la Agenda Setting, cuya hipótesis inicial es que los medios de comunicación tienen la capacidad de seleccionar y destacar -u omitir- ciertos temas y, mediante ese mecanismo, instalar los asuntos que son percibidos como importantes por la opinión pública. El nivel de éxito de esta operación se mide por la posibilidad de “transferencia de la prominencia de la agenda de los medios a la agenda pública” (Mc Combs, 2009). Dadas las características de la estructura de propiedad de *Miradas al Sur* en el lapso temporal 2014-2015, la agenda mediática está determinada también por otros factores complementarios ligados a la presencia de una organización política en la gestión del semanario.

## **Antecedentes. Prensa gráfica e intervención política**

Los movimientos sociales y el activismo político comenzaron a asignar una importancia cada vez mayor al campo periodístico con anterioridad al surgimiento de la nación y la organización estatal. Las vísperas de la Revolución de Mayo dieron lugar a los primeros periódicos marcados por una cultura facciosa, que en los hechos implicó la subordinación de la labor periodística a la puja ideológica y a las disputas por la orientación política del entonces Virreinato del Río de la Plata. El periodismo faccioso, con un estilo fuertemente declamador y argumentativo, fue utilizado como arma de combate por la elite política de aquellos tiempos (Becerra, 2010: 8).

Alberto Lettieri (2008: 65) indaga acerca del surgimiento de la prensa escrita en Argentina y resalta que “los periódicos de esta etapa de política de notables no tenían,

salvo excepciones, más de un par de páginas. Eran fundamentalmente facciosos. A través de ellos, las facciones y los círculos políticos explicaban sus puntos de vista frente a cada cuestión de actualidad”. También afirma que “los periódicos no tenían una pretensión de neutralidad, se presentaban como representantes de esa facción y defendían sus posiciones” (Ibíd.). En el contexto de un frágil e incipiente mercado periodístico que estaba aún en vías de consolidación, Marta Bonaudo señala que la prensa de comienzos del siglo XIX “irá expresando las complejas relaciones entre el poder político, los clubes o partidos y un conjunto renovado de actores que rápidamente la convertirán en campo de enfrentamiento de intereses, enfrentamiento que adquirirá los rudos rasgos de una disputa violenta” (como se cita en Pagni y Cesaretti, 2009: 3).

Nuestro país no fue pionero en el nacimiento del periodismo escrito, aunque rápidamente logró un alto nivel de desarrollo de la prensa gráfica. El *Telégrafo Mercantil*, surgido en el año 1801, fue la primera iniciativa destacada a partir de la activa participación de Manuel Belgrano y Juan José Castelli, pero habría que esperar casi una década más para hallar la principal referencia del periodismo faccioso de aquellos tiempos. La fundación de *La Gazeta de Buenos Aires*, que se editó entre 1810 y 1821, estuvo íntimamente ligada con la llegada al poder de la Junta Provisional Gubernativa de las Provincias del Río de la Plata. El primer director de este semanario -luego convertido en publicación bisemanal- fue el secretario de Guerra y Gobierno de la Primera Junta, Mariano Moreno, quien lo concibió como un órgano oficial de propaganda y de difusión de las ideas gubernamentales. De acuerdo con Jorge Díaz y Gustavo Míguez (2013: 249), *La Gazeta* se caracterizó por ser “un periódico pedagógico que hizo propaganda política al gobierno patrio y en el cual el Secretario construyó, o por lo menos presentó, su visión democrática acabada”.

A mediados del siglo XIX comienza una etapa en la cual los diarios intentan modernizarse y desprenderse de la tradición facciosa. A pesar de que se produjo el viraje hacia un modelo comercial marcado por el lucro y la incorporación de la noción de objetividad -entendida como parte necesaria de la profesionalización-, estos cambios no implicaron que los diarios se alejaran de la política ni de su carácter de actores políticos (Levenberg, 2012: 3). Según Martín Becerra, “la tendencia al objetivismo como ideología profesional no debe inducir a la confusión respecto a la falta de compromisos editoriales firmes de grandes medios con decisiones políticas o económicas de la época” (2010: 10). El rol central del diario *Crítica* en favor del Golpe

de Estado que derrocó al presidente constitucional Hipólito Yrigoyen en el año 1930<sup>15</sup> es una clara muestra de la continuidad de este accionar faccioso. Los dos grandes diarios nacionales fundados en la década de 1870, *La Prensa* y *La Nación*, tampoco dejaron de lado las “formas facciosas de intervención pública”, aunque pusieron mayor énfasis en multiplicar sus avisos publicitarios, aumentar sus tiradas y lanzar a la calle un producto que combinaba la prédica política con las principales noticias locales, nacionales e internacionales (Esposito..., 2011: 6).

El nacimiento de un periodismo crecientemente profesionalizado resolvió la tensión en que estuvo inmersa la prensa durante varias décadas en favor del modelo comercial que provenía de Estados Unidos. A partir del salto hacia una escala industrial de producción, en un contexto histórico marcado por el ascenso de la sociedad de masas, la globalización de la economía y la transnacionalización de la cultura, los filósofos de la Escuela de Frankfurt acuñaron en la década del '50 del siglo pasado el concepto de Industria Cultural. Desde una visión crítica hacia estos fenómenos, Theodor Adorno y Max Horkheimer concluyen que el poder de la industria cultural reside en el uso de técnicas de reproducción en serie a partir de las cuales se generan productos concebidos como mercancías, pasibles de ser consumidos en estado de dispersión (Bertucci, 2013: 4). La expresión Industria Cultural era concomitante no sólo con el auge de la industria de periódicos del siglo XIX y la del libro en las primeras décadas del siglo XX, sino también con los sucesivos inventos tecnológicos vinculados al ascenso de los principales medios masivos de comunicación: cine, radio y televisión.

En consonancia con lo ocurrido en el resto del mundo, la prensa argentina buscó expandir a lo largo y ancho del cuerpo social los imaginarios de las clases dominantes. La llegada de la prensa popular de masas se realizó bajo una concepción empresarial y buscó dirigirse a los sectores populares a través de un estilo sensacionalista. Además de utilizar tópicos de la cultura, el gusto y el imaginario popular como estrategia de venta, los diarios populares de masas implementaron “formas organizativas en la presentación de los textos a fin de incorporar grandes titulares, ordenamiento en función de criterios de importancia, tratamiento especial en la tapa, entre otros detalles” (Alonso, 2007: 5). Al mismo tiempo, este tipo de prensa tendió a desarrollar una mirada conservadora de las prácticas culturales de los sectores populares, alejando a éstos del discurso revulsivo de la prensa política.

---

<sup>15</sup> [https://www.clarin.com/historia/critica-actor-central-golpe-sylvia-saitta\\_0\\_Hk-fWFXsPmg.html](https://www.clarin.com/historia/critica-actor-central-golpe-sylvia-saitta_0_Hk-fWFXsPmg.html)

La consolidación del capitalismo como forma de producción dominante se llevó a cabo también mediante la apropiación de la palabra. Frente a esta situación, las clases populares<sup>16</sup> reaccionaron a partir de la búsqueda de canales alternativos de difusión masiva. Tal como sostiene Néstor Kohan (2013: 30), “[en la] prolongada secuencia histórica de rebeldías, insurgencias y rebeliones organizadas, la palabra, principalmente escrita, adquiere un papel central”. A finales del siglo XIX surge en nuestro país el periódico *La Vanguardia* y rápidamente se convirtió en el órgano oficial de prensa del Partido Socialista (PS). Esta publicación alcanzó cifras relevantes de tirada y generó un reconocimiento en capas amplias de la sociedad, pero nunca dejó de enmarcarse en lo que se conoce como prensa partidaria<sup>17</sup>. En sus comienzos la línea editorial de este proyecto periodístico estaba supeditada al ideario de Juan B. Justo, uno de los miembros de la dirección partidaria del PS. A partir de 1905 *La Vanguardia* inició una nueva etapa como prensa política profesional en la que acentuó el tono universalista del discurso, interpelando a los “ciudadanos” y al “pueblo”, y otorgó una importancia creciente a lo informativo y coyuntural: por ejemplo, dio espacio por primera vez a cables telegráficos sobre acontecimientos importantes en el mundo (Buonuome, 2011: 7). Otro de sus elementos relevantes fue la difusión de materiales doctrinarios que tenían como misión “apuntalar los debates y las definiciones estratégicas al interior del campo socialista” (Buonuome, 2014: 3).

La tradición facciosa o, en otras palabras, la utilización de la prensa como faz expresiva de un grupo político adoptó diferentes modalidades según el clima de época, pero estuvo lejos de desaparecer de la escena periodística. A partir del triunfo de la Revolución Cubana en enero de 1959, el auge de la lucha popular en el continente se combinó con una serie de elementos concretos provenientes de las condiciones políticas locales entre los años 1955 y 1975. El crecimiento de la violencia política y la presencia de gobiernos dictatoriales o de origen ilegítimo dieron lugar al surgimiento de organizaciones armadas en dicho período histórico, que lograron aglutinar todo el descontento y la radicalización de las franjas sociales juveniles que habían sido atraídas por los encantos de la victoria guerrillera en la isla caribeña. En ese marco, diferentes corrientes sociales y políticas del campo popular argentino profundizaron el trabajo de la prensa partidaria dirigida a sectores militantes y simpatizantes de una facción política determinada, pero además implementaron una novedad con respecto a

---

<sup>16</sup> Las clases sociales existen sólo a través de las relaciones de clase: relaciones de explotación económica, de dominación política y de sujeción ideológica (Garnier, 2015: 31)

<sup>17</sup> Según la reflexión leninista, el órgano de prensa debe abrir espacio al debate teórico, a la discusión sistemática de los problemas políticos con una mirada nacional e internacional y también sobre los problemas de organización y los métodos de actividad práctica (Cedillo Carrillo, 2012: 114).

la clasificación habitual de los distintos tipos de prensa: el cruce entre la tradicional prensa de izquierda y la prensa sensacionalista permitió el nacimiento de la llamada “prensa popular de izquierda”, que abogó por una representación de los sectores populares en la cual se desplegaran estrategias contraculturales de enfrentamiento con la hegemonía de las clases dominantes (Carrera y Denza, 2016: 30).

Tal como se explicó en el primer apartado del presente capítulo, las más destacadas iniciativas en el plano de la prensa de masas contra-hegemónica corrieron por cuenta de las dos organizaciones político-militares más importantes de la época: el diario *El Mundo*, que había sido uno de los primeros con formato tabloide en Argentina, fue editado por el Partido Revolucionario de los Trabajadores-Ejército Revolucionario del Pueblo (PRT-ERP) entre agosto de 1973 y marzo de 1974; mientras que el diario *Noticias* nació por iniciativa de Montoneros y circuló en las calles entre noviembre de 1973 y agosto de 1974. Estas experiencias se dieron casi en forma simultánea y estuvieron atravesadas por el fugaz restablecimiento democrático que les permitió a estas organizaciones una inédita combinación entre la lucha armada y el trabajo legal comunicacional (Maggio, 2012: 9). Si bien *El Mundo* y *Noticias* alcanzaron tiradas inferiores a las que imprimían sus principales competidores, en el mejor de los casos tuvieron picos de venta relevantes<sup>18</sup>.

Estos dos proyectos periodísticos de envergadura, que desde principio a fin tuvieron una relación estrecha (no carente de tensiones y conflictos) con el PRT-ERP y Montoneros, se han convertido en un antecedente histórico ineludible para cualquier iniciativa de prensa no partidaria vinculada a un movimiento social y político. De acuerdo con Natalia Vinelli,

“ambos respondían estratégicamente a los lineamientos generales de las organizaciones que los impulsaron, pero tanto los destinatarios como los sujetos productores que efectivamente llevaban adelante la tarea periodística de dichos medios tenían un nivel de amplitud mayor (en cuanto a voces y apertura) que los que podían observarse en las prensas estrictamente partidarias como *El Montonero*, *Evita Montonera*, *El Descamisado*, *El Combatiente* y *Estrella Roja*” (Vinelli, 2012: 32).

---

<sup>18</sup> Según Manuel Gaggero, subdirector de *El Mundo*, éste llegó a vender unos 150 mil ejemplares cada tarde (Maggio, 2012:74). Por su parte, *Noticias* tuvo una regularidad de 120 mil ejemplares con picos de 150 mil (Esquivada, 2004).

El período de auge y florecimiento de diversas experiencias comunicacionales vinculadas a movimientos sociales, políticos y culturales ocupó un lugar destacado en el intento de impulsar la ofensiva de los sectores populares y romper el consenso hegemónico de las clases dominantes en nuestro país. Sin embargo, la represión ilegal suscitada por el comienzo de la Triple A y, fundamentalmente, la consumación del Golpe de Estado en 1976 arrasaron con todos los proyectos alternativos y populares de prensa gráfica. Entre junio de 1976 y septiembre de 1977, se puso en marcha por impulso de Rodolfo Walsh la *Agencia de Noticias Clandestina (ANCLA)* con el objetivo de oficiar como medio de contra-información del poder económico y militar. A lo largo de su corto lapso de existencia, la agencia dependió del Departamento de Informaciones e Inteligencia de Montoneros; no obstante, funcionó con aparente autonomía respecto de la organización y contó con libertad de acción para desenvolverse frente a la coyuntura. Vinelli sostiene que

“las bases programáticas de *ANCLA*, además, remiten a las anteriores experiencias de difusión popular donde Walsh participó. Todas ellas responden a un criterio amplio, síntesis de una prensa pensada como instrumento de combate en la tradición latinoamericana y como herramienta de información, discusión política y organización en la teoría leninista” (Vinelli, 2002: 9).

La autora se refiere principalmente a la primera experiencia que Walsh vivió en este ámbito a partir de su participación en *Prensa Latina*, que operó desde Cuba como la agencia de noticias encargada de competir con los monopolios de información a nivel mundial. Fundada en 1959, *Prensa Latina* fue pionera en el sentido de pensarse como latinoamericana en vez de cubana, con una perspectiva amplia y no sectaria que ejerció claras influencias años más tarde sobre la política comunicacional de las organizaciones revolucionarias de los ´60 y ´70. Mauricio Manini afirma que

“la planificación como agencia regional latinoamericana respondía a una mirada de Patria Grande presente en la revolución y a una opción estratégica de insertar a Cuba en un proceso de integración y fortalecimiento de la identidad regional que pudiera contrarrestar el aislamiento que impulsaba Estados Unidos” (Manini, 2017: 85).

El modelo de la prensa popular de izquierda no se agotó con el terrorismo de Estado impuesto por la última dictadura cívico-militar (1976-1983). Previo a la salida del régimen castrense -tras la derrota en la Guerra de Malvinas en junio de 1982-,

Montoneros impulsó la aparición del diario *La Voz*, que fue parte de un acuerdo político secreto con sectores progresistas del Partido Justicialista (PJ). Mariano Mancuso (2015: 66) subraya que la impronta de esta publicación, que se editó entre 1982 y 1985, estaba dada por la difusión de “voces que en otros diarios no tenían lugar, pero que *La Voz* elegía potenciar, como las de todos los organismos de derechos humanos y las de los familiares de desaparecidos, sin discriminar por su ideología”.

Las últimas apariciones de este tipo durante la década del '80 fueron los diarios *Página/12* y *Nuevo Sur*. El primero surgió el 26 de mayo de 1987 bajo la dirección de Jorge Lanata y contó con un aporte financiero inicial del Movimiento Todos por la Patria (MTP), que dos años más tarde encabezaría el asalto al cuartel militar de La Tablada. Si bien la influencia del MTP dentro de *Página/12* no se extendió con el paso del tiempo, es interesante remarcar que su política de medios para la etapa consistió en pensar “un espacio amplio de comunicación en el que cabalgue el amplio sector de la izquierda y el centro”<sup>19</sup>. Por su parte, *Nuevo Sur* fue financiado por el Partido Comunista y dirigido por el abogado de derechos humanos Eduardo Luis Duhalde. Esta publicación nació el 13 de abril de 1989 en medio de la hiperinflación alfonsinista y experimentó prontas dificultades para subsistir. Carlos Aznárez, quien fuera convocado por Duhalde para integrar el equipo de dirección, explica que “queríamos darle más voz a gente que tenía una trayectoria en el campo popular. En definitiva, la propuesta era conseguir un perfil de mayor amplitud pero con el contenido, las opiniones y el análisis de quienes no podrían escribir en otro lado” (Vilá, 2017: 25). Debido a problemas financieros que se agravaron en medio de una coyuntura política marcada por las primeras privatizaciones de bienes del Estado emprendidas por el presidente electo Carlos Menem, el diario dejó de imprimirse a finales de diciembre de 1990. Se llegaron a editar un total de 617 ediciones.

Tal como se verá más adelante, esta conjunción de antecedentes históricos se reflejó en la experiencia de *Miradas al Sur* a lo largo de su última etapa.

---

<sup>19</sup> Entrevista a Felipe Celesia y Pablo Waisberg. Disponible en: <http://www.ambito.com/725774-celesia-y-waisberg-el-mtp-no-tenia-vinculo-con-el-alfonsinismo>

## Batalla de ideas en la fase multimedial

La década del '70 del siglo pasado profundizó una serie de debates y planteos políticos acerca de los desequilibrios en los flujos informativos a partir del movimiento dominante de las noticias provenientes de los países industrializados. Esa situación de desigualdad, vista por algunos países periféricos como ataques al libre derecho a la información, tuvo su eco en organismos internacionales y se materializó en el informe "Un solo mundo, voces múltiples" (1980), auspiciado por la UNESCO e impulsado por el político irlandés Sean MacBride junto a otros intelectuales de diferentes países. El Informe MacBride se destacó por alentar a los Estados nacionales a que implementaran políticas de comunicación con el fin de resguardar el pluralismo y la libertad de información, que "puede ser infringida en la práctica por la concentración de la propiedad en la prensa, los monopolios de jure o de facto en la radio y la televisión y, en muchos países, el ejercicio de la censura y el control gubernamental" (MacBride, 1987:173).

En paralelo con dicho informe, la dictadura cívico-militar que había asaltado el poder en Argentina el 24 de marzo de 1976 conseguía a fuerza del Terrorismo de Estado avanzar en la premisa del disciplinamiento social y la desarticulación total de las organizaciones populares. Su interés creciente por regular en forma estricta los medios de comunicación derivó en la sanción del decreto-ley de Radiodifusión 22.285<sup>20</sup> en marzo de 1980, que garantizó el control estatal pero al mismo tiempo dejó fuera de la posibilidad de ser licenciatarios de medios a todo tipo de asociación sin fines de lucro: sociedades de fomento, partidos políticos, sindicatos, etc. (Mastrini, 2009: 179).

El reordenamiento neoliberal de la relación Estado, mercado y sociedad civil, que formaba parte del plan económico de la última dictadura, se completó finalmente por vía democrática con efectos devastadores sobre los sectores medios y populares (Retamozo y Garrido, 2010: 104). Esta modificación en la correlación de fuerzas sociales favoreció abiertamente a los más destacados actores del capital transnacional; en ese marco, los principios de desregulación y privatización -aplicados a todas las políticas públicas- no fueron una excepción en el mercado de los medios de comunicación y el negocio de las telecomunicaciones.

---

<sup>20</sup> Disponible en: <http://www.uba.ar/radiodifusion/download/ley22285.pdf>

El avance más significativo en el proceso privatizador del sistema de medios argentino se llevó a cabo durante la presidencia de Carlos Menem (1989-1999). Diego Rossi (Mastrini ed., 2009: 242) señala que “las modificaciones normativas de 1989 promovieron vinculaciones en la estructura de propiedad privada de los medios radioeléctricos, que favorecieron un mapa hipercomercial y fuertemente concentrado hacia la segunda mitad de la década de los ’90”. Una de las facilidades dispuestas por la ley 23.696<sup>21</sup> de Reforma del Estado fue el entrecruzamiento de intereses entre las empresas gráficas y el sector audiovisual, que consolidó a *Clarín* como el principal grupo multimédios del país a partir de las compras de *Canal 13* y *Radio Mitre*. Previamente, bajo el gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989), se había intentado canalizar una propuesta que iba en sentido contrario y que guardaba cierto grado de semejanza con los lineamientos metodológicos emanados del Informe MacBride: el Consejo para la Consolidación de la Democracia (COCODE) -conformado como un espacio plural con presencia de figuras de diferente signo político- elaboró hacia finales de 1987 un proyecto de ley de radiodifusión que, entre otros puntos, diferenciaba a los medios públicos de los gubernamentales, imponía límites a la cantidad de licencias de radiodifusión que podía tener un mismo operador y, finalmente, establecía la importancia del derecho a la información como complemento de la libertad de expresión. La iniciativa fracasó en parte porque el Poder Ejecutivo tenía marcadas diferencias con el proyecto del COCODE, a pesar de habérselo encomendado a dicho organismo (Mastrini ed., 2009: 207)

Los albores del siglo XXI hallaron al sistema argentino de comunicaciones de masas bajo los efectos de una creciente desnacionalización, concentración económica y expansión del sistema financiero (Mastrini ed., 2009: 288). De acuerdo con Martín Becerra (2015: 21), la concentración de la propiedad de las empresas en pocos pero grandes grupos, la convergencia tecnológica infocomunicacional (entre medios de comunicación tradicionales, Internet y telecomunicaciones) y la centralización geográfica de la producción de contenidos constituyen rasgos estructurales que se han consolidado desde el colapso de la dictadura hasta la actualidad. En ese contexto, Stella Calloni señala que existe un “poder mediático ahora potenciado por el control casi absoluto de la mayoría de los medios masivos de comunicación a nivel mundial, producto de la nueva dictadura económica-global que atravesó los años ’90” (como se cita en Burgos, 2015: 15). El problema de la concentración mediática se torna aún más preocupante en países donde se tejió un complejo entramado de relaciones entre el

---

<sup>21</sup> Disponible en: <http://mepriv.mecon.gov.ar/Normas/23696.htm>

poder político, el poder económico y los propietarios de medios, que suelen operar en conjunto de acuerdo a intereses compartidos. Gustavo Gómez agrega que

“la concentración de medios no es sólo antidemocrática porque supone una limitación a la pluralidad de opiniones e informaciones o porque los contenidos de estos medios son homogéneos y no diversos; también supone que esos actores, devenidos en oligopólicos y monopólicos, utilizan su poder para obstaculizar e impedir el acceso de nuevos operadores” (Gómez, 2013: 47).

Durante el período que se abrió en Argentina a partir del debate y posterior sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (año 2009), el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner empezó a utilizar con mayor frecuencia la expresión “batalla cultural”<sup>22</sup> para referirse a la serie de episodios que marcaron el enfrentamiento político con un sector de los grandes grupos de medios. Previo a la aprobación de esta nueva norma, el espacio Carta Abierta -surgido en el año 2008 como un grupo de intelectuales afines al proyecto político del kirchnerismo- se refirió al papel opositor que adoptó la gran mayoría de los medios masivos de comunicación en relación a la política oficial de retenciones agrarias:

“en este nuevo escenario político resulta imprescindible tomar conciencia no sólo de la preponderancia que adquiere la dimensión comunicacional y periodística en su acción diaria, sino también de la importancia de librar, en sentido plenamente político en su amplitud, una batalla cultural al respecto”<sup>23</sup>.

El término “batalla cultural” expresa una concepción de confrontación en el campo de la cultura, de las ideas y de los sentidos comunes propios de nuestro tiempo. Julio Gambina argumenta que “se trata de una batalla contra el poder y las clases dominantes que instalaron una cultura hegemónica en los últimos treinta años, como estrategia de superación de la crisis capitalista emergente a fines de los ´60 y a comienzos de los ´70” (2006: 61). Estas transformaciones en la cultura se materializaron a través de la hegemonía del discurso único que se ejerció por parte de grupos capitalistas concentrados (Ramb, 2005: 151). De esta forma emerge un panorama en el que, tal como explica Ignacio Ramonet, los principales medios de comunicación representan un peligro para la democracia “cuando vemos que los

---

<sup>22</sup> Discurso presidencial del 21 de octubre de 2009. Cita disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-133912-2009-10-22.html>

<sup>23</sup> Carta Abierta N°1. Disponible en: <http://www.cartaabierta.org.ar/>

poderes mediáticos están confiscados por el poder económico y financiero, cuando vemos que este cuarto poder ya no es un contrapoder sino que es un poder suplementario para oprimir o para mantener a la sociedad en esta situación” (2011: 9).

Desde una postura ideológica de rebelión contra el orden establecido, la cultura debe ser pensada como un campo de batalla constante, donde las posiciones estratégicas varían de un modo permanente y las victorias suelen tener un carácter efímero (Hall, 1984: 101). Lejos de situarse como algo estático, aquí la cultura es concebida como terreno y fuente de prácticas políticas. Siguiendo esta línea teórica, Raymond Williams define a este concepto como “el sistema de significación mediante el cual (aunque entre otros) necesariamente se comunica, reproduce, experimenta y explora un orden social” (Williams, 1981: 13). La cultura remite en consecuencia a un complejo problema político, social y económico en el que participan sujetos en lucha. El resultado supone la hegemonía de unos sobre otros en el marco de una disputa permanente.

El cúmulo de luchas por las representaciones, junto a los significados que los sujetos despliegan en sus prácticas sociales y culturales, se vinculan con un conjunto de dimensiones políticas. En ese sentido, las disputas simbólicas resultan indisolubles de las pujas materiales por la dominación (Capdevielle, 2013: 115). La noción de política cultural permite aproximarnos a ese campo emergente de luchas y conflictos por el cual las instituciones despliegan representaciones acerca de los sujetos, así como al interior de las propias prácticas político-culturales impulsadas por los individuos, ya sea en términos individuales o colectivos. La legitimación de las relaciones sociales de desigualdad o la obtención de las herramientas para emprender una transformación social son preocupaciones centrales de la política cultural, que es entendida como

“un programa de intervenciones que, realizado por el Estado, las instituciones civiles, las entidades privadas o los grupos comunitarios, tiene por objetivo la satisfacción de las necesidades culturales de la población y la promoción del desarrollo de sus representaciones simbólicas” (Martocci, 2014: 23).

Esta definición reconoce a las políticas culturales como un ámbito de acción que abarca no sólo a los Estados, sino también a aquellas iniciativas provenientes de las instituciones civiles y los grupos comunitarios.

Los agentes colectivos participan de luchas simbólicas en las que buscan imponer la interpretación legítima de tópicos como justicia, democracia, cultura popular, libertad de expresión o aborto. Estos espacios de negociación continua generan prácticas sociales determinadas en el marco de relaciones complejas con las instituciones. Beatriz Sarlo describe el proceso de institucionalización por el cual las políticas culturales comienzan a ser parte de la agenda de los partidos políticos en la Argentina de los ´60 y principios de los ´70 del siglo pasado:

“Tanto la izquierda como las tendencias radicalizadas del peronismo mantenían un sistema de lazos lábiles pero relativamente estables con sectores populares: corrían los años en que los grupos teatrales independientes se proponían su camino hacia el pueblo con representaciones en las villas miseria, en que los artistas plásticos organizaban acontecimientos en sindicatos o sedes partidarias (...) en que grupos como Cine Liberación pusieron las cámaras al servicio de diferentes variantes del nacionalismo revolucionario o que cineastas formados en las vanguardias del sesenta argumentaban que había que utilizar la cámara como un fusil” (Sarlo, 1984: 79).

Estas formas alternativas o directamente opuestas de la cultura y la práctica política buscan desafiar todo el vívido sistema de significados y valores que constituye la hegemonía, es decir, “todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo” (Williams, 1980: 131). Todo proceso cultural otorga lugar a sus propias formas de contracultura, es decir, a la generación de resistencias y desafíos a la realidad de dicha hegemonía. Allí entra en juego el concepto de formaciones, que se caracteriza por representar

“tendencias y movimientos conscientes (literarios, artísticos, filosóficos o científicos) que normalmente pueden ser distinguidos de sus producciones formativas. A menudo, cuando miramos más allá, encontramos que éstas son articulaciones de formaciones efectivas mucho más amplias que de ningún modo pueden ser plenamente identificadas con las instituciones formales o con sus significados y valores formales, y que a veces pueden ser positivamente opuestas a ellas” (Williams, 1980: 141).

Las formaciones presentan una relación variable con las instituciones formales y poseen la capacidad de adquirir una influencia significativa sobre el desarrollo activo de una cultura. El devenir de las identidades y los movimientos subversivos -o de oposición- está determinado por su eficacia para modificar la cultura dominante.

Ni bien se toma el sentido intercultural de las luchas simbólicas y radicales, es posible encontrar un paralelismo entre los movimientos sociales y lo que Williams llamó “formaciones”. José Luis Grosso interpreta que “los movimientos sociales en cuanto movilizaciones son apropiaciones de sentido en la historia a través de la multiplicación de historias: cambios de escala, relatos no-coincidentes, diversificación de las maneras de narrar” (Boito, 2011: 254). El desarrollo de políticas culturales por parte de estos movimientos sociales adquiere notoriedad en la medida que, sobre ciertos temas, proponen conceptos y significados alternativos a los dominantes. Tal como sostienen Escobar, Álvarez y Dagnino, “(...) la cultura es política porque los significados son elementos constitutivos de procesos que, implícita o explícitamente, buscan dar nuevas definiciones del poder social” (2011: 26). De allí emana una confrontación directa o indirecta con las instituciones formales que refuerzan los significados, actividades y valores hegemónicos.

La utilización de la prensa gráfica por parte de una organización política con una finalidad que trasciende la lógica de acción partidaria encarna la temática general de esta tesina. Esta modalidad se mantiene vigente como herramienta de lucha y de construcción de significados, erigiéndose dentro del cúmulo de acciones posibles al que puede aspirar una política cultural enfrentada abiertamente con el sistema de medios dominantes. Antonio Gramsci vaticinó a comienzos del siglo XX que la prensa cumpliría un papel fundamental para conseguir la adhesión de los dominados a la concepción del mundo desarrollada por las clases hegemónicas<sup>24</sup>. Sin embargo, la acción colectiva de las organizaciones y los movimientos sociales se presenta como respuesta frente a esta particular forma de opresión a través de la cual se construye la historia dada y se impone una visión de las cosas que pretende ser naturalizada como discurso único. Esta apuesta se manifiesta a través de la imbricación de ciertas políticas culturales y las culturas políticas: estas últimas “refieren a ese conjunto de prácticas y significados reconocidos y naturalizados como los más adecuados para hacer política” (Mendoza Romero, 2011: 32) con el objetivo de disputar espacios de poder en un período histórico determinado. En el caso de ciertas organizaciones

---

<sup>24</sup> Artículo “Los periódicos y los trabajadores”. Disponible en: <https://www.marxists.org/espanol/gramsci/22dic1916.htm>

sociales de diversa adscripción ideológica, la elaboración de políticas culturales se caracteriza también por estar subordinada a las tácticas y estrategias en relación al poder político y, por lo general también, a la decisión arbitraria de las direcciones político-partidarias que conciben el destino de estas intervenciones (Mangone, 1990).

## Capítulo II: Al calor de la coyuntura y los vaivenes empresariales. Miradas al Sur en el Grupo 23 (2008-2014)

### Una irrupción en medio de la tormenta

El contexto histórico de aparición del semanario *Miradas al Sur* estuvo marcado por el desarrollo de un extendido conflicto entre el gobierno nacional y las principales corporaciones rurales del país en torno a la definición de una nueva política impositiva para el sector. Entre marzo y julio del año 2008, se suscitaron una serie de paros agropecuarios, “lock out” y bloqueos de rutas en rechazo a la Resolución 125, que ordenaba “una modificación en la alícuota de los derechos para exportaciones (retenciones) de productos primarios, proponiendo un esquema de tasa móvil” (Cantamutto, 2017: 70). Esta medida provocó la reacción enfática y abierta de las cuatro organizaciones patronales que dominan el sector -la Sociedad Rural Argentina (SRA), la Federación Agraria Argentina (FAA), las Confederaciones Rurales Argentinas (CRA) y la Confederación Intercooperativa Agropecuaria (CONINAGRO)-, que se nuclearon alrededor de la llamada Mesa de Enlace para entablar las negociaciones con la Casa Rosada y, al mismo tiempo, coordinar las protestas<sup>25</sup>. La ruptura de la unidad al interior de la clase dominante, que significó el desplazamiento de la gran burguesía agraria del comando del bloque en el poder (Cantamutto, 2013: 49), desencadenó también el comienzo de un enfrentamiento sin vuelta atrás entre el gobierno kirchnerista y los principales grupos multimédios, quienes se involucraron en la construcción del conflicto de la Resolución 125 y promovieron la identificación del reclamo con un genuino interés patriótico bajo el lema “el campo somos todos” (Aronskind y Vommaro: 2010). Para Philip Kitzberger, la presidenta Cristina Fernández expuso en reiteradas oportunidades “el malestar con los medios por ‘azucar’ el conflicto con los ruralistas, por ‘desinformar’ al público, ocultar hechos, por sesgos impropios o, finalmente, por desestabilizar al propio gobierno” (2012: 183).

Durante los 129 días que se extendió la protesta de las cuatro principales entidades agropecuarias de nuestro país, quedó al descubierto la creciente debilidad del Poder Ejecutivo Nacional en el plano mediático a partir de la abrumadora oposición de los grandes medios de comunicación que se plegaron en defensa de los intereses corporativos rurales. Con excepción del diario *Página/12*, “la mayoría de los matutinos porteños -sea por decisión editorial, por incapacidad del propio gobierno nacional o

---

<sup>25</sup> Para más información sobre la cronología del conflicto, ver: <https://www.infobae.com/2012/07/17/659506-cronologia-del-conflicto-agropecuario-la-resolucion-125/>

porque fueron funcionales- legitimaron en la opinión pública los ‘paros’ y cortes de rutas que se realizaron en rechazo a las retenciones móviles”<sup>26</sup>.

La edición N°1 de *Miradas al Sur* (foto), que salió a las calles el domingo 18 de mayo de 2008, reflejó en la nota central de tapa los alcances del conflicto y, en términos más generales, dio muestra del alto nivel de conflictividad social que atravesaba el país por aquellos meses. El primer editorial, que fue firmado por el director Eduardo Anguita, hacía alusión precisamente a una coyuntura marcada por la alianza y posterior embestida de las principales corporaciones agrarias y mediáticas contra el gobierno nacional:

“(…) salimos en un momento de fuerte tensión, de hostigamiento concreto por parte de quienes asumieron que cortar rutas o alimentar la inflación es una buena manera de seducir a aquella parte de la sociedad que descrea profundamente que el modelo sojero pueda constituirse en beneficios para todos”.

“(…) Junto con esto, salimos en medio de una disputa sobre el derecho de los oligopolios de la comunicación a fijar de qué se habla y de qué se escribe. El fin de la Ley de Radiodifusión de la dictadura sería un paso clave para que la realidad sea contada de otra manera”<sup>27</sup>.



<sup>26</sup> Diarios Sobre Diarios (DsD – año 2009): [http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/284-2008-el-ano-de-la-pelea-mas-dura-entre-el-gobierno-y-el-grupo-clarin.php#.Wq\\_1C-hubIV](http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/284-2008-el-ano-de-la-pelea-mas-dura-entre-el-gobierno-y-el-grupo-clarin.php#.Wq_1C-hubIV)

<sup>27</sup> Edición N°1. Domingo 18 de mayo de 2008, Pág. 2.

A la luz del paso del tiempo, uno de los referentes históricos de la redacción de *Miradas al Sur*, Daniel Cecchini, analiza las implicancias de aquella Carta del Director: “Tanto con la 125 como con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, nuestra posición fue muy clara. Ahí se podría decir que *Miradas* estuvo completamente alineado con el gobierno, incluso yendo más allá, en el sentido de que nunca nos bajaron línea en esto. Nosotros teníamos posición propia”<sup>28</sup>.

El respaldo sin fisuras a la posición del Poder Ejecutivo se mantuvo hasta el final del conflicto con el voto “no positivo”<sup>29</sup> del vicepresidente Julio Cobos. El comportamiento periodístico de *Miradas al Sur* en los comienzos permite aventurar la siguiente conjetura: detrás de la aparición de este semanario existió un trasfondo político vinculado a la urgencia del gobierno nacional por contar con medios de comunicación afines en un contexto de suma adversidad en su relación con los principales grupos multimedios. “*Miradas* surge como un diario que lo arma el empresario Szpolski por pedido de Néstor Kirchner. Es Néstor Kirchner quien elige a Eduardo Anguita para que lo dirija”, asegura Daniel Cecchini, quien se desempeñó como director periodístico del medio entre los años 2012 y 2014. Anguita revela que Sergio Szpolski le manifestó en un primer llamado la intención de lanzar un producto que compitiera con el diario *Crítica* -dirigido por Jorge Lanata- y que la iniciativa se enmarcaba en “el apoyo que él tenía del gobierno de Cristina (Fernández de Kirchner)”. El principal exponente periodístico de *Miradas al Sur* cuenta que en un primer momento la oferta

“me pareció una cosa por lo menos excéntrica. Yo sabía de entrada que Szpolski iba a tener muchos recursos porque su grupo estaba muy vinculado al esquema de medios del kirchnerismo, cosa que a mí no me parecía mal. En un contexto en que todavía la pelea con *Clarín* no estaba clara, no me resultaba muy atractiva la idea de sentirme dentro de un grupo de medios colonizado y cautivo de una visión editorial para salir al cruce de otros”<sup>30</sup>.

A pesar de estos reparos, el proyecto se puso en marcha con el propio Eduardo Anguita a la cabeza, un staff de 12 trabajadores de prensa y un formato tabloide que presentó inicialmente entre 48 y 56 páginas. Las secciones estables del periódico a lo largo de sus primeros años fueron Política, Gremiales, Delitos y pesquisas, Lesa

---

<sup>28</sup> Entrevista a Daniel Cecchini. Noviembre de 2017.

<sup>29</sup> Ver más: <https://www.lanacion.com.ar/1808583-el-dia-que-julio-cobos-dijo-no-positivo>

<sup>30</sup> Entrevista a Eduardo Anguita. Enero de 2018.

Humanidad, Internacional<sup>31</sup>, Sociedad, Cultura y espectáculos, Deportes y Agenda, que tendieron a abordar en forma amplia y profunda ciertas temáticas de la realidad social, política y cultural argentina. Asimismo, las primeras ediciones del año 2008 fueron acompañadas por la revista Asterisco (“cultura al día”) y por el suplemento Argentina Económica.

“A nosotros el conflicto por la soja nos agarró desprevenidos en el sentido de que no sabíamos que íbamos a estar inmersos en el tema de la 125 durante los inicios. ¿Para qué me preparaba yo antes de eso? Para una idea editorial que cumpliera todos los requisitos básicos del periodismo -es decir, distintas voces- y con gente que no configurara un staff homogéneo”,

recuerda Anguita. Salvo por las incorporaciones forzadas de Jorge Giles y de la dupla familiar Alfredo/Eric Calcagno por pedido expreso de Szpolski, el director periodístico contó con la libertad necesaria para armar una redacción afín a sus gustos y pretensiones: en un primer momento fueron convocados Alberto Elizalde Leal, Walter Goobar, Carlos Polimeni, José Vales, Francisco Balázs, Felipe Yapur y Ricardo Ragendorfer, entre otros periodistas con una extensa trayectoria en el ámbito de la prensa gráfica. En una segunda tanda se sumaron Miguel Russo, Eduardo Blaustein y Daniel Cecchini: éste último, tal como se señaló más arriba, se convirtió en director periodístico del semanario a partir del año 2012. Los lugares restantes se completaron con la elección de periodistas más jóvenes, hecho que forjó una peculiar convivencia entre profesionales con vasta experiencia<sup>32</sup> y otros con escaso recorrido laboral en los medios de comunicación.

Dentro de aquella redacción fundacional, las periodistas mujeres estuvieron en franca minoría. Esta situación empeoró incluso con el paso del tiempo. Gabriela Esquivada fue la única integrante que llegó a ocupar el cargo de editora a partir de su designación en Sociedad, mientras que el selecto comité editorial que se reunía una vez por semana para discutir el rumbo periodístico del medio -con una regularidad marcada por lo menos hasta la llegada del Movimiento Evita- evitó mayormente la presencia femenina. Graciela Pérez trabajó como redactora en el semanario desde el año 2008 hasta el cierre y critica esta situación por tener implicancias en su rutina laboral:

---

<sup>31</sup> Más adelante, el suplemento Internacional se dividió en dos: América Latina y Mundo, brindando una fuerte cobertura al primero de estos puntos.

<sup>32</sup> Dentro de la redacción, cuatro integrantes históricos -Eduardo Anguita, Daniel Cecchini, Alberto Elizalde Leal y Walter Goobar - militaron durante la década de 1970 en las filas del Partido Revolucionario de los Trabajadores - Ejército Revolucionario del Pueblo (PRT-ERP).

“Este ordenamiento generó cuestionamientos de parte de muchas periodistas que formaban parte de *Miradas al Sur*. Se lo comentamos a algunos colegas varones que nos dieron la razón. Yo creo que había más maltrato hacia la mujer por parte de la gente que estaba al mando del medio. Esto tenía que ver con menospreciar el trabajo que puede hacer una mujer. En ese sentido había bastante machismo y misoginia”<sup>33</sup>.

Silvina Sosa se desempeñó como jefa de Arte de *Miradas al Sur* entre junio de 2010 y diciembre de 2015. En contraposición con la tendencia hacia una escasa participación femenina en el resto de la redacción, el área de diagramación estuvo integrada desde el año 2013 exclusivamente por mujeres.

“No sé si fue fortuita o no dicha situación. Fuera de mi puesto como jefa de Arte, no había mujeres con cargo alto. En el equipo directivo eran todos hombres, lo mismo que con los editores y los jefes de sección con mi contada excepción. Las mujeres eran una minoría relegada, dado que en general no tenían lugar en la nota principal”<sup>34</sup>,

señala Sosa. Durante los últimos dos años de existencia del semanario, las únicas dos mujeres periodistas que continuaron en el proyecto -Julieta Mortati y la mencionada Graciela Pérez- ocuparon el puesto de redactoras, que figuraba como uno de los escalafones más bajos dentro del staff permanente.

## **La novedad de un mercado en declive**

En el año 2007, las ventas netas del sector de diarios impresos en Argentina descendieron aproximadamente 2% y en 2008 volvieron a reducirse en un menor porcentaje (0,9%)<sup>35</sup>. De acuerdo con los datos del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), el año 2008 dejó como saldo 439.745.012 ejemplares vendidos frente a los 443.760.857 del año anterior. En base al análisis de dichas cifras, el Observatorio de Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires explicaba en su informe anual que “la menor circulación de diarios impresos en la Ciudad puede atribuirse en parte al

---

<sup>33</sup> Entrevista a Graciela Pérez. Marzo de 2018.

<sup>34</sup> Entrevista a Silvina Sosa. Mayo de 2018.

<sup>35</sup> Estos datos fueron proporcionados por el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) para el informe Industrias Creativas de la Ciudad de Buenos Aires del año 2008. Link al informe completo: <https://bit.ly/2N3B0Wr>

aumento del uso intensivo de la banda ancha, donde más usuarios de Internet buscan información en los diarios digitales, tendencia que se está manifestando a nivel internacional” (2008: 78). El impacto de la tecnología y la migración de públicos del papel a la web, según un trabajo periodístico elaborado por el portal Diarios sobre Diarios (DsD)<sup>36</sup>, operaron como las principales razones de fondo de esta caída que afectó a los principales matutinos porteños. En ese marco,

“los diarios *Clarín* y *La Nación* sufrieron una caída en sus ventas en el año 2008, comparadas con las de 2007. *Clarín* mostró una baja en su circulación por tercer año consecutivo y *La Nación* arroja su segundo descenso interanual. En tanto, la edición dominical de *Perfil*, que en 2007 había experimentado un crecimiento respecto de 2006, en 2008 cayó por primera vez desde que es auditado” (DsD, 2009)<sup>37</sup>.

Si bien se produjo un achicamiento considerable del mercado de medios impresos durante aquella etapa, *Miradas al Sur* logró instalarse rápidamente como propuesta periodística. En los inicios el recorrido del semanario se caracterizó por un primer momento de crecimiento sostenido en la circulación, que más tarde sufrió un leve descenso y se estabilizó logrando así una regularidad marcada en el nivel de ventas durante sus primeros cuatro años de existencia. Gustavo Díaz Yanotti, gerente de Circulación del Grupo 23 hasta finales del año 2015, resalta que

“en los comienzos la venta neta era de 21-22 mil ejemplares aproximadamente y luego se estacionó en 16 mil. Ahí estuvo mucho tiempo. Las ventas eran muy parejas, estamos hablando de un público muy fiel. El primer período fue realmente muy estable en ese sentido”<sup>38</sup>.

El IVC informa que las cifras de venta de *Miradas al Sur* continuaban en agosto de 2010 por encima de los 20 mil ejemplares<sup>39</sup>, pero lo cierto es que de allí en más la circulación cayó en una espiral descendente que resultó irrefrenable. Hasta ese momento, el semanario dominical tenía sus picos más altos de penetración sobre la Ciudad de Buenos Aires y ciertas zonas populosas del conurbano bonaerense, aunque

---

<sup>36</sup> Link a este artículo periodístico (26/02/2015): <http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/394-adios-diario-papel.php#.WrFZdOhubIV>

<sup>37</sup> Ver más: <http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/46-clarin-cae-en-ventas-por-tercer-ano-consecutivo.php#>

<sup>38</sup> Entrevista a Gustavo Díaz Yanotti. Noviembre de 2017.

<sup>39</sup> Para acceder a estos datos: <http://www.ivc.org.ar/files/revistaivc1.pdf>

también se trataba de un medio de alcance nacional con presencia en las ciudades más importantes del resto del país.

El fenómeno de inserción de *Miradas al Sur* en un mercado acotado puede atribuirse a dos movimientos diferenciados: uno de índole periodístico-política y otro vinculado a las novedosas técnicas del marketing comercial que busca conservar lectores en una época marcada por la crisis de los medios gráficos. Al momento de identificar los motivos del despegue inicial del semanario, Eduardo Anguita recuerda el particular tratamiento mediático que se le dio al conflicto por las retenciones agrarias:

“La Resolución 125 nos permitió tener un terreno fértil para un pensamiento latinoamericano, de reformas profundas sobre la estructura de dependencia poniendo en cuestión el comercio exterior y la propiedad de la tierra. De no haber existido la 125, esos hubieran sido apenas debates académicos: aunque no ocupara las 48 páginas de *Miradas*, a nosotros el tema nos ayudó a marcar una identidad ideológica, pero sobre todo periodística”.

En segundo lugar, cabe resaltar que el semanario logró impulsar las ventas en el mediano y largo plazo a través de un ingenioso plan de marketing dirigido a un público ávido de informarse sobre estos temas candentes de la agenda pública. La estrategia comercial consistió en la distribución gratuita de documentales en formato DVD: allí se destacaron películas de cine político realizadas por Miguel Mirra, Fernando Nogueira y el propio Eduardo Anguita.

“Como *Miradas* tenía una muy buena venta los domingos, en un momento pusimos el DVD con la revista *Veintitrés* adentro como opcional y de esa forma *Veintitrés* obtenía una circulación mayor. Es decir, *Miradas* llegó a tener tan buena penetración que hasta lo han usado como trailer de otra publicación”,

reflexiona Díaz Yanotti acerca de la entrega de documentales como forma de acrecentar las ventas. El promisorio desempeño de *Miradas al Sur* durante el período 2008-2011 debe explicarse también por la presencia de destacados columnistas y colaboradores que adherían al progresismo latinoamericano y que lograron complementarse con las experimentadas plumas del equipo permanente de periodistas. Aldo Ferrer, Felipe Pigna, Jaime Sorín, Eduardo Valdés, Estela de Carlotto, Taty Almeida, Norberto Galasso y Eduardo Curia -entre otros- otorgaron una

mayor jerarquía a las páginas del semanario a través de artículos de opinión que en algunos casos tuvieron una frecuencia semanal.

## **La faceta periodística del medio**

La intensidad política del conflicto por las retenciones agrarias en el año 2008 adquirió una dimensión nacional y estuvo caracterizada por la emergencia de diversas expresiones populares tanto a favor como en contra de la medida, que desataron un clima de confrontación entre los actores participantes de los reclamos. Asimismo, la dinámica de la protesta generó las condiciones para que el sector de clase media-alta urbano manifestara por primera vez en las calles su descontento con la administración kirchnerista, aún sin que existiera una identificación pura con los reclamos rurales (Novelle, 2013: 61). La radicalización de posiciones que sostuvieron los sectores enfrentados a lo largo del conflicto resultó una piedra de lanza que se trasladó al campo de los medios de comunicación en los años posteriores. El debate y la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el año 2009 llevó la lucha política al terreno mediático, destacándose allí el enfrentamiento entre el gobierno nacional y el Grupo Clarín. Cabe destacar que previamente, bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007), las políticas de comunicación tendieron a favorecer a los grupos de medios más concentrados:

“se promulgó la ley de protección a los bienes culturales (por la cual se benefició a los grandes multimédios endeudados), se extendieron las licencias de radiodifusión y se autorizó la fusión en el mercado de la televisión por cable entre Cablevisión y Multicanal, con el claro propósito de beneficiar a los principales concesionarios de medios y agudizando una tendencia monopólica en ese sector” (Vincent, 2017: 119).

La consolidación de un parte aguas o “grieta” (Pogliaga, 2017: 194) dentro de la propia labor periodística se evidenció a partir de apreciaciones y posturas contrapuestas al interior de la prensa de masas. De esta forma afloró en un primer plano el fenómeno del “periodismo militante”, que se catalogó como “un conjunto de expresiones periodísticas originadas -tanto en medios privados y estatales- como emprendimientos no partidarios pero dedicados, explícitamente o no, a legitimar las políticas del gobierno de Cristina Fernández, a reforzar una identidad política y a combatir a los opositores” (Fernández, 2013: 13). El principal referente de esta expresión mediática fue el programa televisivo 678, transmitido por la TV Pública y autoproclamado como

“militante”, pero durante aquella etapa también se puede encolumnar bajo esta figura a los diarios *Página/12* y *Tiempo Argentino*, a la revista semanal *Veintitrés* y a varios programas de radio, en su mayoría emitidos por *Radio Nacional* (Fernández, *Ibíd.*).

En la vereda de enfrente se ubicaron los portavoces de la defensa irrestricta del “periodismo independiente” frente a lo que consideraban “como una embestida del gobierno contra la libertad de prensa” (Baldoni, 2012: 218). Los principales representantes de este sector fueron las empresas periodísticas *Clarín* y *La Nación*. Durante la gala organizada por la Asociación de Entidades Periodísticas de Argentina (ADEPA) para premiar la trayectoria de estos medios opositores durante la década kirchnerista, el CEO del Grupo Clarín, Héctor Magnetto, declaró que “la resistencia no fue un acto de coraje, sino de supervivencia del periodismo profesional”<sup>40</sup>.

*Miradas al Sur* resulta un caso singular dentro de los productos mediáticos que surgieron al calor de la disputa explícita entre el oficialismo gobernante y los grandes medios de comunicación del país. Esta particularidad radica en dos cuestiones relevantes a tener en cuenta: si bien el semanario dominical asumió una clara postura de apoyo hacia las principales medidas de las gestiones presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner, la construcción de su legitimidad se realizó por fuera del encasillamiento estricto dentro de la categoría fija del periodismo “militante”. En cambio, la marca distintiva propia de *Miradas al Sur* fue el ejercicio de un periodismo politizado en el sentido de transparencia intelectual y profesional, que combinó una particular visión crítica de la realidad social junto con ciertos atisbos de repliegue en la lógica propagandística a partir del contexto histórico y la afiliación político-empresarial en que se enmarcó el proyecto.

Esta definición posee varias aristas analizables. Por un lado, alude a que la conformación de *Miradas al Sur* como prensa política es innegable, dado que “se trata de un periodismo que guarda ciertas pautas de estilo del periodismo masivo, pero enmarcado en una identificación ideológica explícita y que explícitamente reniega de los ideales sobre los que se ha instituido la profesión en la era moderna” (Fernández, 2013: *Ibíd.*). El semanario se distinguió desde sus orígenes del “cuarto poder” (Galán-Gamero, 2014: 154) independiente, objetivo y ecuánime que visualiza los hechos a través de un prisma de supuesta imparcialidad, puesto que toda aproximación a la realidad política, económica y social fue entendida como parte de un recorte ideológico

---

<sup>40</sup> Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1933919-premian-a-la-nacion-y-clarin-por-defender-la-libre-expresion>

por el cual resulta necesario revelar ese tamiz para salvaguardar una relación madura y honesta con los lectores.

“El concepto hablado entre algunos -y no hablado- en general en la redacción era hacer un periodismo comprometido con el periodismo y con el campo popular. Comprometido con el periodismo implica un compromiso con el lector informando bien y analizando con posición, pero explicitándola”,

analiza Daniel Cecchini. Al mismo tiempo, sin contradecir a lo anterior pero retomando ciertos aspectos de la llamada prensa profesional, la primera Carta del Director titulada “El nacimiento” (18/05/2008) estableció de arranque un contrato de compromiso con el público lector que ponía a la “verdad” como premisa:

“El bien supremo del pacto de lectura periodístico es la verdad. El periodista se debe a ella y el lector no quiere desconfiar de quien informa, cuenta o analiza un acontecimiento. (...) Por eso, es decisión de este colectivo de trabajo hacer valer una cláusula de conciencia. ¿En qué consiste? Sencillamente en que nadie puede ser obligado a escribir en contra de sus convicciones, de sus creencias y menos aún a falsear un dato”<sup>41</sup>.

Esta doble faceta que convivió en *Miradas al Sur* a lo largo de su existencia mostró dos etapas distintas: una primera de mayor contenido “profesional” (2008-2011) y una segunda marcada por el predominio de una impronta “militante” (2012-2014), proceso similar que envolvió a la gran mayoría de los medios oficialistas durante aquel período. Eduardo Anguita describe esta situación:

“En la primera etapa se trabajó con libertad, donde seguramente cometimos errores periodísticos por nuestras limitaciones. La segunda etapa fue de kirchnerismo puro, en la que Daniel (Cecchini) resistió adentro de la redacción y que obviamente la vivimos todos porque Szpolski estaba más celoso de los lineamientos con el gobierno”.

Durante esta primera etapa el semanario contempló la necesidad de dar lugar al periodismo de investigación, que requiere un fuerte compromiso del medio al no ser rentable en el corto plazo porque requiere grandes inversiones de tiempo y recursos

---

<sup>41</sup> *Ibíd.* 28

económicos (Fuentes, 2006: 73). Esta decisión trajo sus réditos al obtenerse algunas investigaciones periodísticas de relevancia como “Silencio por sangre: la verdadera historia de Papel Prensa” (Daniel Cecchini y Jorge Mancinelli)<sup>42</sup>, la revelación del escándalo de espionaje y escuchas telefónicas durante el año 2009 en el gobierno porteño que encabezaba Mauricio Macri (Walter Goobar y Ricardo Ragendorfer)<sup>43</sup> y “La CNU. El terrorismo de Estado antes del golpe” (Daniel Cecchini y Alberto Elizalde Leal). Este último trabajo desencadenó la apertura de juicios por delitos de lesa humanidad y la condena a perpetua de dos represores que integraban la organización militar Concentración Nacional Universitaria (CNU) en la década de 1970<sup>44</sup>.

La tendencia a adoptar una idea propagandística del periodismo, que estuvo presente desde los inicios del medio -principalmente en las columnas de Jorge Giles-, tomó mayor protagonismo a partir del año 2012 mediante algunas portadas (Ej.: bajo el título de tapa “Dignidad”, *Miradas al Sur* privilegió en su edición del domingo 22 de abril de 2012 las caras del matrimonio presidencial por sobre la imagen de la reestatizada YPF<sup>45</sup>) y una línea editorial que reveló un alineamiento casi entero con el gobierno de Cristina Fernández en el período más crítico de aquel año<sup>46</sup>. Dicha etapa coincidió con la puesta en marcha de una sección que se denominó “Espacio de promoción” -éste destinaba cuatro páginas del semanario a gacetillas de gobierno, y con la salida del suplemento juvenil *Ni a Palos*, que estaba realizado por jóvenes de la agrupación La Cándora y tenía “una línea ultra K que discordaba con el resto de los contenidos del semanario”<sup>47</sup>. La salida de este suplemento provocó la ira de los máximos referentes periodísticos del medio, puesto que Daniel Cecchini relata que “si hay algo que nosotros en ningún momento quisimos hacer, fue periodismo militante”.

Por otra parte, *Miradas al Sur* nació como un medio gráfico que propició el debate político en profundidad, con la consecuente apertura al disenso, la crítica y la propuesta constructiva. Este comportamiento periodístico, que se mantuvo en mayor o menor medida hasta el final de sus días, implicó mantener una posición favorable hacia la gestión de gobierno en el orden nacional sin dejar de lado la enunciación de juicios negativos, que a lo largo de la historia del semanario refirieron por lo general al

---

<sup>42</sup> Publicada en formato de libro en el año 2010.

<sup>43</sup> Disponible en: <https://bit.ly/2N7ZI8a>

<sup>44</sup> Más información sobre el caso: <https://bit.ly/2IvKGFN>

<sup>45</sup> Disponible en archivo de la Biblioteca Nacional.

<sup>46</sup> Entre septiembre y noviembre del año 2012, se sucedieron dos masivos cacerolazos en los grandes centros urbanos de todo el país contra las políticas económicas del gobierno de Cristina Fernández.

<sup>47</sup> Testimonio de Daniel Cecchini.

pedido de una mayor radicalización y audacia en relación a la necesidad de aplicación de ciertas políticas públicas<sup>48</sup>. Daniel Cecchini considera que

“empezamos a desarrollar un medio periodístico que apoya críticamente al gobierno, pero que -esto es un caso raro dentro de los medios surgidos desde el kirchnerismo- tampoco está alineado disciplinadamente. En *Miradas* defendíamos lo que considerábamos que estaba bien y criticábamos -con ciertas limitaciones si se quiere- las medidas que nos parecían incorrectas”.

Eduardo Anguita agrega:

“Nuestra propuesta era la que todos los periodistas más o menos zurdos queremos hacer: un periodismo que no esté pensando en depender de la pauta de los supermercados y los bancos y pueda expresar las cosas con la distancia que requiere un periodismo comprometido y alejado de los intereses corporativos. (...) Yo no sé si éramos el medio más o menos alineado de Szpolski con el kirchnerismo. A mí me parece que la libertad en un medio de expresión, sobre todo cuando te toca estar en una responsabilidad como la de director, es una cosa que no se puede cuantificar”.

Julián Blejmar, columnista económico que ingresó a *Miradas al Sur* a mediados del año 2013, señala que

“para ser un medio oficialista, se trabajaba con mucha libertad y *Miradas* no dejaba de ser crítico, a pesar de que se hablaba que éramos una prensa kirchnerista. Quizás esta paradoja tuviera que ver con un distanciamiento de Anguita respecto al kirchnerismo o también puede haber incidido el abandono del Grupo 23 sobre *Miradas*. Tenía una parte muy positiva que era el espacio de libertad y la parte negativa que había notas que se perdían sin demasiada llegada ni repercusión”<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> Un ejemplo es el fragmento de esta columna de Eduardo Anguita (25/03/2012): “Todos los argumentos para la recuperación de Aerolíneas Argentinas sostenidos por Néstor y Cristina Kirchner podrían ser una base conceptual para repensar un transporte público popular digno y capaz de ser operado por el Estado”.

<sup>49</sup> Entrevista a Julián Blejmar. Febrero de 2018.

## De cenicienta a oveja negra. Abandono y primera crisis

“Si vos querés, yo no tengo ningún problema en que acoplemos y seamos el *Tiempo Argentino* de los domingos”. Año 2010. En un diálogo respetuoso, enmarcado en la inminente salida del diario *Tiempo Argentino* en mayo de ese año, el director Eduardo Anguita le sugirió al propietario Sergio Szpolski la unificación de dos propuestas para evitar una desgastante competencia al interior del propio Grupo 23. Si bien las autoridades de la empresa ya habían analizado la posibilidad de convertir a *Miradas al Sur* en formato diario, se prefirió optar por el lanzamiento de un nuevo producto periodístico con otras características.

*Tiempo Argentino* nació el 16 de mayo de 2010, pocos días antes de los festejos por el Bicentenario de la Argentina. Su director, Roberto Caballero, lo definió como “la voz de los que quieren ser escuchados, de las organizaciones sociales y gremiales, de los que se movilizaron por el derecho a ser escuchados en las marchas por la Ley de Medios”<sup>50</sup>. Al mismo tiempo, desde el espacio público y mediático se tendió a caracterizar al nuevo medio como

“una voz afín al gobierno nacional cuya emergencia se debía a la necesidad del gobierno de contrarrestar la presencia dominante de *Clarín* en el mercado de medios, ya que se había convertido (...) en uno de los principales canales de expresión de la oposición política” (Rosenberg, 2014: 12).

El surgimiento de *Tiempo Argentino* significó el punto de partida de un proceso por el cual *Miradas al Sur* pasaría a un segundo plano en la consideración empresarial dentro del Grupo 23. Eduardo Anguita plantea que “para ellos *Tiempo Argentino* era un diario mucho más fácil de manejar”. Su compañero Daniel Cecchini coincide en relación al trasfondo de estos cambios:

“Se necesitaba *Tiempo Argentino* como diario militante -apoyando incondicionalmente al gobierno como 678, aunque con un estilo más profesional a nivel periodístico- y la dirección de Anguita y la mía no se iba a prestar a eso. *Miradas* no era el diario que ellos necesitaban”.

---

<sup>50</sup> Ver nota “Tiempo Argentino está en la calle”. Disponible en: <https://leyendadeltiempo.wordpress.com/category/tiempo-argentino/>

Sergio Bartolomé Szpolski fue la cabeza visible del Grupo 23, que en poco tiempo se convirtió en el principal grupo de medios ligado al kirchnerismo. En paralelo con la quiebra del Banco Patricios en el año 1998, de la cual fue protagonista<sup>51</sup>, el empresario de origen judío quiso fundar junto a Gerardo Sofovich un diario que compitiera con *Página/12*, pero el intento no prosperó. Antes de su desembarco en la revista *Veintitrés* durante el año 2004, Szpolski acumuló un historial propio en el mundo de los medios de comunicación: por un lado, puso en marcha el diario universitario de distribución gratuita *La U* y, por el otro, se lanzó a una efímera sociedad con Daniel Hadad en el diario de negocios Infobae<sup>52</sup>. Además de empresario de medios, Sergio Szpolski se puso el ropaje de militante político durante las elecciones del año 2015: fue candidato a intendente de Tigre por el Frente para la Victoria (FPV), lista que contó con el apoyo de la jefa de Estado Cristina Fernández y del postulante a presidente de dicho espacio, Daniel Scioli<sup>53</sup>. De acuerdo con el propietario del Grupo 23, el lanzamiento de *Tiempo Argentino* en el año 2010 partió de motivaciones distintas que no afectaron el desarrollo de *Miradas al Sur*.

“La decisión tuvo que ver con que eran dos productos totalmente distintos. *Miradas* tenía, valga la redundancia, una mirada semanal de los hechos más importantes de la semana y de cuestiones muchas veces atemporales, más vinculadas al pensamiento y a la profundidad de las ideas. *Tiempo Argentino*, en cambio, era un diario de todos los días, con una dinámica completamente distinta. En ningún punto se chocaban y, de hecho, la tirada de *Miradas* no bajó después de la salida de *Tiempo Argentino*. Creo que ningún medio le sacaba espacio al otro”<sup>54</sup>.

Efectivamente *Miradas al Sur* sostuvo su nivel de circulación hasta agosto de 2010 inclusive, cuando promedió los 20381 ejemplares vendidos por semana. Sin embargo, desde allí el semanario perdió en el período de dos años casi la mitad de sus lectores. En septiembre de 2012 dicha cifra se ubicó en apenas 11492 periódicos vendidos<sup>55</sup>, un retroceso del que nunca se pudo recuperar. En el mismo lapso, el Grupo 23 comandado por Szpolski alcanzó su mayor crecimiento exponencial y se transformó en una poderosa corporación mediática. Durante el año 2011 la compañía Garfunkel Partners, perteneciente al empresario Matías Garfunkel, adquirió la mitad del paquete

---

<sup>51</sup> Más información: <https://www.lanacion.com.ar/90998-la-historia-de-sergio-szpolsky>

<sup>52</sup> Artículo publicado en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/contratapa/13-42854-2004-10-27.html>

<sup>53</sup> <https://www.infobae.com/2015/06/20/1736652-sergio-szpolski-sera-candidato-intendente-tigre-el-frente-la-victoria/>

<sup>54</sup> Entrevista a Sergio Szpolski. Abril de 2018

<sup>55</sup> Siempre de acuerdo a cifras del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC).

accionario del Grupo 23 por un valor de alrededor de 12,5 millones de dólares<sup>56</sup>. La flamante sociedad de medios Szpolski-Garfunkel pasó a controlar en aquel momento las revistas *Veintitrés*, *Newsweek*, *Siete Días*, *Lonely Planet*, *Cielos Argentinos*, *Asterisco* y *Veintitrés Internacional*; los diarios *Tiempo Argentino*, *Miradas al Sur*, *El Argentino* y *Diagonales*; *Radio América*, el canal de noticias *CN23* y la señal de música *Vivra*. En el año 2013 incrementó su presencia en el mercado con la adquisición de las radios *Rock and Pop* (FM 95.9), *Blue* (FM 105.3) y *Splendid* (AM 990)<sup>57</sup>.

El cambio en la política de medios del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner a partir del año 2008 fue acompañado no sólo por la sanción de nuevas leyes, sino también por el incremento de la publicidad oficial. La evolución del gasto gubernamental en esta área ascendió desde 395 millones de pesos en 2008 hasta 3509 millones de pesos en el año 2014 (Becerra, 2015: 126). El propósito de la publicidad oficial consiste en informar sobre asuntos de interés público en temas ligados a la salud, la educación, la seguridad o la realización de elecciones (Becerra, 2015: 108). En consecuencia, el Estado necesita de espacio en los medios de comunicación para desarrollar sus campañas informativas, lo cual requiere asignar importantes sumas de dinero para esta finalidad (Saba, 2008: 75). A pesar de que “la publicidad oficial debería ser entendida como un canal de comunicación entre el Estado y la población respecto de información de interés público” (ADC, 2010: 8)<sup>58</sup>, la ausencia de leyes regulatorias y de criterios claros, objetivos y públicos en torno a su funcionamiento han motivado cierta discrecionalidad en el uso de estos fondos públicos para realizar la publicidad de los actos de gobierno. La ONG Poder Ciudadano denuncia que

“la ausencia de criterios objetivos para la distribución de pauta publicitaria la convierte en una herramienta que puede ser utilizada para premiar o castigar de acuerdo a las líneas editoriales de los medios, poniendo en juego la libertad de expresión a través de un posible condicionamiento económico. Este tipo de presiones pueden denominarse como censura indirecta o mecanismos indirectos de restricción de la libertad de expresión”<sup>59</sup> (2014: 1)

---

<sup>56</sup> Ver informe: [http://www.ambito.com/economia/informes\\_economicos/archivos/Business\\_1102.pdf](http://www.ambito.com/economia/informes_economicos/archivos/Business_1102.pdf)

<sup>57</sup> Ver mapa de medios de Argentina (2013/14): <http://blogdelmedio.com/wp-content/uploads/2014/09/Mapa-de-Medios-Argentina-2013-2014.pdf>

<sup>58</sup> Abuso de publicidad oficial y censura indirecta en América Latina (2008-2010). Asociación por los Derechos Civiles. Washington, DC, 29 de octubre de 2010.

<sup>59</sup> <http://www.poderciudadano.org/libros/InformePOJGM14.pdf>

La Asociación por los Derechos Civiles (ADC), en tanto, agrega que las presiones ejercidas mediante la publicidad oficial se inscriben dentro de una compleja y problemática relación entre el Estado y los medios de comunicación. El punto más preocupante es que impactan directamente sobre la calidad del debate público”<sup>60</sup> (ADC, 2006: 11). Un caso paradigmático y reciente de la conflictividad en torno a este tema en Argentina fue la acción de amparo que la editorial Perfil S.A. promovió contra el Poder Ejecutivo Nacional debido a una “política discriminatoria” que excluyó a sus medios de la pauta publicitaria oficial. En relación a este asunto, la Corte Suprema de Justicia de la Nación concluyó en marzo del año 2011 que “el Estado demandado (...) no ha aportado ningún elemento en ese sentido, que permita comprender los criterios, o las pautas objetivas, que ha delineado para distribuir la publicidad oficial”<sup>61</sup>.

Bajo las dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández, el Grupo 23 se convirtió en el principal beneficiario de las partidas de publicidad oficial otorgadas por el gobierno nacional. En ese mismo lapso, la pauta destinada a medios de signo opositor como *Clarín* y *La Nación* decreció tanto en términos relativos como absolutos (Vermaasen, 2016: 61). Los estrechos vínculos existentes entre medios de difusión, instituciones estatales y grupos sociales -dominantes o no- dan lugar a una explicación posible de esta problemática, vista desde la perspectiva de la economía política de la comunicación. Sánchez Ruiz y Gómez García afirman que

“los medios, en tanto industrias culturales, son empresas, en su mayoría compañías privadas, a veces formando parte de conglomerados más amplios; se trata de organizaciones complejas, actores económicos que a la vez se articulan con otras instituciones y aparatos, y son una parte constitutiva de las estructuras de poder en las sociedades contemporáneas” (2009: 54).

En otro orden, el enfoque funcionalista liberal plantea “la falsa suposición de que los medios de difusión son organismos independientes y socialmente imparciales en la sociedad” (Curran, 1998: 203). De acuerdo con un informe publicado por la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, el grupo Szpolski-Garfunkel recibió solamente en el primer semestre de 2013 más de 82 millones de pesos en concepto de publicidad oficial<sup>62</sup>. Se estima que sus diferentes medios recibieron entre los años 2009 y 2015

---

<sup>60</sup> <http://www.corteidh.or.cr/tablas/29559.pdf> Pág.11

<sup>61</sup> <http://sjconsulta.csjn.gov.ar/sjconsulta/documentos/verDocumentoByIdLinksJSP.html?idDocumento=1581&cache=1504627415795> p.12

<sup>62</sup> Disponible en: <http://chequeado.com/ultimas-noticias/szpolski-el-grupo-veintitres-no-es-el-que-mas-pauta-recibe-en-relacion-a-la-cantidad-de-trabajadores/>

cerca de 815 millones de pesos, una suma muy por encima de lo que recibieron otros grupos beneficiados en esta etapa como *Albavisión-Canal 9* (Remigio González), *Telefé* (Telefónica), *Uno* (Vila-Manzano) y *Página/12* (Sokolowicz)<sup>63</sup>.

Después de ser reelecta con el 54,11% de los votos, Cristina Fernández comenzó su segundo mandato como presidenta de la Nación el 10 de diciembre de 2011. El inicio de esta etapa coincidió con un quiebre en la estructura organizativa de *Miradas al Sur* que sacudió la cotidianeidad de la redacción, pero fue también el reflejo de una bisagra político-editorial y empresarial en torno a los destinos del semanario. Luego de tres años y medio al frente de la dirección periodística, Eduardo Anguita decidió dar un paso al costado y propuso a Daniel Cecchini como su reemplazante. El protagonista explica la forma en que se propició esta salida:

“Había una cantidad de cosas que indicaban que mi tiempo al frente del proyecto ya había llegado a un punto. El acuerdo salomónico con Szpolski fue quedar en un lugar de director editorial, seguir yendo a las reuniones de comité y estar constantemente en contacto con Cecchini, pero desvincularme del día a día. Y obviamente las veces que Szpolski no quería hablar con Cecchini, me llamaba a mí e iba yo”.

Ya por ese entonces las columnas editoriales de Anguita reflejaban un tono más crítico con algunas decisiones político-económicas del gobierno nacional, lo cual motivó una serie de llamados con tono de advertencia por parte del entonces jefe de Gabinete, Juan Manuel Abal Medina: éste llegó a definir al elenco periodístico de *Miradas al Sur* como “librepensadores”, según el testimonio de Daniel Cecchini. Sin embargo, el principal hecho que desencadenó el alejamiento del director periodístico fue la quita de recursos financieros para sostener el medio gráfico en las condiciones acordadas al momento de su nacimiento. El propio Cecchini revela que a finales de 2011

“Szpolski tiene fuertes discusiones con Anguita. Siempre fue muy pijotero Szpolski: por más que le dieran un montón de guita, no destinaba mucha cantidad a los medios. Y nos empezó a cortar más el dinero de funcionamiento, como el pago de colaboraciones. Ahí Eduardo plantea que está para otra cosa y me propone hacerme cargo del diario. Szpolski acepta. Eduardo (Anguita) se queda con injerencia en la línea editorial del medio y en definir

---

<sup>63</sup> <https://www.lanacion.com.ar/1841286-pauta-oficial-2009-2015-todos-los-nombres-y-los-montos-cobrados>

algunas de sus publicaciones, pero el manejo efectivo del semanario quedó en mis manos”.

El período de turbulencias no cesó con dichas modificaciones en la dirección de *Miradas al Sur*. Sergio Szpolski estaba también decidido a avanzar en un plan de retiros voluntarios que redujera la magnitud numérica de la redacción. Esto provocó la salida de los periodistas Eduardo Blaustein y Gabriel Bencivengo en el año 2012, quienes fueron seducidos -después de algunas idas y vueltas- por el cobro de la indemnización ofrecida. Daniel Cecchini señala que

“Szpolski me vacía la redacción. Algunos, como Ricardo Ragendorfer, se van a Tiempo (Argentino); otros prefieren cobrar la interesante indemnización. Vivimos desde allí sosteniendo el semanario casi sin recursos, con muchos altibajos y colaboraciones cortadas. También empezó a atrasarse el pago de los sueldos y a hacerse más difícil la paritaria”.

Eduardo Blaustein cuenta los motivos de su alejamiento:

“Nunca me gustó la figura de Szpolski, de modo que entré a *Miradas al Sur* con reticencias y prejuicios que creo legitimados. Siempre sentí que sólo le interesaba hacer sus negocios personales y que, con tal de hacer ese negocio, le importaba más quedar bien con Néstor y Cristina que hacer algo mejor, más amplio y de mayor calidad. Me fui porque me cansé de esas negatividades apenas pintó un retiro voluntario”<sup>64</sup>.

A lo largo de aquel 2012 abundaron los rumores sobre un posible cierre de *Miradas al Sur*. En noviembre de ese año el Grupo 23 envió cartas documento a sus empleados exigiéndoles que se tomaran vacaciones durante todo enero, puesto que el semanario dominical no se iba a publicar en dicho mes. Esta situación límite provocó la inmediata reacción de la Asamblea de Trabajadores de *Miradas al Sur*, que se materializó en un comunicado emitido por redes sociales el 21 de noviembre de 2012:

“En el último tiempo, la empresa ha deteriorado poco a poco las condiciones del trabajo. Entre otros recortes, los colaboradores permanentes no cobraron durante siete meses, entre abril y septiembre de este año. Al día de hoy, los pagos siguen atrasados.

---

<sup>64</sup> Entrevista a Eduardo Blaustein. Abril de 2018.

A esta situación, se suma que desde hace varios meses la publicación dejó de contar con fotógrafos, quienes eran colaboradores permanentes facturando por su trabajo y hoy han quedado sin tareas asignadas. Además, los viáticos no se cubren desde hace dos años. Cuestiones que los trabajadores venimos reclamando ante la empresa, en virtud de frenar la degradación y la pauperización de nuestro espacio de trabajo”<sup>65</sup>.

Frente a la protesta de los trabajadores, los propietarios Sergio Szpolski y Matías Garfunkel abrieron un canal de negociación y “decidieron dar marcha atrás con el cierre temporal y las vacaciones compulsivas, mientras analizan opciones para reestructurar la empresa”, según consignó en ese momento una fuente anónima citada en un artículo del diario Clarín<sup>66</sup>. Finalmente, el proceso de achicamiento se llevó a cabo y en el período 2012-2014 *Miradas al Sur* redujo su planta permanente de unos 50 trabajadores de prensa a casi la mitad. Szpolski analiza las implicancias de este ajuste sobre la continuidad del medio:

“uno puede hacer muchas interpretaciones y usar palabras diferentes para identificar situaciones. Pero la calidad es lo que marca todo. Después si son 100, 50 o 30 trabajadores, no es eso lo esencial. La pregunta es si el diario siguió teniendo la misma cantidad de contenido y la misma cantidad de páginas. La respuesta es que sí, hasta el último día en que *Miradas* fue parte del Grupo 23”.

En consonancia con el notable crecimiento de la publicidad oficial dentro de los medios de comunicación del grupo Szpolski-Garfunkel, *Miradas al Sur* fue transformando progresivamente su estructura financiera de sustento. El número inaugural del 18 de mayo de 2008 llama la atención por la gran cantidad de auspicios privados que saludaban la aparición del semanario dominical, dentro de los cuales aparecen empresas líderes del mercado mundial. Allí relucen por su presencia publicidades de ½ página y 1 página entera de los bancos Supervielle, Itaú, Hipotecario y Provincia, del hipermercado Carrefour y otras grandes marcas como Fiat, Mc Donalds, Telecom y Claro. Esta situación era paradójica dentro de un medio que era fuertemente crítico del comportamiento de los capitales transnacionales y las principales compañías privadas locales. Eduardo Anguita pone paños fríos a esta cuestión:

---

<sup>65</sup> Se puede consultar esta gacetilla de prensa en: <http://pajarorojo.com.ar/?p=2587>

<sup>66</sup> Diario Clarín (23/11/2012). Disponible en: [https://www.clarin.com/sociedad/semanario-oficialista-cerrar-debio-marcha\\_0\\_BkL-pI6jwQl.html](https://www.clarin.com/sociedad/semanario-oficialista-cerrar-debio-marcha_0_BkL-pI6jwQl.html)

“la publicidad privada llegaba porque el grupo Szpolski tenía centralizada la comercialización y, dentro de ese paquete, se incluía a *Miradas al Sur*. Nunca hubo controversias en torno a no querer auspiciar conmigo o con el medio. Por algún motivo que yo desconozco, después Szpolski prefirió que saliéramos más con publicidad oficial que con esa publicidad amplia y diversa”.

Lo cierto es que, ni bien quedó de manifiesto la intencionalidad político-periodística del semanario, la publicidad privada tendió a mostrarse reticente con publicitar allí. Sergio Szpolski reconoce que

“los auspiciantes privados, salvo en el primer número y en los números aniversario, nunca fueron -a pesar de la tirada alta que tenía *Miradas al Sur*- amigables con publicitar allí. Esto se relaciona con el hecho de que *Miradas* tenía una visión que, en un montón de temas argentinos, no coincidía con algunos intereses. En términos individuales, a *Miradas* le costó mucho conseguir publicidad que no fuera de gobiernos u organizaciones sociales”.

Durante el último tramo bajo la égida del Grupo 23, el número de avisos privados se había reducido notoriamente; sin embargo, seguía siendo superior en términos proporcionales a la publicidad de origen estatal. Un vistazo a la edición impresa del 23 de marzo de 2014 permite constatar la presencia de tres tipos de auspiciantes: privados (Personal, Sion, Familia Schroeder, Ediciones Ciccus y Telecentro), estatales (Precios Cuidados, TV Pública y Secretaría de Turismo de La Rioja) y ligados al grupo empresarial de medios (Rock & Pop 95.9 y labor solidaria del Grupo 23).

“El ingreso de publicidad de *Miradas* era mínimo, siempre lo fue. Y después ya no existió. Szpolski metía mucho canje también: la presencia de Kyocera significaba que, a cambio de las fotocopadoras, nosotros les sacábamos aviso. No era guita, igual era un canje que te ayuda a reducir costos. Y cuando empieza a perder ventas, el medio es menos rentable todavía”,

asegura Daniel Cecchini. Además del desinterés empresarial, es posible que la brusca caída en las ventas del semanario también haya incidido en la pérdida de masa publicitaria: el registro comercial de enero del año 2014 dejó al descubierto que las ventas de *Miradas al Sur* alcanzaron otro récord en la curva descendente al situarse

en el orden inferior a los diez mil ejemplares<sup>67</sup>. Esta cifra continuó en franco retroceso hasta tocar el piso de 7646 ejemplares netos pagados en agosto de 2014<sup>68</sup>. A partir de la llegada del Movimiento Evita en noviembre de aquel año, el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) dejó de medir los niveles de circulación del semanario por falta de pago.

.

---

<sup>67</sup> Dato disponible en: <http://www.ivc.org.ar/files/revista/11/files/basic-html/page14.html>

<sup>68</sup> De acuerdo con datos exclusivos que fueron solicitados al IVC, *Miradas al Sur* vendió un promedio de 7727 ejemplares en el mes de octubre de 2014.

## Capítulo III: Territorialidad, institucionalización y medios. La llegada del Movimiento Evita a Miradas al Sur

### Del piquete a la gestión de gobierno

Durante la década de 1990, los movimientos sociales en Argentina cuestionaron desde posiciones sectoriales las bases del neoliberalismo, su propuesta económica y sus principios ideológicos, que habían alterado las relaciones entre Estado y sociedad civil con toda su maquinaria tradicional de mediaciones políticas y funcionales (Pérez, 2010: 440). El ciclo de movilizaciones abierto en 1997, que contó con el protagonismo de los piqueteros como nuevo sujeto de la resistencia al neoliberalismo, “tuvo una fuerza destituyente excepcional al punto de contribuir decididamente a la inestabilidad política durante el 2001” (Natalucci, 2011: 1). En un contexto de crisis social, política y económica tras el estallido popular de finales del 2001, nace el Movimiento de Trabajadores Desocupados Evita (MTD Evita) como una organización piquetera que, como tantas otras, desarrollaba cortes de rutas y calles en reclamo de trabajo y asistencia social. Bajo la conducción de Emilio Pérsico, el MTD Evita surgió en el año 2002 por iniciativa de dos organizaciones: Patria, Pan y Poder al Pueblo (4P) y Peronismo Que Resiste (PQR). Dentro del espacio piquetero, el MTD Evita

“podría considerarse una organización piquetera clásica, en el sentido de que tenían una construcción territorial -fundamentada alrededor de comedores y copas de leche- destinada a los desocupados, las principales demandas se formulaban en torno al trabajo y los planes sociales y, por último, el corte de ruta era parte fundamental del repertorio de confrontación” (Natalucci, 2008: 122).

Sin embargo, se avecinaba un cambio de época en Argentina que tendría implicancias también para el accionar del movimiento piquetero. A partir de la llegada de Néstor Kirchner a la presidencia en el año 2003, el modelo de gobierno asumió ciertas características marcadas por una retórica anti-neoliberal, la opción por una política económica heterodoxa y la producción de políticas públicas de carácter social (Svampa, 2013: 14). Esta nueva impronta gubernamental generó una fuerte contradicción entre los distintos alineamientos de organizaciones piqueteras, fábricas y empresas recuperadas: del “que se vayan todos” en rechazo a la clase política en su conjunto, emergieron nuevas lógicas con un fuerte componente de participación juvenil, una renaciente identificación con el Estado y con otros modos de hacer política

(Bard Wigdor y Rasftopolo, 2014: 1). Los debates sobre la caracterización del nuevo presidente y de la etapa política entrante provocaron un parte-aguas en la identidad piquetera: por ejemplo, las organizaciones ligadas a los partidos de izquierda vieron la oportunidad de erigirse en opositoras diagnosticando “una pura continuidad respecto de los gobiernos anteriores” (Svampa, 2011: 3), mientras que otros agrupamientos fueron acusados de incorporarse progresivamente a la gestión del Estado a partir de una estrategia de control y disciplinamiento (Svampa y Pereyra, 2004: 15). De esta forma, se consolidaron varias organizaciones definidas como “nacional-populares” -o abiertamente peronistas- que se valieron de la posibilidad de gestionar recursos estatales y adquirieron una mayor presencia e importancia política. Martín Retamozo analiza que

“con el crecimiento de esta corriente se concretó un intento de amalgamar los elementos vinculados al peronismo que están presentes en términos culturales y simbólicos en el movimiento de desocupados para reconfigurar la identificación con el proceso kirchnerista” (2012: 81).

La afinidad con el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) incluyó a organizaciones piqueteras como la Federación de Tierra y Vivienda (FTV), el Movimiento Barrios de Pie (BdP), el MTD Evita y el Frente Transversal Nacional y Popular. Dichas organizaciones dieron por concluida la etapa de resistencia y se volcaron a la construcción de nuevas herramientas políticas que les permitieran capitalizar el trabajo territorial acumulado en los años anteriores (Natalucci, 2012: 40). También se propusieron funcionar como un contrapeso del Partido Justicialista (PJ) dentro del armado político kirchnerista<sup>69</sup>.

El año 2005 trajo como novedad el lanzamiento del Movimiento Evita (ME) bajo la consigna “organizar la esperanza”, que aludía “a las expectativas surgidas al calor de la coyuntura política que daban la pauta del cambio del clima de época” (Natalucci, 2012: 40). Esta confluencia integró al MTD Evita, el MTD Resistir y Vencer, las 4P, una escisión del Movimiento Patriótico Revolucionario Quebracho, el Movimiento Patriótico 20 de Diciembre, la organización estudiantil 20 de Febrero, Peronismo Que Resiste y, por último, a sectores descontentos del PJ (Schuttenberg, 2010: 7). El Movimiento Evita, que decidió acompañar las políticas del gobierno nacional a partir de la

---

<sup>69</sup> Para más información: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-36487-2004-06-09.html>

“participación popular”<sup>70</sup>, expresó el aglutinamiento de experiencias previas ligadas a la identidad del peronismo de izquierda, dado que reivindicó desde sus inicios a figuras históricas como Eva Duarte y John William Cooke. Uno de los puntos en común de las organizaciones que conformaron el ME era levantar las banderas del nacionalismo popular revolucionario y avanzar en la búsqueda de un modelo de país en el cual se cumplieran las banderas históricas del peronismo: justicia social, independencia económica y soberanía política (Natalucci, 2012: 43). Otra de las premisas era la construcción de “una organización social y política movimientista con aspiraciones electorales” (Natalucci, 2008: 126), que implicaba en la práctica evitar la separación de una problemática como la desocupación de otras reivindicaciones esenciales en materia de educación, salud y violencia. El Movimiento Evita explica en su documento fundacional los alcances del término “movimiento”:

“El movimiento es acción. La forma histórica de organización que adoptó nuestro pueblo en sus luchas emancipatorias. Movimiento es unidad en la diversidad. Contiene a las diversas expresiones sociales y políticas y, a la vez, las articula en una política única, estratégica. No es una línea interna, ni una cooperativa para disputar cargos. No es un partido que digita desde afuera la política de las masas, sino el fruto de la organización de éstas. El movimiento es una expresión de la fuerza nacional, popular y federal”<sup>71</sup>.

Si bien la tradición movimientista carece de un mecanismo formal y estructurado de toma de decisiones (Schuttenberg, 2010: 8), el Movimiento Evita alberga una estructura descentralizada de funcionamiento con representaciones provinciales y, al mismo tiempo, una dirección política a nivel nacional. La Mesa Ejecutiva Nacional tiene la potestad de tomar las principales decisiones atinentes al rumbo político de la organización e interactúa con una Mesa Federal integrada por responsables de cada una de las provincias del país. La iniciativa política no se agota en estos espacios de mayor carácter jerárquico, puesto que el establecimiento de una forma de organización enmarcada en “Frentes de Masas” (Juventud, Sindical, CTEP, Mujeres, Agrario, Diversidad, Profesionales y Estudiantil) y “Secretarías” (Organización, Educación, Salud, Prensa, Deportes, Internacional, Economía y Derechos Humanos) tiene como premisa organizar a amplios sectores del pueblo y lograr la politización de todos los ámbitos sociales. El Frente de Mujeres del Movimiento Evita, por ejemplo, contribuye a

---

<sup>70</sup> Sobre el lanzamiento del Movimiento Evita: <http://argentina.indymedia.org/news/2005/10/341842.php>

<sup>71</sup> Documento disponible en: <https://movimiento-evita.org.ar/quienes-somos/>

esta lógica de militancia porque aglutina las principales reivindicaciones históricas del sector<sup>72</sup>. Luis Tapia agrega:

“lo característico de un movimiento social es que no tiene un lugar específico para hacer política, sino que a partir de algún núcleo de constitución de sujetos, organización y acción colectiva, empieza a transitar y politizar los espacios sociales con sus críticas, demandas, discursos, prácticas y proyectos” (2009: 2).

De esta manera el Estado abandona el lugar privilegiado de la política. Sin embargo, el surgimiento del Movimiento Evita significó para esta confluencia de organizaciones optar por el camino de la institucionalización y de la integración a la tradición nacional-popular que enarbolaba el gobierno kirchnerista. Durante esta etapa sus principales dirigentes obtuvieron cargos menores dentro del Estado, sobre todo en el área social: el secretario general del ME, Emilio Pérsico, asumió durante el año 2005 al frente de la subsecretaría de Políticas Públicas en el gobierno de Felipe Solá en la provincia de Buenos Aires; un año más tarde pasó a ser vicejefe de Gabinete y luego continuó como secretario ejecutivo del Consejo de Integración Social (Retamozo y Di Bastiano, 2017: 128). Este corrimiento, lejos de implicar un abandono del trabajo en los territorios, incorporó a la construcción político-institucional como parte de la dinámica del Movimiento Evita (Natalucci, 2012: 49).

## **La opción por la economía popular**

A raíz del conflicto con las patronales agropecuarias durante el año 2008, el Movimiento Evita desplegó un plan de lucha que se basó en convocatorias a sucesivas movilizaciones y una participación activa en el acampe que tuvo lugar en la plaza de los Dos Congresos mientras se extendía la confrontación<sup>73</sup>. El despliegue callejero de los grupos opositores a la Resolución 125/08 fue calificado por el Movimiento Evita como un “intento desestabilizador” (Natalucci, 2012: 46) impulsado por la Sociedad Rural Argentina y el grupo mediático Clarín. Sin embargo, más adelante en el tiempo esta organización distó de ejercer un apoyo incondicional al oficialismo en relación a ciertos acontecimientos políticos ocurridos durante la segunda presidencia de Cristina Fernández de Kirchner (2011-2015). El pedido al propio gobierno nacional para que realizara un repudio por el caso de Cristian Ferreyra, joven militante del MOCASE -

---

<sup>72</sup> Más detalles en: <https://movimiento-evita.org.ar/2012/06/15/frente-de-mujeres-evita-consolida-la-mesa-federal/>

<sup>73</sup> Más info. sobre este tema: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-106855-2008-06-28.html>

Vía Campesina asesinado por grupos parapoliciales en el año 2011<sup>74</sup>, o el profundo alineamiento con la candidatura de Daniel Scioli en el 2015 -distanciándose así de la postura adoptada por la agrupación oficialista La Cámpora<sup>75</sup>-, se muestran como ejemplos reveladores del comportamiento ambiguo del Movimiento Evita durante esta etapa.

Uno de los principales cuestionamientos de esta organización hacia el “modelo de desarrollo con inclusión social” o neodesarrollista (Gigliani, 2013: 80) de la década kirchnerista fue la falta de reconocimiento de los derechos de los trabajadores de la economía informal<sup>76</sup>. Si bien el empleo no registrado se redujo del 48,9% al 34,1% entre 2003 y 2011 (Martins, 2015: 3), casi un tercio de los trabajadores argentinos continuó excluido de los derechos y protecciones que brinda el mercado formal. En ese marco, bajo la certeza de que “el aumento de la productividad, el desarrollo de la tecnología y el incremento en las inversiones productivas no se traduce en trabajo formal y dignidad para todos nuestros compañeros”<sup>77</sup>, el Movimiento Evita impulsó en el año 2011 -junto al Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) y otras organizaciones sociales- el surgimiento de la Central de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), una organización sindical multi-rama en la que convergen agrupamientos con tradiciones político-ideológicas diversas (Bruno, 2017: 92). La CTEP apareció como resultado de la diversificación de las prácticas laborales de los sectores populares no asalariados y de una nueva orientación en el reclamo al Estado ligada al advenimiento de un “nuevo sujeto trabajador” (Maldovan, 2017: 11). La figura del trabajador de la economía popular plantea la búsqueda de la restitución de los derechos laborales y sociales quitados por el neoliberalismo y representa a

“los millones de excluidos del mercado formal de trabajo, los millones de expulsados del campo y los que aún resistimos en nuestro territorio, (que) nos fuimos buscando un lugarcito en la periferia social, invent ndonos nuestro propio trabajo, aferr ndonos a los programas sociales, también sudando en pequeñas empresas informales que no garantizan condiciones dignas de labor”<sup>78</sup>.

---

<sup>74</sup> Leer artículo: <https://www.periodicovas.com/marcha-en-repudio-al-asesinato-de-cristian-ferreya/>

<sup>75</sup> Ver más: <https://www.lanacion.com.ar/1831433-el-movimiento-evita-se-acerca-a-scioli-y-se-abre-de-la-campora>

<sup>76</sup> Más información: <http://navarronoticias.com/el-movimiento-evita-navarro-presente-en-la-movilizacion-del-1o-de-mayo/>

<sup>77</sup> Texto completo en: <http://ctepargentina.org/104/>

<sup>78</sup> Texto completo en: <http://ctepargentina.org/nosotros/>

La consigna articuladora inicial de la CTEP fue “somos lo que falta” y “No queremos ser objeto de asistencia, sino trabajadores con derechos” (Muñoz y Villar, 2017: 5).

El secretario general de la Confederación General de Trabajadores de la Economía Popular, Esteban “Gringo” Castro, proviene de la militancia dentro del Movimiento Evita. Si bien esta organización se erige como hegemónica al interior de la CTEP, cabe resaltar que la herramienta gremial está además integrada por los frentes territoriales de otros espacios político-sociales: el ya mencionado MTE -liderado por Juan Grabois-, el Movimiento Nacional Campesino Indígena, Patria Grande, Seamos Libres, La Dignidad, Los Pibes, Organización Libres del Pueblo, entre otros. Enrique Palmeyro, asesor de la CTEP, afirmó en junio del año 2017 que

“la CTEP en rigor no es el Movimiento Evita más el MTE, sino que la CTEP son las ramas, la impulsan organizaciones que tienen a su vez sus trabajadores en las distintas ramas. Porque hoy en el Movimiento Evita hay cooperativas de infraestructura social pero también hay cartoneros, hay trabajadores de la tierra, hay fábricas recuperadas, es como una cosa matricial de organizaciones y ramas (...) no es que su límite son las organizaciones que la componen, el límite son las ramas” (Maldovan, 2017: 15).

Este nuevo espacio de representatividad le permitió al Movimiento Evita tender estrechos lazos político-ideológicos con el Papa Francisco, que comenzaron a tomar relevancia a partir del Encuentro Mundial de Movimientos Populares. Dicha cita tuvo lugar en la sede eclesial del Vaticano en octubre del año 2014 y adoptó el lema “Tierra, Techo y Trabajo” (3T)<sup>79</sup>.

## Traspaso en las sombras

En junio del año 2014 el Movimiento Evita (ME) lanzó la precandidatura presidencial del ex canciller Jorge Taiana, que se sumó a la lista de postulantes oficialistas que aspiraban a suceder a Cristina Fernández de Kirchner con vistas a darle “continuidad al proyecto”<sup>80</sup>. A finales de noviembre de 2014, precisamente cinco meses más tarde, se produjo el desembarco del Movimiento Evita en *Miradas al Sur*. El registro de esta operación estuvo prácticamente ausente de las usinas mediáticas afines y opositoras al gobierno kirchnerista, a pesar de que en otras oportunidades el semanario había

---

<sup>79</sup> Más detalles en: <http://www.telam.com.ar/notas/201410/83288-comunista-papa-francisco.html>

<sup>80</sup> Nota completa: <https://www.lanacion.com.ar/1700581-taiana-se-suma-al-peloton-de-candidatos-del-oficialismo>

sido foco de atención a raíz de presuntas irregularidades en el manejo del Grupo 23<sup>81</sup>. Las partes involucradas prefirieron optar por el silencio y se manejaron con absoluta discreción para ocultar los detalles económicos del traspaso<sup>82</sup>.

El ingreso del Movimiento Evita dentro de *Miradas al Sur* suscitó escasas referencias en los medios de comunicación. La *Agencia Paco Urondo* (APU) fue la encargada de dar la primicia y atribuyó la llegada del Movimiento Evita a la supuesta ambición del dirigente Emilio Pérsico por “disponer de un órgano de prensa masivo, inspirado en la experiencia del peronismo revolucionario de los ‘70” (28/11/2014)<sup>83</sup>. El diario *Clarín* notificó a sus lectores acerca del acontecimiento recién una semana más tarde: además de repetir algunos datos que ya habían sido consignados por APU, el artículo periodístico recurrió a una fuente anónima “cercana al Grupo Veintitrés” para ratificar la veracidad del acuerdo. El autor de la nota, Alejandro Alfie, planteó que uno de los objetivos del Movimiento Evita era el apuntalamiento de la precandidatura presidencial de Jorge Taiana. También vaticinó la continuidad de Eduardo Anguita como director y citó a la única fuente disponible para asegurar que “a medida que puedan hacerlo, (desde la organización) irán incorporando gente propia a la redacción del semanario” (5/12/2014)<sup>84</sup>.

La continuidad de Ultrakem S.A. como empresa administradora de *Miradas al Sur* se transformó en una de las pocas certezas que dejó traslucir el acuerdo. El nombre de la sociedad se mantuvo como tal, pero pasó a figurar como propiedad de tres dirigentes políticos de la Mesa Ejecutiva Nacional del Movimiento Evita: Gerardo Rico, Ernesto Vicente Paillalef y Raúl Francisco Lorenzo. Si bien las condiciones del acuerdo fueron ocultadas en un primer momento tanto por los responsables políticos del Movimiento Evita como por la cúpula empresarial del Grupo 23, el contrato de compraventa de las acciones de Ultrakem S.A. revela algunos detalles sobre el trasfondo de los sucesos. En la segunda sección titulada “Precio y Forma de Pago”, se enuncia que

---

<sup>81</sup> Por deudas en los aportes previsionales a la AFIP, se vieron perjudicados varios trabajadores del semanario y del Grupo 23. Más información en: [https://www.clarin.com/sociedad/grupo-Szpolski-Garfunkel-deuda-aportes-AFIP\\_0\\_HJWv\\_YUswmg.html](https://www.clarin.com/sociedad/grupo-Szpolski-Garfunkel-deuda-aportes-AFIP_0_HJWv_YUswmg.html)

<sup>82</sup> Éstos jamás trascendieron públicamente, pero en el marco de esta investigación se logró acceder al contrato de compraventa de las acciones de Ultrakem S.A.

<sup>83</sup> Leer más: <http://www.agenciapacourondo.com.ar/comunicacion/el-movimiento-evita-entra-en-miradas-al-sur>

<sup>84</sup> Nota completa en: [https://www.clarin.com/politica/spolski-garfunkel-miradas\\_al\\_sur-medios-oficialistas\\_0\\_BJv79v9w7x.html](https://www.clarin.com/politica/spolski-garfunkel-miradas_al_sur-medios-oficialistas_0_BJv79v9w7x.html)

“el precio total de compra de las Acciones es de Pesos DOS MILLONES (\$ 2.000.000), importe éste que la Compradora abonará en VEINTE cuotas iguales y consecutivas de pesos cien mil (\$ 100.000) con vencimiento la primera de ellas el día 1 de diciembre de 2015 y así sucesivamente, los días primero de cada mes, en los meses subsiguientes”.

Según se desprende de la lectura del contrato (foto) que se firmó en la ciudad de Buenos Aires a los 18 días del mes de noviembre de 2014, una parte de las remuneraciones del personal quedarían a cargo del vendedor por un plazo de 36 meses, dado que éste “se compromete a aportar a la sociedad la suma de \$100.000 - pesos cien mil- mensuales, pagaderos del 1 al 10 de cada mes”. Por lo tanto, la organización política habría contado con el aporte monetario de los viejos titulares de Ultrakem S.A. para afrontar mensualmente los salarios de los trabajadores. En relación a los otros compromisos celebrados en el contrato de conformidad, la parte vendedora aceptaba ceder gratuitamente a los compradores del Movimiento Evita hasta 150 minutos de tanda en la señal televisiva *CN23, Radio América y Rock & Pop*, así como también hasta 10 páginas mensuales de espacio publicitario en los diarios *Tiempo Argentino y El Argentino*. Esta serie de condiciones que se acordaron para la difusión de *Miradas al Sur* en los medios del Grupo 23 no fueron cumplidas, tal como estaba estipulado en términos legales.

CONTRATO DE COMPRAVENTA DE ACCIONES

Entre

**ULURU CORP S.A. y**

**GIMENEZ, ALDO**

Como los VENEDORES; y

**GERARDO RICO, ERNESTO VICENTE PAIYALEF y RAÚL**

**FRANCISCO LORENZO**

Como el COMPRADOR

En la Ciudad de Buenos Aires, a los 18 días del mes de noviembre de 2014



Cabe destacar que la letra chica del contrato suscripto por ambas partes difiere en cierta medida de la forma de implementación del acuerdo. Por esta razón, resulta pertinente evitar una interpretación lisa y llana de las principales disposiciones y obligaciones que se enuncian a lo largo del documento oficial. En su carácter de dirigente del Movimiento Evita y accionista de Ultrakem S.A. durante el año 2015, Gerardo Rico plantea que

“antes de cualquier acuerdo monetario, Szpolski y Garfunkel debían ponerse al día con los aportes patronales, las obras sociales e inclusive con los salarios porque existía un atraso en los pagos. A partir del convenio, ellos debían poner en orden todos los papeles desde el punto de vista legal y laboral, mientras que nosotros nos hacíamos cargo de los salarios”<sup>85</sup>.

Este testimonio pone en duda la veracidad de los preceptos que aparecen en el contrato de conformidad, tales como el desembolso de dos millones de pesos como precio de venta de las acciones de Ultrakem S.A. y la supuesta participación del Grupo 23 en el pago de un porcentaje de los salarios correspondientes al año 2015. Frente a estas contradicciones, aparece una coincidencia entre los referentes periodísticos a lo largo de la historia de *Miradas al Sur* que esclarece la cuestión: éstos descartan que haya habido una transacción monetaria para dejar el semanario bajo el mando del Movimiento Evita. Daniel Cecchini opina sobre este tema:

“La venta al Evita no es una venta, es un pase de manos nomás. Ellos querían el medio, pero dicen que no tenían plata. Entonces se hicieron cargo de ese paquete sin un mango en juego. Y ese paquete es todos los salarios, más un montón de deudas que les dejó Szpolski”.

Por su parte, Eduardo Anguita señala que “yo nunca creí que lo comprara el Evita: hubo prestanombres ahí y una cantidad de cosas que tienen que ver con la política y los empresarios, pero que a mí no me interesa investigarlas”.

A comienzos del año 2015, Carlos Alberto Villalba fue designado por el Movimiento Evita como director general de *Miradas al Sur*. En relación a las condiciones de compra del semanario, su visión no difiere en demasía con el veredicto emitido por Cecchini y Anguita:

---

<sup>85</sup> Entrevista a Gerardo Rico. Julio de 2018.

“No lo sé y básicamente no me interesa. Yo sabía que la empresa iba a estar en manos de gente en la que confío. Evidentemente ahí no hubo -esto es una especulación mía- inversión accionaria del Evita, sino un pase en el cual la organización accede a un medio de comunicación supuestamente amplio y de llegada más allá de su propia gente. Y por otro lado, Szpolski se saca de encima mucho personal con sueldos muy altos para lo que es la media laboral periodística de la Argentina”<sup>86</sup>.

Aram Aharonian compartió la dirección general del semanario junto a Villalba a lo largo de aquellos trece meses de gestión del Movimiento Evita. El periodista también niega conocer los detalles económicos del traspaso: “No tengo la menor idea cuánto se desembolsó, son cosas que siempre he evitado saber”.

El traspaso de Ultrakem S.A. contó con la entusiasta aprobación de uno de los propietarios del Grupo 23, Sergio Szpolski. Casi en simultáneo, el empresario formalizó la venta de la revista Veintitrés al Grupo Olmos<sup>87</sup>. Al momento de la firma del contrato de compraventa de *Miradas al Sur* en noviembre del 2014, restaban apenas siete meses para que el empresario de medios formalizara su candidatura a la intendencia de Tigre por el Frente para la Victoria (FpV). En ese marco, uno de los factores que aceleró el traspaso fue el aceitado vínculo que Szpolski venía desarrollando con los principales dirigentes del Movimiento Evita, entre otras organizaciones ligadas al oficialismo de aquel entonces. La máxima autoridad del Grupo 23 enmarca la operación en una aparente sintonía entre los lineamientos político-ideológicos del ME y los contenidos periodísticos del semanario, pero elude referirse a las razones más profundas y específicas de la venta de *Miradas al Sur*.

“yo tenía vínculos con todos los actores políticos oficialistas y de oposición. En distintas charlas se fue dando. No recuerdo específicamente cómo fue, pero la verdad es que *Miradas al Sur* fue un medio que siempre representó muy bien la cuestión de formar las 3T (Tierra, Techo y Trabajo), algo sobre lo que hace eje el Movimiento Evita. En su momento pareció una decisión oportuna. No hay una explicación más allá de eso”<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> Entrevista a Carlos Villalba. Diciembre de 2017.

<sup>87</sup> <http://fortunaweb.com.ar/2014-11-07-151703-fin-de-ciclo-sergio-szpolski-vendio-la-revista-veintitres-al-grupo-olmos/>

<sup>88</sup> Entrevista a Sergio Szpolski. Abril de 2018.

## Entre la tradición, la urgencia y las ambigüedades

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) empujó a decenas de organizaciones sociales y políticas a redoblar esfuerzos en la militancia por una comunicación popular y democrática. El Movimiento Evita concibió a la ley de medios como

“la posibilidad de redistribuir la palabra, de que exista una verdadera pluralidad de voces en los medios de comunicación masivos, de que las mayorías populares, los trabajadores, los humildes y sus organizaciones puedan acceder a emitir, a enunciar, a producir contenidos, a ser titulares de licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual”<sup>89</sup>.

Al igual que en el conflicto por la Resolución 125/2008, el Movimiento Evita se plegó a la iniciativa oficial y participó activamente en la serie de movilizaciones populares que se realizaron por el 7D (7 de diciembre de 2012)<sup>90</sup>, fecha límite fijada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación para la adecuación de todos los grupos mediáticos a las pautas establecidas por la LSCA. En las vísperas de aquella jornada, el Movimiento Evita organizó el primer Encuentro Nacional “Comunicación Popular para vencer a los Monopolios”, que tenía como objetivo promover el debate acerca de los desafíos en el terreno de la comunicación para el campo nacional y popular<sup>91</sup>. De acuerdo con Carlos Sozzani, secretario de Prensa y Comunicación del ME, la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual implicaba un “profundo cambio cultural”, dado que “han instalado que los sectores populares no tienen capacidad de producir contenidos, no tienen capacidad de organizar su propia voz, no tienen capacidad de ocupar los espacios que se abren”<sup>92</sup>. Dentro de la puja política abierta en el tramo final del tercer período de gobierno kirchnerista, la gestión de medios propios fue vista como una posibilidad cierta que otorgó la nueva legislación y como una vía necesaria para lograr “el empoderamiento de nuestro pueblo”<sup>93</sup> y la organización de los sectores populares. En referencia a los cambios

---

<sup>89</sup> Texto disponible en: <https://movimiento-evita.org.ar/2012/10/03/primer-encuentro-nacional-%E2%80%9Ccomunicacion-popular-para-vencer-a-los-monopolios%E2%80%9D/>

<sup>90</sup> Más información en: <https://www.cronista.com/economiapolitica/Desde-el-kirchnerismo-anuncian-una-marcha-federal-por-el-7D-20121021-0019.html>

<sup>91</sup> *Ibíd.* 88

<sup>92</sup> Testimonio en: <https://movimiento-evita.org.ar/2012/12/05/exposicion-de-los-companeros-del-movimiento-evita-en-el-encuentro-de-comunicacion-audiovisual/>

<sup>93</sup> *Ibíd.* 91

superestructurales que acaecieron durante aquella etapa, el secretario general del Movimiento Evita, Emilio Pérsico, escribió en noviembre del año 2013:

“hay un avance de conciencia que Cristina (Fernández de Kirchner) le llama batalla cultural. En realidad lo que dio es una lucha político-ideológica por volver otra vez a una conciencia nacional, popular, transformadora, revolucionaria”<sup>94</sup>.

Uno de los aspectos más novedosos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual consistió en la reserva del 33% de todo el espectro radioeléctrico para el sector privado no comercial (Marino, Mastrini y Becerra, 2010: 17), con lo cual las organizaciones sociales y políticas de cualquier tipo quedaron habilitadas para desarrollar medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares en forma legal. Si bien los dictámenes de la LSCA rigieron únicamente para la regulación de los servicios de radio y televisión, la norma aprobada por el Congreso Nacional en octubre de 2009 favoreció un clima de época en el que se comprendió la importancia de multiplicar las voces, los discursos y las imágenes para que los sectores populares participen también de la arena mediática, puesto que la lucha política estaba encarnada también en el escenario de los medios de comunicación (Pauli, 2012: 16). Asimismo, la inclusión en la agenda cotidiana de debate público del concepto de libertad de expresión y de las políticas de comunicación -más allá de los circuitos académicos- fomentó la participación de la ciudadanía en este tema (Becerra y Mastrini, 2011: 10).

Sin lugar a dudas, la necesidad de ser parte de esta disputa en el plano mediático se erigió en el principal motivo de la llegada del Movimiento Evita a *Miradas al Sur*. Fernando “Chino” Navarro se desempeñó como presidente del bloque Frente para la Victoria en la Cámara de Diputados de la provincia de Buenos Aires entre los años 2013 y 2015. El referente público del Movimiento Evita -el segundo en importancia detrás de Emilio Pérsico- atribuye la adquisición del semanario al acontecer de una coyuntura político-económica que avizoraba dificultades para la continuidad de un gobierno kirchnerista con posterioridad a las elecciones presidenciales de 2015:

“(…) era necesario promover un debate respecto de los límites del modelo, dado que se veían dificultades para resolver algunos problemas estructurales como la pobreza, el manejo del dólar, la

---

<sup>94</sup> [http://movimiento-evita.org.ar/revistas/revista\\_2013/revista1/](http://movimiento-evita.org.ar/revistas/revista_2013/revista1/) Revista Evita. Noviembre de 2013. Pág.5. Nota de Emilio Pérsico: “Acumular poder popular para lo que viene”.

inseguridad y la inflación. Si bien reivindicábamos el período 2003-2015, creíamos que había cuestiones por corregir y debatir de cara a la elección”<sup>95</sup>.

En base a este diagnóstico, la opción de *Miradas al Sur* se interpretó como la adecuada para resolver algunas limitaciones propias del espacio político gobernante en que estaba inmerso el Movimiento Evita. Según Navarro, los referentes de la organización coincidieron en la necesidad de

“tener un medio con buena acogida, formal y reconocido no sólo en los sectores de la militancia sino también en los sectores periféricos que les interesaba la política, dado que nos permitiría trazar debates e ideas. Nosotros leíamos *Miradas al Sur* y nos parecía interesante. Tenía notas bien elaboradas, con mucha información y análisis. En ese momento queríamos proponer una mirada más crítica del proceso político que transitábamos. Pensamos que era un instrumento apto para esa tarea porque nos ayudaría a que otros medios tomaran esos temas”.

Antes de convertirse en director general de *Miradas al Sur*, Carlos Villalba llegó a ocupar el cargo de Vicepresidente I y coordinador general de la Comisión Cascos Blancos del Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto de la Nación<sup>96</sup>. El militante del Movimiento Evita nombra a Emilio Pérsico como la figura que lo convocó para dirigir el semanario:

“Emilio es amigo mío, nos conocemos hace muchos años y a él siempre le había interesado tener un medio así. Cuando se concretó la incorporación de determinados compañeros del Evita a la empresa que manejaba el medio en la época de Szpolski, yo estaba trabajando con otra gente en el relanzamiento de la revista partidaria. Ahí me avisan que la ‘orga’ tenía la potestad de nombrar a las nuevas autoridades de la redacción y me ofrecen ser director. Era algo natural para mí: yo soy periodista desde los 17 años y si el Evita tiene un medio y me dice de trabajar ahí, lo hago sin lugar a dudas”.

---

<sup>95</sup> Entrevista a Fernando “Chino” Navarro. Marzo de 2018.

<sup>96</sup> La Comisión Cascos Blancos constituye un mecanismo que pone a disposición de la comunidad internacional un cuerpo de voluntarios capacitado e identificado previamente en apoyo de las actividades de socorro inmediato, rehabilitación, reconstrucción y desarrollo.

Desde una mirada que escapa a la inmediatez de la coyuntura, Villalba enmarca la adquisición del semanario dominical en una tradición política que sería inherente al peronismo de izquierda:

“Montoneros invirtió muchos más recursos en comunicación que en armas. Nosotros siempre quisimos tener medios y no nos equivocamos en eso porque los medios -cuando son masivos, no estoy hablando de los nuestros- son determinantes en la toma de decisiones de las personas”.

Dado que el Movimiento Evita ya contaba con sus propios instrumentos de comunicación partidarios, el experimentado militante asume que

“en este caso se trató de tener un medio mucho más amplio y no partidario con llegada a los sectores sociales y políticos que se buscaba interpelar. Esto con una amplitud tal que no necesariamente el criterio expuesto en el medio tenía que ser el criterio decidido por la organización. Es un tema interesante, no todas las fuerzas políticas tienen esa visión”.

Al igual que tres décadas antes en el diario *La Voz*, editado por Montoneros entre 1982 y 1985, los avatares de la vida hicieron coincidir nuevamente la trayectoria periodística de Carlos Villalba y Aram Aharonian. Este último fue uno de los ideólogos de la fundación de la cadena televisiva Telesur durante su larga estadía en Venezuela, donde residió 26 años de su vida. Aharonian no era militante del Movimiento Evita -a diferencia de Villalba-, pero pidió como requisito “la dirección” para involucrarse en la iniciativa orgánica:

“El proyecto nuevo era cambiarle el perfil y hacerlo más apetecible para gente de otros estratos sociales y culturales, con la idea de transformarlo en una forma de llegada a una mayor cantidad de sectores. Para ello queríamos acercar el semanario a la coyuntura, hacerlo más político, ampliar el público y buscar un lenguaje más nacional y popular, es decir, que fuera menos elitista”<sup>97</sup>.

---

<sup>97</sup> Entrevista a Aram Aharonian. Noviembre de 2017.

Si bien *Miradas al Sur* fue concebido a lo largo de su historia como un medio de nicho<sup>98</sup>, la llegada del Movimiento Evita planteó el enfrentamiento entre dos visiones antagónicas en torno al rol del semanario: una concepción “elitista” frente a otra “popular de masas”. En ese sentido, Daniel Cecchini asegura que *Miradas al Sur* “no era un medio masivo y nunca buscó serlo. Estaba situado del lado del campo popular y respetaba el oficio”. Eduardo Anguita agrega que

“*Miradas al Sur* estaba destinado a un amplio público que en Argentina nunca se pudo sentir representado desde el año 1983 en adelante, con una propuesta que apuntara a una izquierda cultural, genérica y no necesariamente partidaria. En síntesis, un público de nicho de una izquierda cultural”.

Esta discusión sobre los lineamientos del semanario estuvo presente entre los principales intérpretes de la última etapa, pero lo llamativo es que jamás se logró arribar a una posición unificada. Villalba señala que

“un medio amplio tiene que ir a buscar sus audiencias y éstas tienen que ser lo más masivas posibles. El techo de ventas en la Argentina de hoy está muy bajo, pero nosotros pensábamos que podríamos haber tenido un techo de 40-45 mil ejemplares reales vendidos y otros tantos distribuidos”.

Por su parte, Aram Aharonian indica:

“Se quería avanzar hacia un medio de masas, lo cual no quiere decir que se volviera un medio de masas. En verdad no había estructura para lograr eso. Se buscaba llegar a otros sectores a los que no se estaba llegando. Se podía ir viendo cómo ese puntal que era *Miradas* podía desdoblarse en una cantidad de cosas: en una buena página web con audios y videos, en una mini agencia de noticias, en suplementos hechos revistas, etc., llegando así fragmentariamente a distintos sectores de la sociedad”.

A pesar de la simpatía de muchos de sus compañeros de militancia por las experiencias de prensa revolucionaria de la década del '70 del siglo pasado, Fernando

---

<sup>98</sup> Este nicho apunta a un segmento específico de mercado en el que los consumidores poseen características y necesidades homogéneas.

“Chino” Navarro afirma por el contrario que “obviamente (*Miradas al Sur*) no iba a ser un instrumento de masas, sino con llegada más selectiva. Se pensaba en algo más humilde, dando un aporte también desde las redes sociales”.

## Capítulo IV: La impronta político-mediática de Miradas al Sur en un año electoral (2015)

### Transición conflictiva en un verano agitado

La llegada del Movimiento Evita a *Miradas al Sur* hacia finales de noviembre de 2014 dio lugar a una transición por la cual el semanario se adaptaría en forma progresiva a los lineamientos de la nueva etapa. Dado que la salida del medio debía continuarse, se creyó conveniente que los cambios estéticos y de contenido periodístico más profundos se efectuaran en un tiempo prudencial. Este período de acomodamiento para relanzar un producto renovado se llevó a cabo en forma parcial y duró aproximadamente tres meses, más de lo que habían estipulado en un principio los flamantes referentes periodísticos del semanario. Curiosamente la nueva cadena de mando encabezada por Carlos Villalba y Aram Aharonian, que comenzó a trabajar a partir de diciembre de ese año, no se propuso barrer -al menos en lo inmediato- con quienes se mantenían a nivel formal en los puestos de director editorial y director periodístico: Eduardo Anguita y Daniel Cecchini, respectivamente. Villalba explica los motivos de esta decisión inaugural:

“Nosotros entramos con mucha fraternidad y la decisión compartida incluso por la conducción empresarial era continuar con la misma dirección. Esto por distintos motivos: teníamos un respeto profesional por Anguita y su producto no salía conceptualmente mucho de nuestra agenda. La idea era encarar una transición, lo cual implicaba compartir las decisiones”.

El desembarco de la organización política en el semanario generó una cuota de sorpresa entre los integrantes de los diferentes escalafones de la redacción y, en un primer momento, hubo coincidencia en caracterizar esta señal como positiva de cara al futuro. El columnista del Panorama Económico de la sección “Argentina”, Julián Blejmar, revela que

“nosotros sentíamos un abandono a nivel empresarial y periodístico. Con esas bases tan débiles, uno pensaba que esto en cualquier momento se podía terminar. De hecho, con el atraso en los pagos y demás, todo el tiempo circulaba el rumor del cierre de *Miradas al Sur*. Por eso, cuando llega el Movimiento Evita fue un respiro.

Pensamos que si lo agarra alguien, significa un empujón y un espaldarazo de que esto va a seguir”.

La redactora Graciela Pérez asegura, en cambio, que el problema del atraso en los pagos salariales ya estaba resuelto a esa altura y que el desembarco del Movimiento Evita no alteró dicha situación: “Ellos continuaron con la modalidad de pagar en tiempo y forma. Además continuaron con el mismo plantel de periodistas que había quedado de aquel entonces”. De acuerdo con Blejmar,

“El inicio fue muy bueno, nos mudamos a una linda redacción. Llegaron los nuevos directores: Aharonian con un sesgo más periodístico y Villalba que no venía del palo periodístico, eso se notaba. Lo veía más como político. La redacción se resistía a los cambios”.

Una primera sensación de esperanza invadió incluso el ánimo de los miembros del comité editorial de ese entonces. Daniel Cecchini confirma que “como nos venían asfixiando, dijimos ‘vamos a tener que pelear línea seguro’, pero le van a inyectar dinero porque les interesa. Si lo compran, es porque les interesa”.

Entre diciembre de 2014 y febrero de 2015, *Miradas al Sur* no experimentó transformaciones sustanciales en su estructura. Un recorrido superficial por las páginas del semanario de aquellos días permite sustentar esta afirmación. A lo largo del mes de diciembre siguieron vigentes los avisos publicitarios que habitualmente formaban parte del paquete comercial correspondiente al Grupo 23 y, al mismo tiempo, se difundió una campaña institucional ligada a la labor solidaria de una emisora de radio perteneciente a dicha corporación mediática, en coordinación con una conocida empresa de pintura (“Radio América y Tersuave te ayudan a pintar tu escuela”). En segundo lugar, el debut periodístico de Carlos Villalba y Aram Aharonian en el semanario se hizo efectivo en la edición impresa del domingo 14 de diciembre, pero perdió trascendencia al ubicarse en el marco de un informe especial titulado “Narco-Estados, neoliberalismo y política, una realidad insoslayable en América Latina”. Si bien éste ocupó un considerable espacio de nueve páginas, se inscribió por fuera de la sección “Argentina” y de la nota principal de tapa. Asimismo, la continuidad del histórico sello que mostraba a Eduardo Anguita como director -presente inclusive hasta la publicación del 4 de enero de 2015 en la parte superior de la tapa a la altura del logotipo principal de *Miradas al Sur*- impidió visualizar con anticipación la magnitud de los cambios que se avecinaban.

En cuanto a la agenda periodística, cabe destacar que se mantuvo con pocas alteraciones durante el primer mes de la mentada transición. La principal novedad consistió en la ostentosa cobertura de ocho páginas que se le brindó al encuentro entre el Papa Francisco y los movimientos sociales de diferentes partes del mundo en la sede del Vaticano<sup>99</sup>. Allí se destacó la reproducción de la totalidad del discurso del pontífice argentino y la presentación de una entrevista exclusiva al secretario general de CTEP y referente del Movimiento Evita, Esteban “Gringo” Castro. De esta forma se comenzaron a vislumbrar algunos cambios en el nivel de la agenda atributiva de *Miradas al Sur*, entendida ésta como “las cualidades o atributos con que habitualmente un medio caracteriza los temas, personajes o tipos de acontecimientos” (Martini, 2000: 87). En este caso la elevación de las cualidades de un acontecimiento que tuvo a la CTEP como protagonista se explica fundamentalmente por su adecuación a los intereses del Movimiento Evita y a la búsqueda de transferir la prominencia de un hecho noticiable de alcance internacional a la agenda pública. Tal como afirma Natalia Aruguete, “el establecimiento de la agenda se define como la capacidad de los medios de trasladar al público la importancia de ciertos temas, a partir de la jerarquía informativa que se les otorga” (2009: 14). Esta inversión en las jerarquías informativas se materializó por completo recién durante los primeros meses del año 2015.

A pesar del carácter paulatino de dicha transición, el conflicto se convirtió rápidamente en protagonista a partir de la aparición de rispideces entre la nueva dirección y la vieja guardia que había conducido las riendas del periódico durante casi siete años. Eduardo Anguita plantea que “ellos en un principio dijeron que querían que Daniel (Cecchini) continuara en la dirección periodística y yo en la editorial. Ahí les dije: ‘miren muchachos, no existe un medio con 48 páginas y 4 directores, me parece mucho’”. Cecchini agrega que

“Villalba entra como el que va a dirigir los contenidos periodísticos del diario. Con Eduardo (Anguita) tienen un enfrentamiento de entrada, porque la primera idea era armar un comité editorial integrado por Anguita, Aharonian y Villalba, quedando yo como el ejecutor de esa línea. Muy rápidamente Eduardo se niega a eso”.

Esta serie de diferencias en la confección de los nuevos criterios organizativos se vieron agravadas por el problema estructural de las condiciones de trabajo en que se desarrollaba el proyecto. Según Aram Aharonian,

---

<sup>99</sup> Edición del domingo 21 de diciembre de 2014.

“durante los tres primeros meses hubo una etapa de transición que no existió. Se trabajaba en las mismas oficinas donde funcionaba Tiempo Argentino, en un horario restringido hasta la 1 del mediodía porque había que dejarle el turno a los que venían después. No teníamos máquinas propias, había falta de tiempo para planificar y, además, existía una dirección híbrida en la que Anguita seguía mandando, era muy difícil conciliar con él”.

Carlos Villalba reconoce las limitaciones con que se toparon a partir de la llegada del Movimiento Evita: “El medio estaba absolutamente definido, establecido, con su línea editorial y de mando. Nos costó mucho hacernos un espacio de decisión compartida”.

Finalmente el conflicto terminó de estallar en una de las primeras reuniones de comité editorial bajo la nueva gestión. Allí diferentes versiones confirman que hubo gritos y hasta insultos entre los participantes. “Villalba me levantó el tono y yo le dije que no le estaba gritando al director, sino a una persona de carne y hueso. Se pasó de la línea, un maleducado”, rememora Eduardo Anguita. Por su lado, Carlos Villalba sostiene que

“nunca tuve la idea de imponer nada, la idea era transitar. Costó mucho, hasta que un día dijimos: ‘hoy sale esta tapa’. A partir de allí se fue haciendo un realineamiento de la conducción de la revista hasta que Eduardo (Anguita) planteó de alguna manera correrse, vamos a decirlo así. Entonces nosotros le pedimos que su firma se quedara porque queríamos ampliar, no romper. Él era un referente para ese espacio que consumía la revista. La transición fue mucho más compleja de lo que pensábamos”.

Al momento de indagar sobre las posibles causas de estos obstáculos, los dos integrantes de la dirección general coinciden en el diagnóstico acerca de las dificultades para llevar adelante la redacción -en términos cualitativos y cuantitativos- durante los tres primeros meses de su llegada. Aram Aharonian opina que “estábamos en una redacción hipertrofiada donde había 7 jefes y creo que igual cantidad de ‘indios’. Había mucho cacique y poco indio, con salarios estrafalarios para una revista, lo que ya de por sí hacía muy difícil su sostenimiento financiero”. Su compañero Carlos Villalba concuerda en que “si vos miras el staff, vas a ver que todo el staff tiene cargos. Entonces te encontrás con una redacción en la que todos tienen un cargo, por lo que había mucho jefe y ningún o pocos ‘indios’. Así se hace muy complicado trabajar”.

Los cambios internos en la superestructura del semanario comenzaron a hacerse patentes a comienzos de enero a partir de un mayor protagonismo de Villalba y Aharonian, aunque recién se formalizaron hacia fuera en la edición impresa del domingo 26 de abril de 2015. Desde aquel número el habitual recuadro del staff, situado en la zona inferior de la contratapa, empezó a consignar la figura de la dirección general (Carlos Villalba y Aram Aharonian) y del panorama semanal a cargo de Eduardo Anguita. Asimismo, se mostraba la continuidad de Daniel Cecchini al frente de la dirección periodística y de Miguel Russo como jefe de redacción. Cecchini confiesa que

“ellos hablan conmigo y me dicen en modo amable: ‘¿qué te parece Daniel si nosotros asumimos la dirección y vos volvés a ser jefe de redacción? Por supuesto te conservamos el salario’. Una cuestión de caballero, porque no se puede hacer eso. Yo acepto, siempre y cuando Miguel Russo siga siendo jefe de redacción. Llegamos a ese acuerdo de palabra, que no está plasmado en el staff del diario”.

## **El “nuevo” Miradas al Sur. Rupturas y continuidades**

Durante el agitado verano del año 2015, Carlos Villalba encomendó a un equipo de diseñadores gráficos la realización de una campaña propagandística para anunciar en forma masiva el comienzo de otra etapa para el medio. Para ello se empleó el slogan “Se viene otra miradas”, que se acompañó del mapa invertido de Sudamérica creado por Joaquín Torres-García y popularizado por Eduardo Galeano. El plan comunicacional buscaba generar un impacto no sólo en la comunidad de lectores habituales del semanario, sino también en “otros estratos sociales y culturales a los que no se estaba llegando”<sup>100</sup>. A pesar de que estaba lista para iniciar su difusión, la campaña de afiches (foto) jamás se envió a la imprenta y, en consecuencia, el Movimiento Evita afrontó los trece meses de gestión en *Miradas al Sur* sin efectuar un correspondiente relanzamiento formal del producto a través de publicidad en la vía pública y en otros medios de comunicación.

---

<sup>100</sup> Testimonio de Aram Aharonian.



El semanario inició su nuevo camino con modificaciones en el diseño, el logotipo y la forma de organización en los contenidos. Tal como se consignó en el anterior apartado, la renovación fue ejecutada en forma progresiva. Una de las primeras preocupaciones de la flamante dirección general se orientó en torno a la pretensión de lograr un formato gráfico más amigable, popular y moderno. Carlos Villalba resalta que

“parecía un diario coreano: las letras salían de caja, eran muy chiquitas y en cantidades. Se escribían notas excesivamente largas y había páginas no compensadas ni con ilustraciones ni con imágenes. Desde el primer día empezamos a trabajar en eso”.

Estos cambios implicaban una menor proporción de espacio físico para la escritura y, en caso de que hiciera falta, la segmentación de artículos extensos en dos o tres subnotas. Villalba destaca el aumento del porcentaje de ilustración y del tamaño de la tipografía como parte de las correcciones iniciales:

“No quiero decir un número porque no lo medimos, pero estoy seguro que más que duplicamos la ilustración de la revista<sup>101</sup>, lo cual le quita espacio a los escritores. Y era nuestro objetivo: no por los escritores, sino porque vos no podés leer una nota de veinte mil caracteres”.

La dupla Villalba-Aharonian también cuestionó el estilo de las tapas. Cabe resaltar que, antes de la llegada del Movimiento Evita, el diseño de las tapas ya había

<sup>101</sup> A pesar de que el formato tabloide de *Miradas al Sur* se mantuvo intacto, el significante “revista” fue utilizado en forma recurrente por los miembros de la nueva dirección general para referirse al semanario.

atravesado un proceso de renovación: a partir de abril del año 2014 la fotografía o la imagen con destellos de edición digital empezó a ocupar alrededor de tres cuartos de la página, dejando atrás el antiguo formato de tapa en que el texto ocupaba similar espacio o hasta incluso predominaba por sobre la imagen. La diagramación implementada durante aquel año continuó otorgando un peso relativo importante a la descripción escrita en la tapa, aunque este impacto resultó mucho menor al estadio previo. Carlos Villalba opina que “algunas tapas me parecían muy buenas, mientras que a otras no les veía el estilo exacto en cuanto a ser asequibles para la gente, lo que vulgarmente se llama ‘popular’”. Los cambios introducidos durante el año 2015 no fueron bruscos en este aspecto, pero apuntaron a jerarquizar aún más el peso de la imagen y a facilitar la lectura interpretativa desde una óptica visual y estética. El referente periodístico del Movimiento Evita en *Miradas al Sur* señala que

“les dimos a las tapas una estética totalmente distinta en términos generales, con mucha ilustración, mucho trabajo del editor gráfico. Creo que hicimos tapas bastante atractivas, no solamente por el título. Me parece que las tapas anteriores convocaban más por la letra de la temática, mientras que nuestras tapas llamaban más la atención por la imagen de la temática”<sup>102</sup>.

La utilización recurrente del fotomontaje en varias tapas del año 2015 obligó a una mayor reciprocidad e intercambio entre las tres integrantes del área de diagramación (Luciana Etcheverry, María Eugenia Molina Gallardo y Camila Murphy), el editor fotográfico (Nicolás Anguita) y el responsable de retoque fotográfico (Martín Katz). La jefa de Arte del *Miradas al Sur*, Silvina Sosa, coincide con las apreciaciones del director Carlos Villalba:

“Desde el punto de vista estético, visual y de diagramación, se pedía que el cambio fuera profundo y que se notara. Se buscaba darle mucha importancia a la tapa y a la foto principal. El tema de la imagen cobró fuerza porque había necesidad de un cambio visual. Una imagen fuerte, muy poco texto y sólo una o dos notas secundarias arriba”.

El criterio de selección para la nota de tapa mostró varias facetas durante este período: incluyó desde entrevistas y cobertura de acontecimientos políticos, hasta informes de investigación e incluso artículos de opinión. La portada del domingo 16 de

---

<sup>102</sup> Ver Anexo.

agosto de 2015 delata la presencia de esta última modalidad porque, si bien expuso una foto de las inundaciones en la provincia de Buenos Aires, la única referencia sobre el tema al interior del semanario es una nota de opinión en la página 3 donde se cuestiona el rol de la “oposición y los medios hegemónicos para tapar la victoria de Daniel Scioli”<sup>103</sup> en las elecciones primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO) de Argentina. Daniel Cecchini cuestiona este mecanismo que se repitió en más de una circunstancia: “Nunca se sostiene un medio poniendo una nota de opinión en tapa. El público busca información”.

A tono con la búsqueda de otorgar una mayor visibilidad a ciertos detalles estéticos ya existentes, el logo de *Miradas al Sur* experimentó un cambio de escala que se presentó a partir de la tapa impresa del domingo 1 de febrero del 2015. Carlos Villalba cuenta que “a Emilio Pérsico le encantaba el nombre: no Miradas, sino Sur. Nuestra idea era dar vuelta el nombre, es decir, dejar el Miradas pero que se llamara Sur”. De hecho, el tamaño de la palabra “Sur” se incrementó con el objetivo de brindarle un mayor reconocimiento a la distancia. Los afiches propagandísticos que buscaban relanzar el semanario de cara a la opinión pública -y que finalmente no se llegaron a imprimir- proponían este doble juego: si bien el término “Sur” era remarcado en su carácter de parte esencial del logo, el lema “Se viene otra miradas” actuaba como complemento destacado. De esta forma, ambos cumplían su propia función sin colisionar entre sí.

Durante esta última etapa el semanario conservó su formato tabloide habitual con un total de 48 páginas a todo color. Las secciones mantuvieron la misma denominación que en el período anterior, pero se redefinieron en base a otro ordenamiento y a una forma de presentación novedosa. Es decir, continuaron vigentes las secciones Argentina, Sociedad, América Latina, Mundo y Cultura, con la diferencia de que la segunda (Sociedad) adquirió mayor preponderancia al quedar ubicada en las primeras páginas con posterioridad a los temas del apartado Argentina. Previamente, Sociedad estaba situada a continuación de la sección Mundo. Carlos Villalba explica que

“No se cambiaron tanto las cosas que iban dentro de la sección, sino por dónde iban. Empezamos a usar algo que llamamos bolsones para poder meter más información. Cada sección tenía una página par, que era una especie de bolsón informativo. Ahí el responsable de la sección podía meter opinión propia y agregar cosas que por ahí en otro lado no podía hacerlo. Después ya

---

<sup>103</sup> Disponible en: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_378](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_378)

venían las páginas que manejábamos directamente nosotros dentro de la sección Argentina”.

Esta página par que operaba a modo de presentación de cada sección -identificada por un color propio- estaba compuesta por una breve columna de opinión a cargo de los editores y cuatro o cinco gacetillas sobre temas de actualidad vinculados al área. A contramano de sus predecesores, los nuevos directores tuvieron vía libre para incrementar la cantidad de páginas correspondientes a la sección Argentina con la previsible consecuencia de asignar una menor relevancia a los contenidos relacionados con América Latina. Villalba afirma que “potenciamos muchísimo lo que era Argentina con la gente que ya estaba en el staff y que escribía supuestamente para otra sección”. Yendo atrás en el tiempo, Eduardo Anguita reconoce que entre los años 2012 y 2014 se suscitaron presiones referidas a que “dejáramos de ocuparnos de política nacional e hiciéramos un medio latinoamericano”, pero al mismo tiempo considera que por entonces

“la sección América Latina le pasaba el trapo [sic] a Pedro Brieger. Por la sencilla razón de que él estaba articulado con la idea de hacer una Latinoamérica donde se parecieran Brasil, Venezuela y Argentina. En cambio, nosotros teníamos periodistas que escribían sobre aquellos temas sin necesidad de forzar la máquina. Tuvimos notas de lo más variadas e íbamos de temas históricos a estructurales. Todo eso el Movimiento Evita lo sacó”.

En cuanto a la contratapa, la principal modificación consistió en el hecho de no dar continuidad al recuadro “posdata”, donde se solían tomar hechos más o menos relevantes del pasado para narrarlos en forma colorida, descriptiva y detallada. Más allá de este pormenor, la funcionalidad de la contratapa no se alteró en demasía y, al igual que en la etapa previa, se alternó en forma compartida: por allí escribieron desde directores y editores hasta colaboradores externos. Asimismo, dentro de la contratapa predominó la escritura de crónicas vinculadas con la temática de la nota de tapa y otras referidas a efemérides históricas, cuyo tratamiento no necesariamente había estado presente en alguna de las secciones del número periodístico. Carlos Villalba vincula la particular importancia atribuida a la contratapa con su paso por el diario *La Voz* a comienzos de la década de 1980:

“Yo particularmente escribía bastante para la contratapa porque, según lo que hagas, me parece la nota más importante. Recuerdo que la nota más importante en *La Voz* se hallaba en la contratapa y estaba titulada como El Negro de Pompeya. Era la más leída”.

El componente periodístico de autoría propia más relevante que aportó el Movimiento Evita al frente de *Miradas al Sur* resultó ser la incorporación de cinco suplementos referidos a temas económicos, agropecuarios, culturales, juveniles y de política internacional. Salvo alguna excepción, éstos fueron editándose en forma separada con una alternancia establecida de 1 (un) suplemento por semana. El primero en hacer su aparición pública fue el suplemento CampoSur en la edición del domingo 18 de enero de 2015<sup>104</sup>, que sirvió como prueba piloto de una modalidad que recién se implementaría sin interrupciones a partir de marzo. En su primer número, CampoSur se ocupó de analizar la ley de agricultura familiar y presentó una entrevista con el ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Carlos Casamiquela. Por ese entonces -y hasta prácticamente el final de la existencia del semanario-, Emilio Pérsico se desempeñaba como secretario de Agricultura Familiar, área correspondiente a dicho ministerio.

Más adelante aparecieron los suplementos EconoSur, Patria Grande, La Batalla Cultural y Guay. El suplemento EconoSur, que tenía una injerencia doble en su armado a partir de la coordinación periodística entre el director Carlos Villalba y los integrantes de la Mesa de Economía del Movimiento Evita, enfatizó el tema de la economía popular y abordó el problema de la distribución desigual del ingreso, la concentración empresarial y los desafíos de la independencia económica. Patria Grande fue editado íntegramente por Aram Aharonian y contó con la participación de algunos destacados columnistas, como es el caso del periodista uruguayo Raúl Zibechi. A lo largo de las diferentes ediciones de dicho suplemento se puede observar una marcada tendencia a plantear el problema del neocolonialismo, el fenómeno de la restauración conservadora, los límites de los gobiernos progresistas y de izquierda y, por último, el rol de los movimientos sociales en los procesos de emancipación de América Latina.

La Batalla Cultural, que tenía como responsable periodístico al jefe de redacción Miguel Russo, se convirtió rápidamente en un dinamizador de ciertos debates relacionados con la disputa en el plano de las ideas: el vínculo entre intelectuales y el

---

<sup>104</sup> Edición disponible en: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_348](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_348)

poder político, los interrogantes por el sujeto histórico de la transformación social y el planteo de las problemáticas actuales del país y la región, entre otros temas que se nutrieron del enfoque común y contrapuesto de diversos pensadores argentinos y latinoamericanos. Por último, Guay se destacó por hacer una reivindicación profunda de la cumbia villera como “parte de la cultura juvenil nacional y latinoamericana”<sup>105</sup> y también apuntó a representar los intereses de la nueva juventud politizada desde una lógica diferente a la del suplemento Ni A Palos -antes en *Miradas al Sur* y luego en *Tiempo Argentino*-, dado que en sus páginas se evitó el ensalzamiento hacia las figuras presidenciales de Néstor Kirchner y Cristina Fernández. La producción de Guay corrió por cuenta del periodista Federico Frau Barros, en colaboración con un grupo de jóvenes militantes del Movimiento Evita de Rosario.

Cabe destacar que durante el año 2014 *Miradas al Sur* había editado un suplemento denominado “Claves de la Historia”, que estaba enteramente realizado por los miembros del Instituto Nacional de Revisionismo Histórico Argentino e Iberoamericano Manuel Dorrego. Allí se daba lugar a la revisión y el debate acerca de la obra de algunas figuras históricas de los siglos XIX y XX que se caracterizaron por defender los intereses nacionales frente al ideario extranjerizante hegemónico. Además se contemplaba la presencia de un recuadro para la difusión de toda clase de actividades y seminarios realizados en la sede del Instituto. En diciembre de ese año el Movimiento Evita optó por acabar con la existencia de dicho suplemento y prefirió apostar por contenidos más anclados en su trabajo territorial y político-ideológico.

La puesta en marcha de estos cinco suplementos de carácter temático se enmarcó en una apuesta a mediano y largo plazo con el apoyo de la Mesa Ejecutiva Nacional del Movimiento Evita. Dentro de las aspiraciones de la dirección general de *Miradas al Sur*, estaba presente la idea de avanzar hacia la gestación de un pequeño grupo de medios a partir de cada una de estas iniciativas. Carlos Villalba revela que

“el proyecto de los suplementos consistía en incubar nuevos medios temáticos para el campo -que no es el que estuvo en contra de la 125-, la política internacional, la cultura y la economía. El único ámbito en el que no incursionamos fue en el deporte; hasta armamos un suplemento juvenil. Si bien estuvieron complementados con los contenidos de la revista, Aram y yo pensamos que estábamos incubando medios que en algún momento iban a ser autónomos”.

---

<sup>105</sup> Más info. en: <https://suplementoguay.com/2015/09/06/15-anos-de-cumbia-villera/>

Esta perspectiva de los suplementos como futuras “unidades autónomas”<sup>106</sup> precisaba el despliegue de una intensa labor político-periodística y llegó a implementarse en forma parcial: los suplementos fueron efectivamente distribuidos al margen del semanario en varias oportunidades a lo largo de diferentes territorios provinciales donde existía presencia militante del Movimiento Evita y de la Central de Trabajadores de la Economía Popular. Carlos Villalba brinda detalles de este funcionamiento:

“a algún compañero le podía interesar toda la discusión sobre la economía popular para difundir en tal provincia y te pedía un paquete de dicho suplemento. Es interesante porque ese tipo de difusión -a pesar de lo oneroso que es la inversión de hacer un semanario papel- en el proceso global te sale mucho más barato que salir a hacer un folleto sobre agricultura familiar, otro sobre América Latina, reforma tributaria y así”.

Este testimonio revela con fuerza la motivación político-partidaria en el armado de los suplementos. A pesar de que el Movimiento Evita jamás concibió a *Miradas al Sur* como una herramienta estrictamente partidaria, lo cierto es que en el horizonte ideal se contempló la posible participación de núcleos militantes con el objetivo de facilitar la distribución de los suplementos. Esta concepción partía de entender a los propios miembros de la organización como los primeros interesados en difundir las temáticas de interés volcadas en los suplementos. La otra particularidad de dicho planteo residía en su inscripción dentro de los postulados de Vladimir Lenin sobre la “red de agentes locales de un partido único” (Lenin, 1985: 48) para garantizar la tarea técnica que demandaría la debida difusión del semanario dominical, sin preguntarse en este caso por el cúmulo de nuevas tensiones que podrían emanar de un activo involucramiento de otros militantes, visto en relación con el aparente objetivo de lograr “un medio amplio”<sup>107</sup>.

Además de la novedad del suplemento CampoSur, el número impreso del domingo 18 de enero de 2015 exhibió por primera vez la presencia de una columna denominada Economía Popular, que estaba firmada por Juan Grabois y constaba generalmente de una página entera. En el párrafo final del primer artículo de esta serie, titulado “Un año clave para los sectores populares”, el dirigente de la CTEP anticipó el contenido de la columna:

---

<sup>106</sup> Testimonio de Carlos Villalba.

<sup>107</sup> *Ibíd.* 106

“Durante este año, en esta columna, vamos a abordar los tres ejes, tierra, techo y trabajo, desde la perspectiva de los movimientos populares y la economía popular. Vamos a seguir los debates que se den en torno a las secretarías de Hábitat, Agricultura Familiar y otras instituciones abocadas a las problemáticas mencionadas. Vamos a intervenir en el debate sobre la llamada ‘ley federal de economía solidaria’ para que no se transforme en otra bomba de humo del Inaes, sin duda la institución responsable del bajo nivel de desarrollo cualitativo y cuantitativo del cooperativismo popular. Vamos a acompañar, muy especialmente, los avances de las negociaciones entre la CTEP y Carlos Tomada hacia la dignificación de los trabajadores de la economía popular y el reconocimiento de su organización sindical. Ojala sea una tribuna para señalar a los que dejan desguarecidos a los humildes frente a los que intentan restaurar el neoliberalismo en la Argentina, para reconocer a los que promueven el fortalecimiento de las organizaciones del pueblo en estos tiempos de inflexión y fundamentalmente para luchar por los derechos de nuestros compañeros excluidos”<sup>108</sup>.

Por último, el cambio en las jerarquías de mando a partir de la creación de la figura de la dirección general y la conformación de nuevos criterios organizativos trajo implicancias en el rol periodístico que pasó a desempeñar Eduardo Anguita dentro del semanario en su último año de existencia. Si bien el legendario director estuvo al borde de renunciar a *Miradas al Sur* en el verano del año 2015, finalmente se llegó a un acuerdo por el cual quedó a cargo del armado de una columna de opinión semanal. De allí en más no volvió a escribir notas de tapa y su incidencia se redujo en forma notoria a nivel periodístico, al punto tal que la presencia física de Anguita dentro de la redacción fue casi nula durante aquel período. Carlos Villalba confiesa cómo se arribó a este consenso:

“Nosotros le pedimos que su firma se quedara, lo que sí tratamos de hacer fue personalizar su espacio. De hecho le pusimos ‘la columna de Eduardo Anguita’ como si fuera un capitular, una sección más de la revista. Con él coincidíamos en términos generales y periodísticamente hablando; segundo, era un referente para ese espacio que consumía el semanario. Era la

---

<sup>108</sup> *Ibíd.* 103

revista de Anguita, así como los que dicen que *Página/12* se leía los domingos por la columna de Verbitsky”.

## El sesgo partidario en EconoSur y CampoSur

A lo largo del 2015 el Movimiento Evita resistió la tentación de transformar profundamente la fisonomía de *Miradas al Sur*, cuestión que tampoco era sencilla en los hechos porque se trataba de un semanario con más de seis años de trayectoria y un estilo periodístico marcado. Frente a estas limitaciones, la organización política conducida por Emilio Pérsico y Fernando “Chino” Navarro estableció su propia impronta a partir de la creación de nuevos suplementos que operarían como reflejo más adecuado de la militancia territorial, la perspectiva político-ideológica y del marco de alianzas más amplio y estratégico del Movimiento Evita con otros sectores del campo popular distribuidos en diferentes rincones del país. Dentro de los ya mencionados, los suplementos EconoSur y CampoSur se destacaron por contar en su armado con la participación directa o indirecta de referentes de mesas sectoriales y áreas gubernamentales ligadas al desarrollo político de la organización. Asimismo, ambos tuvieron como eje central de sus discusiones al tema de la economía popular.

De acuerdo con Emilio Pérsico, uno de los horizontes estratégicos del Movimiento Evita a partir del año 2013 estribaba en “construir la CTEP en ese proceso que pensamos que hay que reconstruir el campo popular (...) Para nosotros es central la CTEP, reforzar la mesa de los sueños”<sup>109</sup>. Esta serie de esfuerzos debía traducirse en el reconocimiento de los trabajadores de la economía popular y sus familias; es decir, de todas aquellas ramas independientes, informales y cooperativistas del mercado laboral. En ese sentido, la identidad de EconoSur y CampoSur estaba signada por un intento de diferenciación profunda con los suplementos de la prensa tradicional argentina en dichos rubros. El suplemento Económico del diario Clarín, por ejemplo, “ofrece a los lectores un análisis más profundo de la economía, los secretos de las empresas líderes, las finanzas personales, el marketing y el mercado laboral”<sup>110</sup>, mientras que el Rural “es una herramienta de gestión para el sector productivo, con toda la información acerca de los negocios agropecuarios”<sup>111</sup>. A diferencia de un modelo periodístico centrado en la legitimación de las grandes riquezas concentradas

---

<sup>109</sup> *Ibíd.* 93

<sup>110</sup> Disponible en: [http://www.grupoclarin.com/IR/files/ANNUAL-REPORT/GCSA%2012%20-%202016%20-%20EEFF%20LSE%20\(ESPA%C3%91OL\).PDF](http://www.grupoclarin.com/IR/files/ANNUAL-REPORT/GCSA%2012%20-%202016%20-%20EEFF%20LSE%20(ESPA%C3%91OL).PDF) Páginas 11 y 12.

<sup>111</sup> *Ibíd.* 108

de aquellos sectores, EconoSur y CampoSur se orientaron en cambio a representar y visualizar las demandas de un vasto sector relegado que se compone de cartoneros, campesinos, artesanos, vendedores ambulantes, feriantes, trabajadores de programas sociales, motoqueros, cooperativistas, microemprendedores y obreros de empresas recuperadas, entre otros trabajadores de la llamada economía popular.

El núcleo duro de las temáticas que se incluyeron en ambos suplementos expresaba una concepción ideológica determinada que contenía -e incluso sobrepasaba- la visión y el accionar político del Movimiento Evita desplegado durante aquel período. Tanto EconoSur como CampoSur presentan la marcada tendencia al planteo de una contradicción de intereses entre dos grupos antagónicos: los trabajadores que viven de su salario y los sectores económicos concentrados de poder. En ese marco, EconoSur criticaba en su edición del 26 de abril de 2015 “la concentración de la economía (principalmente en el sector de los alimentos), porque tiene la capacidad de apoderarse de los recursos de los trabajadores por tener un mercado cautivo que les permite aumentar sus precios antojadizamente”<sup>112</sup>. Por su parte, CampoSur explicaba a través de su columna editorial (“Panorama”) del 15 de marzo de 2015 que

“lo que está en pugna son dos modelos productivos distintos, uno más restringido, neoliberal, que beneficia a los grandes productores y exportadores que concentran la comercialización y otro más amplio e inclusivo, que aspira a contener en condiciones dignas al 66% de las personas que viven en el campo, cerca de dos millones de pequeños productores, agricultores familiares y campesinos”<sup>113</sup>.

Los responsables de la edición de EconoSur eran Carlos Villalba y Aram Aharonian. La firma de los dos directores generales está presente en la tapa del suplemento y revela la importancia asignada a cada una de las producciones escritas a lo largo de sus ocho páginas. El otro detalle a tener en cuenta es el modelo de tercerización a partir del cual funcionó el suplemento: la gran mayoría de los artículos y notas de opinión fueron elaborados por colaboradores ajenos a la redacción de *Miradas al Sur*, entre los que se contaban periodistas, políticos, funcionarios y especialistas ligados a los círculos académicos e intelectuales de la organización. Desde el comienzo hasta el final de su corta existencia, el suplemento contó en todas sus ediciones con la activa

---

<sup>112</sup> [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_362](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_362) Pág. 25

<sup>113</sup> [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_356](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_356) P.25

participación de la Mesa de Economía del Movimiento Evita (MesE). Martín Navarro, militante del ME y coordinador del área durante aquella etapa, cuenta que

“nos pidieron colaboración y empezamos a escribir: en algunos casos nos pidieron sobre economía popular, que era lo que se había puesto un poco en boga entre los temas económicos. Nosotros ya veníamos con un trabajo aceitado en ese sentido porque habíamos hecho un libro, pero en este caso tratamos de escribir en forma más amable y menos técnica. De la edición se encargaba la gente del semanario, que contaba con mayor experiencia y podía adaptar los conceptos a un mensaje más orientado al lector. En ese momento no había mucha gente que escribiera sobre economía popular, así que aceptamos gustosamente porque de esa forma podíamos dar a conocer cuestiones que hasta ese momento no teníamos la posibilidad de difundir a través de otros medios”<sup>114</sup>.

La agenda de EconoSur estaba marcada por una riqueza y variedad de temas que trascendía abiertamente el objeto de la economía popular: es por esta razón que se destinaron tapas y se publicaron artículos de relevancia que abordaban problemáticas tales como la soberanía energética, la independencia económica, la distribución de la riqueza y el circuito inflacionario. Martín Navarro se despega enteramente del mecanismo de toma de decisiones que operaba en torno a la ejecución de los criterios editoriales del suplemento:

“Los contenidos eran decididos por la dirección del semanario. Si bien nosotros a veces podíamos proponer, eran finalmente ellos quienes determinaban qué salía y qué no. Obviamente que alguna incidencia teníamos, porque decíamos ‘nos parece esto o aquello’, pero era la conducción del semanario la que decidía”.

A medida que avanzaba la campaña electoral de cara a las presidenciales del año 2015, se fue acentuando el sesgo partidario de EconoSur en detrimento del ya mencionado carácter diverso de sus contenidos periodísticos. Esta situación quedó completamente al descubierto en la edición del domingo 26 de julio de 2015, que se abocó a plantear la necesidad de creación del Ministerio de la Economía Popular y se anticipó al anuncio de esta propuesta por parte del candidato presidencial Daniel Scioli

---

<sup>114</sup> Entrevista a Martín Navarro. Mayo de 2018.

(Frente para la Victoria) apenas un día después<sup>115</sup>. La tapa de esta quinta edición del suplemento -titulada “Economía popular en busca de un Estado”- utilizó como fotografía una movilización de trabajadores/as con la bandera de CTEP. A continuación, un extenso artículo realizado por los tres principales referentes de la Mesa de Economía del Movimiento Evita hacía alusión a los objetivos del nuevo Ministerio: “Apunta a sostener y generar nuevos puestos de trabajo y, además, busca formalizar y dignificar emprendimientos, oficios, actividades productivas creadas por los mismos trabajadores que fueron expulsados hace años del proceso productivo”<sup>116</sup>. Además, la primera de estas páginas daba lugar a la opinión de Emilio Pérsico a través de una breve entrevista en que se lo presentaba como “uno de los funcionarios nacionales que más se ocupa del conjunto de procesos relacionados con la denominada ‘economía popular’”<sup>117</sup>. En este sentido, se puede establecer un parangón con el análisis que realiza Marcelo Maggio en relación con el diario *El Mundo* entre los años 1973 y 1974. El autor señala que, con el paso de los meses y en coincidencia con el endurecimiento de la represión político-institucional, “el enmascaramiento del diario como prensa comercial y profesional se fue desdibujando hasta esfumarse por completo. En el tipo de relación específica con las acciones del ERP esto aparece de modo evidente” (Maggio, 2012: 155).

Si bien el nacimiento de EconoSur respondió a un interés particular de la organización en su búsqueda de fomentar discusiones sobre economía por fuera de los valores establecidos por el sentido común del (neo) liberalismo, cuestión compartida con los lineamientos de la MesE<sup>118</sup>, Martín Navarro niega el establecimiento de un vínculo orgánico estrecho entre el Movimiento Evita y el semanario:

“No tengo constancia de que la organización empezara a bajar línea dentro de *Miradas al Sur*, a pesar de que a nosotros se nos facilitaron muchas cosas. Se incorporaron cosas nuevas, pero la realidad es que siguió trabajando la misma gente que estaba antes y eso no cambió demasiado”.

El sociólogo y periodista Hernán Viudes trabajaba en el área de prensa de Agricultura Familiar desde antes de la llegada de Emilio Pérsico como subsecretario y de la

---

<sup>115</sup> Nota disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201507/114200-scioli-creara-el-ministerio-de-economia-popular-si-es-elegido-presidente.html>

<sup>116</sup> Disponible en: [https://issuu.com/miradasal-sur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_375](https://issuu.com/miradasal-sur/docs/miradas_al_sur_edicion_375) Páginas 22 y 23

<sup>117</sup> *Ibíd.* 114

<sup>118</sup> Ver más: <http://www.mese.com.ar/quienes-somos/>

elevación al rango de Secretaría de Estado en julio del año 2014<sup>119</sup>. Si bien Viudes nunca fue militante del Movimiento Evita, así como tampoco le “exigieron que lo fuera”, su desempeño en este lapso le permitió ganarse una progresiva confianza y consideración entre los colaboradores más cercanos del máximo dirigente del ME. Este hecho, sumado a su gran afinidad ideológica con la organización, permitió que a finales del año 2014 Hernán Viudes fuera convocado para hacerse cargo de la producción periodística de CampoSur:

“Me dicen que estaría bueno que tome un rol y me plantean la idea del suplemento. Si vos agarrás un medio de agro, vas a escuchar hablar de soja, de precios, de mecanismos de mejora de rindes, etc. De hecho, lo primero que planteé era que ´de eso yo no sé un carajo`. Ahí me dijeron que esa no era la impronta, sino que la idea era que yo estuviese ahí para darle espacio a las problemáticas de los pequeños productores y sus organizaciones. Ahí sí me animé”<sup>120</sup>.

En nuestro país el significante “Campo” encierra como principal destinatario a la Sociedad Rural (SRA) y, por lo tanto, tiende a representar a los grandes terratenientes o actores hegemónicos convertidos en exportadores de cultivos. Frente a este panorama, el suplemento CampoSur buscó escapar a la lógica predominante con el objetivo de dar visibilidad al sector agropecuario en el sentido más amplio posible: de esta forma pretendía tender lazos comunicacionales con los protagonistas de la agricultura familiar, campesinos, pueblos originarios y otros. Hernán Viudes expresa que

“la idea era hablar de problemas con la tenencia de la tierra, de otras formas de producción como la de carácter agro-ecológico, de la lógica del vínculo entre el productor y la tierra, y de la posibilidad de que las organizaciones vayan fortaleciendo su organicidad. También se trataba de cuestionar ciertos lugares comunes de los medios vinculados al campo: por ejemplo, explicando qué eran las retenciones y a quiénes beneficiaban”.

---

<sup>119</sup> Más info.: <https://www.lanacion.com.ar/1706967-a-pedido-de-persico-crean-la-secretaria-de-agricultura-familiar>

<sup>120</sup> Entrevista a Hernán Viudes. Mayo de 2018.

La elección de Omar Príncipe como presidente de la Federación Agraria (FAA)<sup>121</sup>, que se produjo casi en simultáneo con el ingreso del Movimiento Evita en la gestión de *Miradas al Sur*, significó un cambio de rumbo para la entidad conformada por pequeños y medianos productores y puso rápidamente en riesgo la continuidad de la Mesa de Enlace que se constituyó en el año 2008 para oponerse a la llamada Resolución 125<sup>122</sup>. Viudes señala que “la nueva conducción pretendía diferenciarse bastante de la gestión Buzzi. Yo los llamaba bastante para que tuvieran presencia y no queden pegados como furgón de cola de la Mesa de Enlace y la Sociedad Rural”. La evolución del suplemento CampoSur muestra a las claras que no se limitó a recoger la voz de autoridades gubernamentales con las que compartía una visión estratégica del sector agropecuario o a difundir las principales iniciativas adoptadas por la Secretaría de Agricultura Familiar<sup>123</sup>, sino que parte de sus esfuerzos se dirigieron hacia el establecimiento de vínculos estrechos con una variedad de actores rurales que históricamente carecieron de canales de comunicación para expresar sus demandas. Hernán Viudes revive esta impronta:

“Muchas veces llamaba a ciertas organizaciones que nunca eran escuchadas y les insistía para que me manden una columna de opinión. Esto costaba bastante porque las organizaciones más pequeñas no tienen la práctica ni los recursos, a diferencia de la Sociedad Rural que tiene un tipo sentado ahí y a los dos segundos te manda la nota”.

La edición de CampoSur del domingo 5 de julio de 2015 planteó en su artículo de tapa el problema de la estructura altamente concentrada de la comercialización de los productos de la agricultura en Argentina, que se halla en manos de grandes exportadoras, en su mayoría extranjeras. En una entrevista realizada por el propio Viudes, el subsecretario de Ejecución de Programas de la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación, Osvaldo Chiaramonte, sostuvo que “el Estado debe dedicarse a comprar e intervenir en la comercialización”<sup>124</sup>. Lejos de encerrarse en este único testimonio, dos páginas más adelante apareció una columna titulada “Propuestas de los protagonistas”, que rescató tres opiniones distintas sobre el tema de la comercialización de granos: allí relucían las voces de la Federación Agraria Argentina,

---

<sup>121</sup> Más info.: <http://www.infocampo.com.ar/faa-omar-principe-fue-electo-nuevo-presidente/>

<sup>122</sup> Ver más: <http://supercampo.perfil.com/2015/03/ruptura-en-la-mesa-de-enlace/>

<sup>123</sup> Éste es el caso de la edición N°1 de CampoSur -domingo 18 de enero de 2015- a partir de entrevistas exclusivas al ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca, Carlos Casamiquela, y al subsecretario de Ejecución de Programas para la Agricultura Familiar, Osvaldo Chiaramonte.

<sup>124</sup> Disponible en página 23: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_372](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_372)

la Federación de Cooperativas Federadas Ltda. (Fecofe) y el Movimiento Agrario de Misiones (MAM)<sup>125</sup>.

El proceso de producción periodística de EconoSur estaba impulsado por una nutrida cantidad de colaboradores externos y la injerencia casi absoluta de la dirección general de *Miradas al Sur* en la determinación de sus contenidos. El caso de CampoSur era diferente, puesto que permitió la iniciativa de abajo hacia arriba a partir de una estructura de funcionamiento de tipo unipersonal. Según Hernán Viudes,

“yo proponía notas y discutía con los dos directores. En general había acuerdo. Alguna vez ellos me propusieron porque ocurría algún hecho puntual, pero normalmente eran propuestas por mí (...) al estar solo con el suplemento, siempre llegaba con la lengua afuera. Muchas veces había cosas que me tenían que enviar y llegaban tarde o ni siquiera llegaban. Después yo le enviaba todo a Carlos (Villalba) porque necesitaba alguien que lo revisara para no mandarme macanas. Si había alguna cuestión se discutía, pero siempre en buenos términos. Jamás tuve un problema”.

Cabe resaltar también que el área de prensa de la Secretaría de Agricultura Familiar puso su archivo histórico a disposición de CampoSur. Este órgano institucional -del cual formaba parte Hernán Viudes- se encargaba de enviar las gacetillas de prensa con las actividades de Emilio Pérsico en su labor de funcionario público y, además, aportó los datos útiles que nutrieron la sección ubicada en la contratapa del suplemento: “Recetario. Las cocineras y sus historias”. Esta última información había sido recabada tiempo atrás por el organismo del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y le aportaba un tinte federal a CampoSur, dado que “a partir de todas las delegaciones de Agricultura Familiar en todo el país, nos contactamos con productoras de cada provincia o lugar y les pedimos que nos manden una nota 100% hecha por ellas”<sup>126</sup>. El propósito de presentar recetas de quesos, locros, roscas, reviros y otras especialidades culinarias residía, de acuerdo con Viudes, en “darle visibilidad a esos temas y alivianar un poco el suplemento”.

A pesar de que EconoSur y CampoSur desplegaron un recorrido autónomo, la vinculación estrecha entre ambos se hizo patente al punto tal de abordar contenidos similares en varias oportunidades. En la edición del domingo 26 de abril de 2015, EconoSur publicó una nota titulada “Lucha de los desalojados del campo y la

---

<sup>125</sup> Ibíd. 123. Disponible en página 25.

<sup>126</sup> Testimonio de Hernán Viudes.

ciudad”<sup>127</sup> bajo la firma del economista Ezequiel Barbenza, director de Registro y Monotributo Agropecuario del Ministerio de Agricultura e integrante de la Mesa de Economía del Movimiento Evita. Entre otros temas, allí se denuncia que “los desalojos de productores familiares en toda la región responden a la voluntad de los dueños de los recursos concentrados y se repiten en otros sectores”. El abordaje de la situación estructural del trabajo agrario en EconoSur refleja una falta de delimitación precisa o un entrecruzamiento temático entre los dos suplementos. Esta confluencia se explica por la centralidad que adquirió en ambos casos el eje vertebrador de la economía popular, cuyos planteos atravesaban por lógica también a los trabajadores rurales y a las demandas de la agricultura familiar. Precisamente, Barbenza explica en el artículo citado:

“la falta de una institucionalidad que represente y visualice al sector es parcialmente compensada en algunos casos. La lucha de las organizaciones y la voluntad política de este gobierno han creado la secretaría de Agricultura Familiar. Sin embargo, un Ministerio de Economía Popular atendería directamente las necesidades de todo el sector”.

## Un final marcado por la derrota en las urnas

La euforia de la llegada del Movimiento Evita a *Miradas al Sur* estaba alimentada en parte por el lanzamiento de la precandidatura presidencial de Jorge Taiana seis meses antes<sup>128</sup>. Precisamente, entre diciembre de 2014 y la declinación de este anuncio en mayo de 2015<sup>129</sup>, la figura del ex canciller acaparó una presencia destacada en las páginas del semanario a partir de la difusión de su pensamiento y de una cobertura especial de sus actividades proselitistas con vistas a las elecciones Primarias Abiertas Simultáneas y Obligatorias (PASO).

En una tapa que se tituló “Dar pelea desde el kirchnerismo” y que exhibió una fotografía de Jorge Taiana con los dedos de sus dos manos en “V”, la edición del domingo 15 de febrero de 2015<sup>130</sup> dedicó cuatro páginas enteras a comunicar las ideas y el programa de gobierno del Movimiento Evita expresados en esta precandidatura

---

<sup>127</sup> Disponible en página 27: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_362](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_362)

<sup>128</sup> Más info.: <https://www.lanacion.com.ar/1700581-taiana-se-suma-al-peloton-de-candidatos-del-oficialismo>

<sup>129</sup> Disponible en: <https://movimiento-evita.org.ar/2015/05/18/nuevo-comunicado-del-movimiento-evita/>

<sup>130</sup> Disponible en: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/pdf\\_combinado](https://issuu.com/miradasalsur/docs/pdf_combinado)

presidencial. La entrevista a Jorge Taiana, que ocupó dos de estas cuatro páginas, fue realizada por los directores generales Carlos Villalba y Aram Aharonian, aunque también fueron parte del encuentro el jefe de Redacción, Miguel Russo, y el editor de la sección Argentina, Francisco Baláz. Apenas una semana antes, se había publicado en *Miradas al Sur* una solicitada a página entera con la firma de más de un centenar de referentes sociales, políticos y culturales en respaldo a la postulación del ex canciller. Allí se planteaba: “No hay más tiempo, aún quedan sueños pendientes... Construyamos con Jorge Taiana el segundo tomo del proyecto nacional”<sup>131</sup>. El intento de avalar esta apuesta política impulsada por el Movimiento Evita prosiguió en el semanario durante los meses siguientes, puesto que la sección “Al Paso” se encargó de reproducir una serie de gacetillas de prensa sobre las actividades de campaña de Jorge Taiana entre marzo y mayo de 2015<sup>132</sup>.

Daniel Cecchini analiza que “la candidatura de Taiana fue un juego político que hicieron, sabiendo que no iba a ser candidato porque no le daba. El Movimiento Evita lo usó como una carta de negociación”. Esta épica del candidato propio tuvo corta duración, pero sirvió fundamentalmente para sembrar algunas ideas referidas a la necesidad de “consolidación y profundización de lo que se hizo”<sup>133</sup> en materia de políticas sociales y económicas durante el período kirchnerista (2003-2015). Dentro de esta serie de propuestas a futuro, Taiana incluyó la creación de

“un Ministerio de la Economía Popular que comprenda las problemáticas de los trabajadores de la ciudad y del campo no incluidos, sin plenos derechos, que generaron sus propias fuentes de trabajo: desde los recicladores hasta los agricultores familiares, pasando por quienes recuperaron fábricas quebradas por sus propios dueños y por Martínez de Hoz con el apoyo de los fusiles”<sup>134</sup>.

Si bien la precandidatura de Jorge Taiana quedó sin efecto a mitad de mayo de 2015, el proyecto de crear el Ministerio de Economía Popular y Organización Comunitaria fue asumido en medio de la campaña electoral por el único aspirante a presidente del Frente para la Victoria (FpV), Daniel Scioli. Esta noticia se reflejó en la tapa de la edición N° 376 de *Miradas al Sur* y, en ese marco, el Movimiento Evita promovió la

---

<sup>131</sup> Ver en página 2: [https://issuu.com/miradasal-sur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_351](https://issuu.com/miradasal-sur/docs/miradas_al_sur_edicion_351)

<sup>132</sup> Ediciones impresas N° 357, 359, 360, 361, 362 y 363.

<sup>133</sup> Entrevista a Jorge Taiana. Edición N° 352 (15/02/2015). Páginas 4 y 5.

<sup>134</sup> *Ibíd.* 131.

difusión de una nueva solicitada que reflejaba el acta de coincidencia programática de una gran cantidad de movimientos populares de todo el país en torno a este tema<sup>135</sup>.

Sin embargo, los resultados de las elecciones generales del 25 de octubre de 2015 alejaron esta posibilidad al derribar la ilusión de un triunfo en primera vuelta del candidato oficialista. En aquella oportunidad *Miradas al Sur* tituló “Ganó Scioli. Hay segunda vuelta”, pero lo cierto es que la estética de la tapa<sup>136</sup> -plagada de números grises en un fondo de color negro debido a la necesidad de hacer cuentas- evidenció un panorama sombrío de cara al ballottage presidencial. Carlos Villalba reconoce que “en esa tapa, si analizas lo que pasó en esa elección, sabés que Scioli va a perder. No mentís, Scioli ganó pero hay segunda vuelta. En la coyuntura electoral, la agenda político-partidaria de la gente vinculada al Evita se sintió”.

En esta edición que siguió a la contienda electoral, se destacó el análisis de Fernando “Chino” Navarro en un artículo que recogió su testimonio en forma indirecta y que llevó el encabezado de “Reflexión a boca de urna”. Allí el dirigente del Movimiento Evita y presidente del bloque de Diputados del FpV de la provincia de Buenos Aires expresó la necesidad de evitar

“los análisis apresurados y sesgados, del mismo modo que hacerlo a partir de nombres y apellidos de coyuntura, que nos puede alejar de la real causa de la derrota en la provincia de Buenos Aires y de la elección a nivel nacional, en la que no tuvimos los resultados que esperábamos, aún siendo la primera minoría, con casi nueve millones de votos”<sup>137</sup>.

Por otro lado, el director general Carlos Villalba sostuvo al comienzo de un artículo titulado “Dos países al balotaje” (edición N° 389) que aquella jornada de domingo “quedará en la memoria, en los corazones y en los estómagos de todos, de los seguidores del ganador, que pensaban en una diferencia mayor (...)”<sup>138</sup>. Desde allí hasta la segunda vuelta del 22 de noviembre, el semanario se plegó a la línea discursiva-argumentativa que la oposición reunida en el frente Cambiemos calificó a través de sus usinas mediáticas como “la campaña del miedo”<sup>139</sup>. En ese marco, el número periodístico del domingo 8 de noviembre de 2015 planteó en la bajada del

---

<sup>135</sup> Disponible en pág. 4: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_376](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_376)

<sup>136</sup> Disponible en: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_388](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_388)

<sup>137</sup> Ver artículo en pág.3: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_388](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_388)

<sup>138</sup> Artículo completo en pág.5: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_389](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_389)

<sup>139</sup> Mas info.: <https://www.cronista.com/elecciones2015/La-campana-del-miedo-a-full-segun-Scioli-con-Macri-se-vienen-los-aumentos-de-tarifas-20151105-0100.html>

título de tapa los peligros de una agenda de gobierno que estaría marcada, en caso de una victoria de Mauricio Macri, por “el aumento del dólar con devaluación, la quita de subsidios a los servicios públicos, la desregulación del mercado energético y una eventual reprivatización de YPF”<sup>140</sup>.

Finalmente Mauricio Macri se impuso en el ballottage presidencial con el 51,45% de los votos<sup>141</sup> y asumió su mandato el 10 de diciembre de 2015. La derrota de Daniel Scioli resultó un golpe demoledor para las aspiraciones de continuidad del semanario. A comienzos de ese mes, la asamblea de trabajadores de *Miradas al Sur* denunció vía redes sociales “el atraso en el pago de los salarios correspondientes al mes de noviembre, la falta de comunicación por parte de la empresa de una fecha cierta de pago y la injustificada dilación de los directivos de Ultrakem S.A. en concurrir a la redacción para explicar la situación”. Cabe recordar que el contrato de compraventa de acciones contemplaba un aporte de cien mil pesos mensuales a cargo del Grupo 23 para el pago de remuneraciones del personal durante el plazo de 36 meses a partir de la suscripción del acuerdo, pero el dinero jamás apareció por aquellos días. La determinación de acabar con el semanario ya había sido tomada en la intimidad por los principales referentes del Movimiento Evita, pero aún no había sido comunicada oficialmente.

*Miradas al Sur* sobrevivió hasta fin de mes. Daniel Cecchini cuenta que la edición en papel del domingo 13 de diciembre “no llegó a los kioscos. Se nos informó que la imprenta se había negado a imprimirla por falta de pago”. A partir de la asunción de Macri, el semanario publicó sus últimas tres ediciones solamente en versión digital a través de la plataforma Issuu. La nueva faceta opositora del medio tendió a retratar el cambio de época a partir de las primeras medidas de la administración entrante: en esta dirección, los protagonistas de las tres últimas tapas (Nº 395, 396 y 397) fueron - en ese orden- la multitudinaria despedida a Cristina Fernández en Plaza de Mayo, el aumento de precios generado por la devaluación en la antesala de Navidad y, finalmente, las primeras movilizaciones en contra de los despidos y las nuevas políticas económicas.

El último número del domingo 27 de diciembre de 2015 presenta un balance del año a partir del análisis periodístico de algunas tapas destacadas, pero en ningún lugar se advierten indicios ni se informa a los lectores acerca del desenlace del semanario. En vísperas de Año Nuevo, los integrantes de la redacción recibieron en sus hogares los

---

<sup>140</sup> Disponible en: [https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas\\_al\\_sur\\_edicion\\_390](https://issuu.com/miradasalsur/docs/miradas_al_sur_edicion_390)

<sup>141</sup> Ver más: <https://www.lanacion.com.ar/1848080-macri-se-impuso-en-el-ballottage-y-puso-fin-a-12-anos-de-hegemonia-kirchnerista>

telegramas de despido. Lo llamativo es que los directores generales ligados a la gestión del Movimiento Evita también se notificaron de esta forma del cierre de *Miradas al Sur*. Carlos Villalba revela que el 29 de diciembre “me llama mi compañera a las 10 de la mañana y me dice que llegó un telegrama que informaba el cese en mis funciones. Así me enteré. Nunca se lo perdoné a Pérsico, que es amigo mío. No me tenés que mandar un telegrama, me tenés que llamar”. Aram Aharonian señala que se enteró “del cierre estando fuera del país, pero se veía venir. No era sorpresa”.

A pesar de que Gerardo Rico ofició de principal vocero de Ultrakem S.A., los miembros del antiguo comité editorial de *Miradas al Sur* prefirieron comunicarse -apenas llegaron los telegramas de despido- con Fernando “Chino” Navarro para exigirle una reunión. El 30 de diciembre de 2015 una comitiva integrada por Daniel Cecchini, Miguel Russo, Walter Goobar, Francisco Balázs y Gustavo Díaz Yanotti se encontró con el diputado provincial del Movimiento Evita en un bar ubicado en el barrio de Barracas (CABA). Allí le pidieron explicaciones sobre el motivo de los despidos y recibieron como respuesta que “iban a armar una sociedad nueva, que nos iban a pagar los salarios caídos y que iban a conseguir inversiones para arrancar de nuevo con *Miradas*”<sup>142</sup>. Más allá de esta promesa que nunca se cumplió, los trabajadores le reprocharon al “Chino” Navarro el prematuro cierre del semanario a tan sólo veinte días de la asunción del nuevo gobierno nacional.

Esta historia se extendió en el tiempo a partir de algunas acusaciones contra la organización y sus principales figuras políticas. En un comunicado de julio del año 2016 titulado “El Movimiento Evita también despide trabajadores”, la asamblea de trabajadores de *Miradas al Sur* denunció la situación:

“el 29 de diciembre de 2015, el Movimiento Evita, propietario del semanario *Miradas al Sur* a través de su empresa Ultrakem S.A., envió sin previo aviso telegramas de despido a la totalidad de los trabajadores de este medio periodístico, desconociendo en los mismos la relación de dependencia de los 24 trabajadores de este semanario de ocho años de existencia, y sin tampoco poner a nuestra disposición las indemnizaciones correspondientes”<sup>143</sup>.

---

<sup>142</sup> Testimonio de Daniel Cecchini.

<sup>143</sup> Texto completo en: <https://www.laizquierdadiario.com/Miradas-al-sur-reclamos-al-Movimiento-Evita-por-los-despidos>

Inmediatamente el socio accionario de Ultrakem S.A., Gerardo Rico, salió a responder en declaraciones públicas:

“(…) habíamos desarrollado un contrato que Sergio Szpolski no cumplió, al igual que con los trabajadores del diario *Tiempo Argentino* y del canal *CN23*. De cualquier manera, nosotros asumimos la responsabilidad política como dueños de *Miradas al Sur* y tenemos en claro que los trabajadores tienen toda la razón del mundo en el planteamiento que ellos desarrollan. Nosotros buscamos hacernos cargo de lo que marca la ley: se ha resuelto el tema de los despidos con el 80% de los trabajadores y hay todavía un litigio con un porcentaje mínimo que se va a llegar a buen término”.

La serie de litigios judiciales que desató el cierre del semanario culminó a comienzos del año 2018. Rico asegura que el conflicto

“está todo resuelto. Ya se les pagó a los abogados que tenía cada uno y se hizo todo a través de la justicia. La indemnización acordada se pagó mes a mes. Nos hicimos cargo de lo que no nos correspondía, pero los trabajadores no tenían nada que ver con el acuerdo empresarial incumplido. Era una responsabilidad ética de parte nuestra”.

La posibilidad de relanzamiento del producto -una de las especulaciones a lo largo del año 2016- quedó trunca. Según Gerardo Rico, “no lo pudimos hacer porque económicamente era imposible sostener algo sin ninguna publicidad oficial ni extraoficial. Más que continuar con el medio, lo primero que teníamos que hacer era pagar lo que había que pagar”.

## **Tiempo de balance**

El reencuentro entre Carlos Villalba y Emilio Pérsico ocurrió en el verano del 2016 con el objetivo de intercambiar opiniones sobre el saldo de la experiencia. El director general de *Miradas al Sur* le dijo a Pérsico “cuáles habrían sido los errores: esto fue un medio sin empresa. No lo planteé así tan redondo, pero le dije que acá lo que faltó era una empresa”. Esta crítica apuntó directamente contra los directivos de Ultrakem S.A. y refería a la necesidad de generar en el corto plazo una sustentabilidad económico-

financiera del semanario que lo pusiera a salvo de cualquier vaivén, tal como la derrota en una contienda electoral. Una de las opciones que se barajó en ese momento consistía en aprovechar la salida de los nuevos suplementos para ir en búsqueda de auspiciantes: el plan surgido en las entrañas de la dirección general contempló recurrir a ciertos sindicatos con afinidad ideológica y a las universidades del conurbano bonaerense, pero no tuvo el eco esperado entre los interlocutores del Movimiento Evita. Si bien el origen de la gran mayoría de los anuncios publicados a lo largo del año 2015 provino de organismos del Estado Nacional, Daniel Cecchini cuestiona que “los avisos que se ponían en la época del Evita no se cobraban. Télam tuvo que llamar para decirnos ´no pongan más` porque los ponían sin autorización y sin orden de compra”.

Al momento de identificar las principales razones de la vertiginosa claudicación del semanario tras el resultado electoral adverso, los propios protagonistas aluden a las falencias en la gestión y a la falta de una planificación adecuada que fuera más allá de las necesidades elementales para lograr el sostenimiento del medio. Fernando “Chino” Navarro reconoce este déficit:

Nunca logramos articular una política de apoyo y de respaldo pleno a todo el funcionamiento para que pudiera hacerse un diario como esperábamos. Los compañeros que tuvieron a su cargo el diario lo hicieron con mucho esfuerzo y el espacio no los apoyó como debe hacerlo en términos de dar volumen organizativo para mejorar la distribución y otras cuestiones”.

Carlos Villalba plantea que “lo único que hizo la empresa, hasta cuando pudo, fue pagar los salarios, el papel, la impresión y el local. No había una empresa que concibiera el producto y analizara cómo alimentarlo o mejorarlo materialmente. Lo nuestro era la redacción, ni sé ni quiero de lo otro”. A pesar de que Aram Aharonian asegura que jamás recibió una invitación para realizar “un balance conjunto” sobre el desenlace de *Miradas al Sur*, su análisis encuentra varios atisbos de coincidencia en este punto:

“Yo creo que uno de los grandes problemas fue no haber sabido administrarlo, lo cual no nos correspondía a nosotros, sino a los dueños. Administrar significa buscar publicidad, saber de distribución, llegar al lugar adonde no llegaba, etc. En otras palabras, buscar las

formas de relanzar ese producto. En fin, se intentaron varias cosas y uno no vio respuestas, ni de los dueños ni del mercado”.

Precisamente, el desempeño de *Miradas al Sur* en el “mercado” se erigió en otra de las dificultades con las que se topó la gestión del Movimiento Evita. Durante el año 2015 la organización prefirió discontinuar las mediciones efectuadas por el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), con lo cual existen diferentes conjeturas sobre las cifras de circulación del semanario a lo largo de este período. La única coincidencia entre los entrevistados es que la tendencia negativa en este punto no se logró revertir y que la caída en los niveles de venta continuó su marcha por distintos motivos. Gustavo Díaz Yanotti, gerente de Circulación de *Miradas al Sur*, señala que “en 2015 la venta fue un desastre. Yo creo que teníamos una circulación de 3 mil ejemplares, con toda la furia (sic). Venía mal, pero desde que el Movimiento Evita lo agarró fue peor”. Eduardo Anguita sostiene que durante esta etapa “la cantidad de lectores bajó abruptamente, pero en la web se mantuvo bien. Ya el lector que compraba *Miradas* con esa devoción del principio, empezó a decaer”. Por el contrario, Carlos Villalba pone en duda los números que se daban a conocer anteriormente a través del IVC:

“Para saber si hubo una caída en las ventas, uno tiene que saber si las ventas estaban donde antes habían dicho que estaban. Para mí las ventas se mantuvieron o, mejor dicho, se sinceraron. Para poder subir y/o mantener las ventas, se necesitaba duplicar la tirada para estar en todos lados. Se fueron recortando puestos de venta, pero no hubo una caída dramática de las ventas”.

Desde una perspectiva similar a la de Villalba, Aram Aharonian plantea que

“hay algo que jamás se contó en *Miradas*, que era el tema de la devolución: una cosa es la impresión de tirada y otra cosa es la venta real. En parte, la caída de la venta es un sinceramiento de mercado y, además, el fracaso en la llegada a otros sectores. Esto último tiene que ver con la temática como con la distribución”.

El ingreso del Movimiento Evita en un semanario con más de seis años de trayectoria en ese entonces implicó afrontar una transición que se extendió por más de tres meses, es decir, casi un tercio del tiempo de su gestión al frente de *Miradas al Sur*. En ese lapso comenzó a evidenciarse una paulatina inversión en las jerarquías informativas del medio, que tuvo como ejemplo destacado la cobertura informativa de ocho páginas dedicada al encuentro entre el Papa Francisco y movimientos sociales

de todo el mundo -con la CTEP como actor destacado- en la sede del Vaticano allá por diciembre de 2014. Dichas modificaciones en el nivel de la agenda atributiva (Martini, 2000: 87) generaron tensiones crecientes, así como el intento de alterar las rutinas de trabajo generó un fuerte rechazo principalmente por parte del antiguo comité editorial de *Miradas al Sur*. Éste último fue cuestionado por dar lugar a un staff conformado por “mucho cacique y poco indio”<sup>144</sup>. En ese marco, la principal autocrítica de los referentes periodísticos y políticos ligados al medio gráfico en su última etapa se enmarcó en la dificultad estructural para cambiar el rumbo de un producto periodístico con determinadas características establecidas de antemano. Fernando “Chino” Navarro analiza que

“a la luz de los acontecimientos, quizás tendríamos que haber hecho otra cosa. En ese momento se evaluó que era conveniente comprar y no arrancar un medio de cero. Nos lo vendieron como un medio absolutamente autofinanciable y, en realidad, siempre tuvo problemas de déficit. El entusiasmo hizo que, quienes analizaron los números, lo hicieron más pensando en comprar que en hacer una auditoria o un examen profundo de los números. La realidad fue otra”.

Carlos Villalba identifica la misma raíz del problema desde el lado periodístico:

“Era una redacción que no me remaba en contra, pero eran trenes que tenían su vía y era muy difícil sacarlos. Tal vez hubiera sido más fácil, menos oneroso y sobre todo sin el mismo final haber empezado de cero y no tratar de redefinir una revista que ya estaba definida, como era el caso de *Miradas al Sur*. Quizás hubiera sido más barato y más fácil, inspirado en esa revista u otra, hacerlo de cero. Y no esto que es muy difícil”.

Por último, Aram Aharonian plantea en términos similares:

“Una cosa es que vos impongas un producto de cero y otra es que agarres un producto que ya está, con cierta incidencia dentro de un mercado y que trates de cambiarlo para lograr otra incidencia. Esto en un momento donde el mercado no está para hacer tantas pruebas y más cuando financieramente se tenían unas deudas

---

<sup>144</sup> Testimonio de Aram Aharonian.

enormes de administraciones anteriores, que se suponía que las iban a absorber ellos, cosa que no hicieron absolutamente jamás”.

## Conclusiones

La trayectoria de *Miradas al Sur* se enmarca en un período histórico signado por los dos mandatos presidenciales de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015). Este semanario dominical del Grupo 23 nació en mayo del año 2008 con el propósito de contrarrestar la ofensiva opositora que comenzaron a desplegar las principales corporaciones mediáticas del país -encabezadas por el Grupo Clarín- a partir de la iniciativa del gobierno nacional para lograr el establecimiento de retenciones móviles a las exportaciones agropecuarias (Resolución 125/2008). El éxito inicial de *Miradas al Sur* actuó como punta de lanza de la posterior expansión del grupo empresario comandado por Sergio Szpolski en el ámbito de los medios gráficos, radiales y televisivos mediante el impulso de la publicidad oficial, asignada discrecionalmente durante esta etapa.

En octubre del año 2009 se sanciona en nuestro país la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), que planteó como objeto exclusivo la regulación de los servicios de radio y televisión. La principal novedad de la llamada Ley de Medios consistió en la reserva del 33% del espectro radioeléctrico para el sector privado sin fines de lucro. Al mismo tiempo, los efectos de la nueva legislación desataron un fenómeno social de carácter amplio en Argentina por el cual el concepto de libertad de expresión y las políticas de comunicación trascendieron los círculos académicos y se instalaron en la agenda cotidiana de debate público. El cambio en la política de medios del gobierno kirchnerista, que hasta ese momento había sido contemplativa con los intereses de los grupos concentrados, desencadenó una “batalla cultural”<sup>145</sup> contra la hegemonía del discurso único y allanó el camino para que una gran cantidad de organizaciones políticas se volcaran a la militancia por una comunicación plural y democrática en todos los ámbitos. De esta forma, el campo de la comunicación se convirtió en un eje relevante de la disputa política y enmarcó el accionar de diversos

---

<sup>145</sup> Término utilizado por la presidenta Cristina Fernández.

movimientos sociales que buscaron crecer en términos organizativos levantando la bandera de lucha contra los monopolios mediáticos.

El Movimiento Evita (ME) nace en el año 2005 como una confluencia de organizaciones piqueteras que decidió acompañar las políticas del gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) en la búsqueda de justicia social, independencia económica y soberanía política. Más allá de la inclusión de la secretaría de Prensa y Comunicación dentro de su estructura organizativa, el ME careció inicialmente de una política cultural visible que estimulara el desarrollo y la gestión de medios de comunicación propios de carácter amplio-no partidario. Más adelante la efervescencia marcada por el intento de hacer plenamente efectiva la LSCA, en el marco de una polarización social creciente que ponía por primera vez en riesgo la continuidad del proyecto político-ideológico iniciado en el año 2003, empujó al Movimiento Evita a participar en forma activa -principalmente desde la preparación de los acontecimientos del 7D (7 de diciembre de 2012)- de la discusión sobre la democratización de las comunicaciones en Argentina y a contemplar seriamente la posibilidad de una intervención directa en el terreno mediático en pos de multiplicar las voces.

Desde su surgimiento en el año 2008, *Miradas al Sur* se caracterizó por tomar posición frente al acontecer de la coyuntura histórica que le tocó vivir: por un lado, apoyó las principales medidas de las dos gestiones presidenciales de Cristina Fernández y, por otra parte, fomentó desde el debate político en profundidad hasta el disenso y la propuesta constructiva. A diferencia de las expresiones más exacerbadas del “periodismo militante” que afloraron en este período, el semanario dominical propició como marca distintiva propia de su labor periodística el ejercicio de la transparencia intelectual y profesional para efectuar un análisis crítico de la realidad social y exigir en forma recurrente una profundización de las políticas “inclusivas” del gobierno nacional.

La llegada del Movimiento Evita a *Miradas al Sur* en noviembre de 2014 se inscribe en el contexto de esta serie de acontecimientos sociales y políticos acaecidos a nivel nacional. Esta tesina intentó desentrañar las razones más profundas del desembarco del ME dentro del semanario del Grupo 23. A pesar del silencio en que se inscribió dicha operación, cabe destacar una hipótesis posible vinculada a la lectura de un factor político de tipo coyuntural: a finales del año 2013 la organización kirchnerista había diagnosticado la necesidad de promover el debate en sectores más amplios de la sociedad -al menos por fuera de la militancia organizada- respecto a errores y limitaciones del proceso político en curso con el objetivo de corregir el rumbo en algunos aspectos y obtener una victoria en las elecciones presidenciales del año 2015.

Cuando se presentó la oportunidad de adquirir *Miradas al Sur*, Fernando “Chino” Navarro cuenta que los principales dirigentes del Movimiento Evita a nivel nacional vieron con beneplácito la idea de “tener un medio con buena acogida, formal y reconocido no sólo en los sectores de la militancia sino también en los sectores periféricos que les interesaba la política, dado que nos permitiría trazar debates e ideas”. Este propósito demandaba la puesta en marcha de una modalidad de prensa diferente a los instrumentos de comunicación partidaria ya existentes, dado que se aspiraba a “una amplitud tal que no necesariamente el criterio expuesto en el medio tenía que ser el criterio decidido por la organización”<sup>146</sup>. *Miradas al Sur* fue concebido como un instrumento apropiado para dicha tarea, puesto que combinaba la posibilidad de brindar información y efectuar análisis político y, al mismo tiempo, contaba con una trayectoria previa que le otorgaba trascendencia de índole pública en la consideración de otros medios de comunicación. Si bien se trata de contextos históricos completamente distintos, la principal inspiración del secretario general Emilio Pérsico y de otros experimentados militantes enrolados en el Movimiento Evita era la experiencia de Montoneros con los diarios *Noticias* y *La Voz* en las décadas de 1970 y 1980, respectivamente.

El traspaso de *Miradas al Sur* ocurrió en forma silenciosa, puesto que contó con una escasa cobertura mediática y nulas declaraciones de los protagonistas. Al mismo tiempo, la campaña de afiches destinada a promocionar el producto periodístico quedó rápidamente sin efecto. El acuerdo sellado entre la cúpula empresarial del Grupo 23 y los dirigentes de la Mesa Ejecutiva Nacional del Movimiento Evita se materializó en el contrato de compra-venta de las acciones de Ultrakem S.A. Dos circunstancias dinamizaron la eficacia de esta operación: en primer lugar, la dirección política del ME tomó la decisión en forma unilateral, es decir, eludió un proceso de consulta interna en relación a la necesidad de adquirir el semanario y, seguidamente, el propietario Sergio Szpolski daba cumplimiento a la determinación empresarial de transferir los activos menos rentables del Grupo 23, puesto que en simultáneo vendió la revista Veintitrés al Grupo Olmos.

El desembarco del Movimiento Evita desató una tormenta a partir de la ruptura del orden imperante dentro del semanario, que alteró la división jerárquica de tareas consolidada en el tiempo y la línea editorial marcada fundamentalmente por el sello de las principales plumas periodísticas. El ingreso del ME en *Miradas al Sur* trajo

---

<sup>146</sup> Testimonio de Carlos Villalba.

aparejado una larga serie de tensiones y conflictos que comenzaron con mayor intensidad y se fueron apaciguando, pero que se mantuvieron latentes durante los trece meses que duró la experiencia, dada la imposibilidad de realizar cambios bruscos en el plantel de periodistas. La conflictividad al interior de la redacción fue una constante durante el proceso de transición que emprendieron Carlos Villalba y Aram Aharonian, flamantes referentes periodísticos designados por la organización, con el objetivo de adaptar progresivamente el semanario a los lineamientos de la nueva etapa. Este período de acomodamiento, que se extendió por el lapso de más de tres meses -tiempo mayor al estipulado en un principio-, tuvo lugar en el marco de la continuidad de la producción periodística y la salida semanal de *Miradas al Sur*.

La sucesión de enfrentamientos entre la nueva cadena de mando y los miembros históricos del comité editorial expresó el intento de redefinir la correlación de fuerzas al interior del semanario. “La redacción se resistía a los cambios”, recuerda el columnista económico Julián Blejmar. De esta forma, los bandos enfrentados buscaban obtener niveles altos de injerencia en la ejecución de los criterios organizativos y editoriales de *Miradas al Sur*. Aharonian cuestiona que “algunos creyeron que podían sabotear desde adentro o se negaron a cambiar línea política porque estaban acostumbrados a imponer sus puntos de vista, sin darse cuenta que eran empleados de una empresa”.

La dificultad para establecer consensos duraderos impidió la conformación de una dirección tripartita que incluyera a Carlos Villalba, Aram Aharonian y Eduardo Anguita, propuesta rechazada por éste último. Finalmente las dos espadas periodísticas ligadas al Movimiento Evita oficializaron en abril de 2015 la creación de la figura de la dirección general, mientras que Eduardo Anguita aceptó quedar abocado a la escritura de una columna que llevaría el nombre de “Panorama semanal”. Previamente se había dictaminado la suspensión definitiva de las reuniones semanales de comité con la participación de directores y editores para discutir la línea editorial del semanario. El carácter prolongado de la transición se explica por esta serie de disputas internas, que desplazaron el foco de la discusión y obturaron la realización de modificaciones profundas en el corto plazo. Villalba explica que “el medio estaba absolutamente definido, establecido, con su línea editorial y de mando. Nos costó mucho hacernos un espacio de decisión compartida”. En tanto, Aharonian plantea que “estábamos en una redacción hipertrofiada donde había 7 jefes y creo que igual cantidad de “indios””.

Los cambios que configuraron la nueva impronta político-mediática de *Miradas al Sur* pueden sintetizarse en tres aspectos de diferente relevancia y repercusión: la incorporación de nuevos suplementos, la renovación estética de tapas y secciones y,

por último, la aparición de una columna especializada en el tema de Economía Popular. La implementación plena de este conjunto de iniciativas se dio recién promediando junio de 2015, séptimo mes de gestión del Movimiento Evita, sin deshacer los principales rasgos identitarios que definieron al semanario a lo largo de su existencia.

La propuesta más ambiciosa en términos periodísticos durante la última etapa consistió en la creación de cinco suplementos nuevos: EconoSur (economía), CampoSur (agricultura), Patria Grande (política internacional), La Batalla Cultural (cultura) y Guay (juventud). Esta serie de publicaciones anexadas al semanario se editaron en forma alternada -a razón de un suplemento por semana en la mayoría de las ocasiones- y reflejaron una vinculación más o menos estrecha con áreas temáticas de interés para el desarrollo de la organización, así como proporcionaron un acercamiento a la perspectiva político-ideológica más amplia del Movimiento Evita.

Este trabajo de investigación indagó fundamentalmente en las características político-comunicacionales de los suplementos EconoSur y CampoSur a partir del grado de injerencia partidaria en su armado: ambos tuvieron la participación directa o indirecta de referentes de mesas sectoriales y áreas gubernamentales ligadas al Movimiento Evita y, además, plantearon el tema de la economía popular como eje transversal de sus discusiones. Esta última cuestión significó en los hechos otorgar una alta trascendencia a la cobertura periodística de las demandas de los trabajadores de la economía informal y visualizar la agenda programática de la Central de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), herramienta gremial impulsada desde los inicios por el ME. Precisamente un año antes de la llegada a *Miradas al Sur*, Emilio Pérsico planteaba como horizonte estratégico de la organización la necesidad de “construir la CTEP en ese proceso que pensamos que hay que reconstruir el campo popular (...) Para nosotros es central la CTEP, reforzar la mesa de los sueños”.

El trabajo de edición periodística de EconoSur corrió por cuenta de los directores generales Carlos Villalba y Aram Aharonian, lo cual revela la importancia asignada a este suplemento de ocho páginas. Sin embargo, la producción de una gran parte de los contenidos funcionó en este caso a partir de un modelo de tercerización en el que la Mesa de Economía del Movimiento Evita (MesE) escribió artículos y encomendó otros a funcionarios y especialistas vinculados a este círculo académico de la organización política. El coordinador de la MesE, Martín Navarro, aclara que “los contenidos eran decididos por la dirección del semanario. Si bien nosotros a veces podíamos proponer, eran finalmente ellos quienes determinaban qué salía y qué no”.

La agenda de EconoSur trascendió ampliamente el objeto de la economía popular, pero el carácter diverso de este abordaje periodístico -que incluyó referencias en torno a la soberanía energética, la distribución de la riqueza y los desafíos de la independencia económica- entró en declive a medida que se acercaba la fecha de la elección presidencial. El tinte partidario del suplemento quedó al descubierto en la edición del domingo 26 de julio de 2015, cuando comunicó en forma solapada la noticia de la futura creación del Ministerio de Economía Popular a través de un extenso artículo de tapa firmado por los referentes económicos del Movimiento Evita y difundido un día antes del anuncio oficial hecho por el candidato a presidente del Frente para la Victoria (FpV), Daniel Scioli.

La aparición en escena de CampoSur se relacionó directamente con la presencia de Emilio Pérsico como máxima autoridad de la Secretaría de Agricultura Familiar en el interregno 2014-2015. Ciertamente, los allegados al secretario general del Movimiento Evita dentro del organismo perteneciente al entonces Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación designaron a Hernán Viudes, trabajador del área de prensa de Agricultura Familiar, como encargado exclusivo de la producción periodística de CampoSur. Mientras que EconoSur tenía la injerencia casi total de Carlos Villalba y Aram Aharonian, el suplemento rural de *Miradas al Sur* permitió la iniciativa de abajo hacia arriba a partir de esta estructura de funcionamiento unipersonal. Viudes, quien no era militante orgánico del Movimiento Evita, revela que “yo proponía notas y discutía con los dos directores. En general había acuerdo. Alguna vez ellos me propusieron porque ocurría algún hecho puntual, pero normalmente eran propuestas por mí”.

La agenda mediática de CampoSur también expresó una concepción amplia signada por la intencionalidad de visibilizar los reclamos más sentidos de los actores rurales subalternos y sus organizaciones, un amplio universo conformado por trabajadores de la agricultura familiar, campesinos, pueblos originarios y pequeños productores. El cruce de temáticas entre CampoSur y EconoSur acaeció en varias oportunidades y se explica por la constante referencia que hicieron diversos artículos periodísticos al tema de la economía popular, cuestión que atravesaba a los millones de excluidos del mercado formal de trabajo tanto en el campo como en la ciudad.

La experiencia de los suplementos estableció un fundamento consistente en la aspiración de convertir a éstos en “unidades autónomas”<sup>147</sup>. Esto implicaba distribuir

---

<sup>147</sup> *Ibíd.*2

los suplementos al margen del semanario en territorios con presencia del Movimiento Evita o de la CTEP, modalidad que llegó a implementarse en forma de prueba piloto. La consolidación de un despliegue de este tipo a lo largo del tiempo requería la necesaria participación de núcleos militantes organizados para garantizar la tarea técnica de la distribución.

El segundo aspecto relevante en la configuración del “nuevo” *Miradas al Sur* estribó en la jerarquización estética de las tapas y de la división en secciones. Las tapas del semanario comenzaron a otorgar una mayor preponderancia al sentido de la imagen y recurrieron al fotomontaje para acrecentar el impacto visual. Durante el año 2015 la diagramación de las tapas apuntó a destacar aún más la imagen principal y redujo significativamente el espacio destinado a la letra descriptiva de la temática. Por otro lado, las diferentes secciones fijas implementaron por primera vez una colorida página par de presentación para potenciar su identificación y visibilidad. Estos “bolsones informativos”<sup>148</sup> incluían una columna de opinión escrita por el editor de cada sección y dejaban lugar para la reproducción de cuatro o cinco gacetillas de prensa ligadas a temas de actualidad. La dirección general del semanario incrementó durante este período la cantidad de páginas correspondientes a la sección Argentina -en detrimento de América Latina- y se encargó de digitar en forma centralizada todos sus contenidos, con excepción de la página introductoria a cargo del editor Francisco Balázs.

Por último, en línea con la decisión premeditada de ensalzar el fenómeno de la economía popular y la acción política de la CTEP, las nuevas autoridades del semanario incorporaron una columna fija que llevó precisamente la denominación de “Economía Popular” y quedó a cargo de Juan Grabois, referente del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) y aliado del Movimiento Evita en la conducción de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular. Esta columna denunció la problemática de millones de excluidos en la Argentina y las desigualdades generadas por la economía global capitalista; asimismo, planteó los alcances de la consigna “Tierra, Techo y Trabajo” desde la perspectiva de los movimientos populares y la economía popular. Desde allí se cuestionó también en reiteradas oportunidades la actuación del Ministerio de Trabajo conducido por Carlos Tomada, puesto que hasta diciembre de 2015 los trabajadores nucleados en CTEP carecieron de un régimen de agremiación que les permitiera ejercer el derecho de sindicalizarse<sup>149</sup>.

---

<sup>148</sup> *Ibíd.*2

<sup>149</sup> Más info en: <http://www.resumenlatinoamericano.org/2015/12/12/argentina-el-ministerio-de-trabajo-creo-un-regimen-de-agremiacion-para-la-ctep/>

Cabe destacar que la gestión del Movimiento Evita al frente de *Miradas al Sur* coincidió con un año electoral clave en el que la organización buscó escalar posiciones de poder dentro del movimiento político gobernante. Por esta razón, las páginas del semanario brindaron una cobertura exhaustiva de las actividades proselitistas y difundieron las propuestas del precandidato a presidente Jorge Taiana, dirigente del Movimiento Evita, hasta la declinación de esta apuesta política en mayo de 2015. En el último tramo de la campaña la agrupación liderada por Emilio Pérsico se dedicó a apoyar enfáticamente la postulación de Daniel Scioli y a bregar por la creación de un Ministerio de Economía Popular, temáticas que tuvieron un fuerte asidero en la agenda de *Miradas al Sur* a partir de la consigna unificadora “Tierra, Techo y Trabajo”. Carlos Villalba reconoce que, a medida que se acercaba la primera vuelta electoral de octubre de 2015, “la agenda político-partidaria de la gente vinculada al Evita se sintió”. Sin embargo, la sucesión de resultados desfavorables que afectaron a la coalición Frente para la Victoria en la provincia de Buenos Aires y en el ballottage presidencial desencadenó en forma inesperada el final vertiginoso de *Miradas al Sur* durante el primer mes de gestión del presidente electo Mauricio Macri.

Al igual que con la adquisición de Ultrakem S.A. un año antes, la decisión de cerrar el semanario fue tomada en un pequeño círculo que incluyó únicamente a las altas esferas de la Mesa Ejecutiva Nacional del Movimiento Evita. Ni siquiera los directores generales de *Miradas al Sur* conocieron de antemano esta determinación, puesto que se enteraron del cierre a través del mismo telegrama de despido que recibieron los demás trabajadores a finales de diciembre de 2015. Desde la asunción de Macri, el semanario editó sus últimas tres ediciones solamente en formato digital por falta de pago a la imprenta. La acumulación insostenible de deudas en medio de dificultades económicas y la falta de cumplimiento del contrato que habían acordado con la anterior administración del Grupo 23 se convirtieron en los principales argumentos utilizados por los propietarios del medio gráfico para justificar el rápido desenlace. El accionista de Ultrakem S.A. y dirigente del Movimiento Evita, Gerardo Rico, aduce que “era absolutamente incorrecto mantener en funcionamiento un medio de comunicación cuando había una deuda millonaria con los trabajadores”, refiriéndose a los aportes previsionales y de obra social impagos desde la época en que el semanario dominical era gestionado por los empresarios Sergio Szpolski y Matías Garfunkel. Fernando “Chino” Navarro agrega que “nunca logramos salir de esa maraña legal y económica, por lo que nos parecía más razonable buscar la forma de resolver el problema de los trabajadores que seguir con un medio que, a la larga, no lo íbamos a poder sostener”.

Esta tesina dio cuenta que, al déficit económico estructural de *Miradas al Sur*, se sumó en el último año la incapacidad de la gestión entrante para ir en búsqueda de nuevos auspiciantes por fuera del circuito de la publicidad oficial provista por el Poder Ejecutivo Nacional. Si bien la nueva dirección del semanario puso a disposición un plan para atraer el favor económico de ciertos sindicatos y universidades del conurbano bonaerense, los interlocutores de Ultrakem S.A. prefirieron ignorar esta idea. Previamente *Miradas al Sur* tenía acceso a la publicidad privada producto de su inclusión en el paquete comercial que abarcaba a toda la estructura de medios del Grupo 23. En el encuentro a solas que sostuvieron a comienzos del año 2016 para hacer un balance final de la experiencia, Carlos Villalba recriminó a Emilio Pérsico que se trató de “un medio sin empresa”. Este planteo responde a tres factores condicionantes que explican en parte la falta de respuestas del “mercado” a la que hacía alusión Aram Aharonian en el capítulo IV.

En tiempos de fuerte caída generalizada en la circulación de los medios impresos, la última etapa de *Miradas al Sur* fue transitada sin relanzar formalmente el producto periodístico de cara a la opinión pública. Esta instancia provocó la reaparición de cortocircuitos entre la dirección general del semanario y los accionistas de Ultrakem S.A. -Rico, Lorenzo y Pallialef- a partir de la decisión de estos últimos de obviar la salida de una campaña comunicacional de afiches para difundirse en la vía pública. Carlos Villalba se pregunta: “¿Cómo vas a hacer un cambio como el que se hizo sin hacer un relanzamiento que le demostrara a la sociedad y a la comunidad de lectores que no era más tal, sino que era tal?”.

Segundo, la deficitaria cobertura de los circuitos de distribución repercutió negativamente en la llegada del semanario a potenciales nuevos lectores. Este problema se venía arrastrando desde la gestión anterior y alcanzó su punto más crítico durante la última etapa: allí los principales referentes periodísticos comprobaron con sus propios ojos la escasa cantidad de puestos de diarios y revistas que vendían *Miradas al Sur* en la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. Aharonian cuenta a modo de anécdota que “un domingo descubrí que en la calle Florida no estaba *Miradas al Sur*. El kiosquero me dijo que era “porque en la calle Florida no hay nadie sábado y domingo”. Al distribuirse como diario los domingos, además quedaba a la vista sólo el mismo día”. Villalba revela que “yo iba a los kiosqueros y no sabían que existía *Miradas al Sur* ya”. Más allá de la ausencia de datos oficiales provistos por el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC) para el año 2015, los diferentes

entrevistados coinciden en que los niveles de venta del semanario continuaron en caída libre durante este período.

En tercer lugar, la falta de un consenso unificado en torno al tipo de medio gráfico que se buscaba construir provocó algunas inconsistencias en la nueva propuesta editorial de *Miradas al Sur*. Este confusionismo reinante se manifestó a partir de la novedosa faceta popular que desplegaron algunas tapas del semanario (Ej.: la utilización de la imagen del superclásico entre River Plate y Boca Juniors para aludir al conflictivo vínculo entre nuestro país y el Fondo Monetario Internacional<sup>150</sup>) en paralelo con la ratificación de un estilo periodístico marcado por el abordaje profundo de los contenidos y la complejidad del lenguaje utilizado. Esto iba en detrimento del supuesto objetivo de acercar el semanario a nuevos sectores sociales y culturales con los que el Movimiento Evita aspiraba a estrechar vínculos. Es preciso señalar que Eduardo Anguita y Daniel Cecchini siempre consideraron al semanario como “un medio de nicho”; sin embargo, la nueva dirección general encabezada por Villalba y Aharonian rompió con esta caracterización e incluyó el término “masivo” para referirse a *Miradas al Sur*. Lo paradójico es que el propio Fernando “Chino” Navarro fijó otro punto de vista sobre el semanario: “obviamente no iba a ser un instrumento de masas, sino con llegada más selectiva. Se pensaba en algo más humilde, dando un aporte también desde las redes sociales”.

El paso del Movimiento Evita por el semanario *Miradas al Sur* a lo largo de trece meses adquiere un valor simbólico relevante en tanto se posicionó como el eslabón tardío de una progresión histórica marcada por el protagonismo de diversas organizaciones populares en la puesta en marcha de publicaciones impresas de carácter amplio-no partidario, modalidad que alcanzó su esplendor en la década del '70 del siglo pasado en una época signada por el auge de la lucha de clases en nuestro país. El caso analizado en esta tesina se halló muy lejos de los niveles de repercusión y masividad obtenidos por sus fuentes inspiradoras, puesto que encontró como principal obstáculo la consumada migración global de públicos hacia el formato digital. Asimismo, el Movimiento Evita ingresó en un semanario con una estructura organizativa y un estilo periodístico asentados a lo largo del tiempo: esta serie de particularidades, que en un primer momento se habían visualizado como ventajosas, achicaron el margen de maniobra para amoldar el producto a las nuevas características deseadas sin ningún tipo de ataduras ni condicionamientos. “Eran trenes que tenían su vía y era muy difícil sacarlos”, detalla Carlos Villalba. Agobiado

---

<sup>150</sup> Edición impresa del domingo 10 de mayo de 2015.

por el transcurrir de los meses y por una subordinación inherente a los vaivenes electorales de la política argentina, el proyecto de reposicionar a *Miradas al Sur* dentro de un segmento cada vez más reducido del mercado de medios se transformó en una verdadera odisea. Fernando “Chino” Navarro sentencia a través de esta frase el derrotero final de la experiencia: “A la luz de los acontecimientos, quizás tendríamos que haber hecho otra cosa”.

## Bibliografía

- ALONSO, Belén (2007). Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62.
- ARONSKIND, R. y VOMMARO, G. (eds.) 2010. Campos de batalla. Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario. Buenos Aires: Prometeo.
- ARUGUETE, Natalia (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting [versión electrónica], *Ecos de la comunicación*.  
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>
- BALDONI, Micaela (2012) La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea. *Quórum Académico*, Vol. 9, N° 2, pp. 213-245. Universidad del Zulia, Venezuela.
- BARD WIGDOR, G. y RASFTOPOLO, A. (2014) En torno a los modos actuales de organización y participación política: el caso de La Tosco en el Movimiento Evita. En: *Revista Trabajo y Sociedad* N°23, Vol. XXVII, Invierno. UNSE-CONICET, Santiago del Estero.
- BECERRA, Martín (2010) Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina. Publicado en Lugones, Gustavo y Flores, Jorge (comps.), *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario*. Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, p. 139-165.
- BECERRA, M. y MASTRINI, G. (2011) Transformaciones en el sistema de medios en la Argentina del siglo XXI. Working Paper N° 21, Plataforma Democrática.

- BECERRA, Martín (2015) De la concentración a la convergencia: medios, políticas y redes -1º ed.- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2015.
- BERTUCCI, Alejandra (2013) Sobre la Industria cultural. Horkheimer y Adorno. Texto publicado en *Problemas filosóficos contemporáneos. Cuaderno de cátedra. Perspectivas sobre filosofía, arte y comunicación*. Comp. Analía Melamed. Cuadernos de cátedra de la Facultad de Periodismo y comunicación social de la UNLP.
- BOITO, M, GROSSO J. y TORO CARMONA, E. (Comp.) (2011) Transformación social, memoria colectiva y cultura(s) popular(es). Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora.
- BOLAÑO, César y MASTRINI, Guillermo (2002) Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional. En: *Matrizes Comunicacionais Latino-Americanas. Marxismo e Cristianismo*, Unesco – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo.
- BRUNO, D., COELHO, R. y PALUMBO, M. (2017) Innovación organizacional e institucionalización conflictiva de las organizaciones de la economía popular. El caso de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). Argumentos. Publicación del Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- BUONUOME, Juan (2011) El PS, la prensa y la cultura popular: apuntes para una historia de La Vanguardia como objeto gráfico y político (1912-1930). IX Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- BUONUOME, Juan (2014) Cultura impresa, periodismo y cultura socialista en la Argentina (1894-1905). Tesis de Maestría en Investigación Histórica. Universidad de San Andrés.
- BURGOS, Carlos Quito (2015) Prensa popular y revolucionaria argentina 1955-1975. Editorial Nuestra América.
- CANTAMUTTO, Francisco (2013) El kirchnerismo como construcción hegemónica populista. *Debates Urgentes*, Año 2, N°3.
- CANTAMUTTO, Francisco (2017) Fases del kirchnerismo: de la ruptura a la afirmación particularista. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, núm.74, Universidad Autónoma del Estado de México.
- CAPDEVIELLE, J. y FREYRE, M. (2013) El concepto de lucha en la sociología de Bourdieu. *Revista Ciencias Sociales* 140, pp. 111-124.

- CARRERA, Pablo y DENZA, Néstor (2016) Prensa para la revolución. Comunicación política y de masas en el PRT-ERP y Montoneros. 1ª ed. - Temperley: Tren en Movimiento.
- CEDILLO CARRILLO, Natalia (2012) Prensa partidaria y canción popular en la contienda política. Discursos subalternos en Ecuador años 70 y 80. FLACSO – Sede Ecuador.
- CURRAN, James (1998), “Repensar la comunicación de masas”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), Estudios culturales y comunicación, Paidós, Barcelona, p. 187-255.
- CUSCUELA, Fernando (2008) El desafío de los diarios impresos argentinos en la era digital. Centro de Investigación en Entretenimientos y Medios. Universidad de Palermo.
- DÍAZ, Jorge y MÍGUEZ, Gustavo (2013) La Gazeta de Buenos Ayres y las donaciones realizadas por la fundación de la Biblioteca Pública (1810). Revista Electrónica de Fuentes y Archivos. Centro de Estudios Históricos “Prof. Carlos Segreti”, Córdoba (Argentina), año 4, número 4, pp. 246-265.
- ESCOBAR, ÁLVAREZ y DAGNINO (2001) “Introducción: lo cultural y lo político en los movimientos sociales latinoamericanos”, en: Arturo Escobar, Sonia Álvarez y Evelina Dagnino (eds.), Política cultural y cultura política. Una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos, Bogotá, Taurus/Icanh
- ESPOSITO, F.; GARCÍA ORSI, A.; SCHINCA, G.; SESNICH, L., eds (2011) El naturalismo en la prensa porteña: reseñas y polémicas sobre la formación de la novela nacional: 1880-1892 / 1ª ed. / La Plata, Universidad Nacional de La Plata.
- ESQUIVADA, Gabriela (2004) El diario “Noticias”. Los Montoneros en la prensa argentina. Ediciones de periodismo y comunicación, La Plata: Universidad Nacional de la Plata, 2004.
- FERNÁNDEZ, Mariano (2013) Mediatización de la política en la Argentina kirchnerista: figura presidencial, periodismo militante y disputas por la toma pública de la palabra. X Jornadas de Sociología, Universidad de Buenos Aires.
- FERREÑO, Laura (2014) “En nombre de los otros”. Ciudadanía y políticas culturales. En: *Culturas políticas y políticas culturales*. Fundación de Altos Estudios Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- FUENTES, Carola (2006) ¿Es viable el periodismo investigativo? Cuadernos de Información, núm. 19, pp. 70-75. Pontificia Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile.

- GALÁN-GAMERO, J. (2014) Cuando el 'cuarto poder' se constituye en cuarto poder: propuestas. *Palabra Clave* 17 (1), pp. 150-185.
- GAMBINA, Julio (2006) Políticas culturales, hegemonía y emancipaciones. *Aportes para el Debate*. Disponible en: <https://www.asociacionag.org.ar/pdfaportes/23/06.pdf>
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1987) *Políticas culturales en América Latina*. Editorial Grijalbo, México, D.F.
- GARNIER, Jean Pierre (2015) La invisibilización urbana de las clases populares. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, Nº 130, 2015.
- GIGLIANI, Guillermo (2013) El Modelo Neodesarrollista: Escasez de dólares y estancamiento industrial. En: Anuario EDI. La economía en el escenario político pos-electoral. Publicación de los Economistas de Izquierda.
- GÓMEZ, Gustavo (2013) Ponencias centrales. La regulación democrática de los medios de comunicación. En: *La democratización de la comunicación y la información en América Latina*. CIESPAL, Ecuador.
- GOMIS, Lorenzo (1991) *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Ediciones Paidós Ibérica, España.
- GONZÁLEZ ALCARAZ, Luis (2013). *Agenda periodística y criterios de noticiabilidad en la producción de noticias ambientales. Un estudio en la prensa local*. X Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- HALL, Stuart (1984) Notas sobre la deconstrucción de «lo popular». Publicado en Samuel, Ralph (ed.). *Historia popular y teoría socialista*, Crítica. Barcelona, 1984.
- HERMIDA, María Eugenia / MESCHINI, Paula (2016) Notas sobre la nueva institucionalidad del ciclo de gobierno kirchnerista: demandas populares, conquistas legales, referencias institucionales. *Revista Cátedra Paralela*, Nº 13.
- KITZBERGER, Philip (2012): "La madre de todas las batallas: el kirchnerismo y los medios de comunicación". En: Malamud, Andrés y De Luca, Miguel (comp.) *La política en tiempos de los Kirchner*, Eudeba, Buenos Aires.
- KOHAN, Néstor (2013), *En la selva. Los estudios desconocidos del Che Guevara*, Buenos Aires, Amauta Insurgente, Yulka Editorial, Ediciones La Lllamarada, 2013.
- LENIN, Vladimir (1985) *Acerca de la prensa y la literatura*, Buenos Aires, Ateneo.

- LETTIERI, Alberto (2008) *La civilización en debate. Historia contemporánea de las revoluciones burguesas al neoliberalismo*, Prometeo, Buenos Aires, 2008, nueva edición corregida.
- LEVENBERG, Rubén (2012) *Del artículo de opinión a la información editorializada*. Congreso de Periodismo y Medios de comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- MAC BRIDE, Sean y otros (1980) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México.
- MAGGIO, Marcelo (2012) *Diario El Mundo: PRT-ERP: prensa masiva para una política de masas*. – 1ª ed. Buenos Aires : Editorial Cooperativa El Río Suená.
- MALDOVAN, Johanna y otros (2017) *Políticas públicas e instituciones de regulación socio-laboral para la Economía Popular. Supuestos y tensiones en el debate por la ley de Emergencia Social*. Congreso Nacional de Estudios del Trabajo. *El trabajo en conflicto. Dinámicas y expresiones en el contexto actual*. Buenos Aires, 2, 3 y 4 de agosto de 2017.
- MANCUSO, Mariano (2015) *La Voz, el otro diario de los montoneros*. Buenos Aires : Punto de Encuentro.
- MANGONE, Carlos (1990) *Políticas culturales e izquierda, una relación difícil*. En: *Utopías del Sur*, Nº 5.
- MANGONE, Carlos (2005): “Algunos aspectos de las políticas culturales”, en *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, Nº 1, Buenos Aires.
- MANINI, Mauricio (2017) *Prensa Latina y Telesur TV, surgimiento y limitaciones de dos medios de comunicación con ideales contrahegemónicos*. *Sphera Publica*, 1 (17), 81-94.
- MARINO, S.; MASTRINI, G.; BECERRA, M. (2010) *El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina*. *Revista Oficios Terrestres*. Año XVI, Nº 25.
- MARTINI, Stella (2000). *Periodismo, Noticia y Noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- MARTINS, Nicolás (2015) *Informalidad laboral en Argentina tras ocho años de crecimiento económico (2003-2011): una relación positiva con variables que reflejan el núcleo duro de la informalidad*. Documento de trabajo No. 53 del Departamento de Investigación “Francisco Valsecchi”. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Católica Argentina.

- MARTOCCI, Federico (2014) La política cultural del Partido Socialista en el territorio nacional de La Pampa: dispositivos y prácticas de intervención de sus dirigentes e intelectuales (1913-1939), EdUNLPam.
- MASTRINI, G. (2009) Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación. Buenos Aires, La Crujía, 2a edición ampliada.
- MC CHESNEY, Robert (2000) The political economy of communication and the future of the field, *Media, Culture and Society*, Sage, London, Vol. 22, pp. 109-116.
- MC COMBS, Maxwell (2009) An Agenda-setting Notebook. University of Texas, Austin, primavera.
- MENDOZA ROMERO, Nydia (2011) Políticas culturales y cultura política en una organización campesina del Magdalena Medio colombiano. *Nómadas* 34. Universidad Central, Colombia.
- MESTMAN, Mariano, "Semanario CGT. Rodolfo Walsh, periodismo y clase obrera", en *Revista Causas y Azares*, Año IV, N°6, Buenos Aires, 1997b.
- MOSCO, Vincent (2006) La Economía Política de la Comunicación. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 57-79.
- MUÑOZ, M. y VILLAR, L. (2017) Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP en la CGT). Entre la organización sindical y el conflicto político-social (Argentina, 2011-2017). *Crítica y Resistencias. Revista de conflictos sociales latinoamericanos* N° 5. Colectivo de Investigación El Llano en Llamas.
- NATALUCCI, Ana (2008), "De los barrios a la plaza. Desplazamientos en la trayectoria del Movimiento Evita", en Pereyra, S.; Pérez, G. y Schuster, F., *La huella piquetera. Avatares de las organizaciones piqueteras pos crisis de 2001*. Al Margen, La Plata.
- NATALUCCI, Ana (2011), Entre la movilización y la institucionalización, *Polis* [En línea], 28. Publicado el 13 abril 2012, consultado el 01 julio 2018. URL : <http://journals.openedition.org/polis/1448>
- NATALUCCI, Ana (2012) Los movimientistas. Expectativas y desafíos del Movimiento Evita en el espacio kirchnerista (2003-2010). En: "Vamos las bandas. Organizaciones y militancia K", editado por Germán Pérez y Ana Natalucci. Nueva Trilce, Buenos Aires, pp. 27-53.
- NOVELLE, Solange (2013) *Intensidad, dimensión y extensión del conflicto en torno a la Resolución 125/08* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de San Martín. Escuela de Política y Gobierno.

- PAGNI, Florencia y CESARETTI, Fernando (2009) "De hoja facciosa a empresa periodística moderna. La transformación finisecular del diario La Capital de Rosario", en *Revista La memoria de nuestro pueblo*, Rosario, año V, núm. 49.
- PAULI, María Cristina (2012) Democratizar la comunicación. "Estudio y propuesta para la gestión de la radio de la Universidad Nacional de La Plata". Especialización en Comunicación Radiofónica. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.
- PÉREZ, Germán (2010), "El malestar en el concepto. Ejes de un debate teórico acerca de los movimientos sociales en Latinoamérica", Massetti, A., Villanueva, E. y Gómez, M. *Movilizaciones, protestas e identidades políticas en la Argentina del Bicentenario*, Nueva Trilce, Buenos Aires.
- POGLIAGA, Diana (2017) La grieta como negación de la política. Bordes. *Revista de Política, Derecho y Sociedad*.
- RAMB, Ana María (2005). "La carta robada" en Julio C. Gambina (comp.), *Moloch Siglo XXI. A propósito del Imperialismo y las Cumbres*. Buenos Aires, Ediciones del CCC.
- RAMONET, Ignacio (2006) *Cien Horas con Fidel*. Oficina de Publicaciones del Consejo de Estado. La Habana.
- RAMONET, Ignacio (2011) *Medios de comunicación. ¿Un poder al servicio de intereses privados?* Fundació Alfons Comín. Ponencia disponible en: [http://www.fdacomin.org/media/20110801120606\\_IgnacioRamonet\\_cast.pdf](http://www.fdacomin.org/media/20110801120606_IgnacioRamonet_cast.pdf)
- RETAMOZO, Martín y GARRIDO, Jaime (2010) Orden y conflicto: reestructuración neoliberal y respuestas colectivas de los sectores populares urbanos en Chile y Argentina. *Revista Líder*, vol. 17, año 12, pp. 95-117.
- RETAMOZO, Martín (2012) *Movimientos sociales: subjetividad y acción de los trabajadores desocupados en Argentina*. México: FLACSO, México.
- RETAMOZO, M. y Di Bastiano, R. (2017) *Los movimientos sociales en Argentina. Ciclos de movilización durante los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner 2003-2015*. Cuadernos del CENDES. Dossier: Argentina durante la postconvertibilidad. Año 34, N° 95. Tercera Época. Caracas, Venezuela.
- RODRÍGUEZ, Andrés (1992) Poder y políticas en las organizaciones. *Psicología Política*, N° 5, 99-115.

- ROSENBERG, Laura (2014) La socialización laboral de jóvenes periodistas del diario Tiempo Argentino. Tesis para optar por el título de Magíster en Sociología de la Cultura y el Análisis Cultural, UNSAM.
- SABA, Roberto (2008) Censura indirecta, publicidad oficial y diversidad. En: "Desafíos y oportunidades para la promoción, defensa y ejercicio de la libertad de expresión en Argentina y América Latina: hacia la definición de una agenda de trabajo". Asociación por los Derechos Civiles, Buenos Aires, Argentina.
- SÁNCHEZ RUIZ, E. y GÓMEZ GARCÍA, R. (2009) La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación. En: *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- SARLO, Beatriz (1984) Argentina 1984: La cultura en el proceso democrático. Nueva Sociedad Nro. 73. Julio-Agosto de 1984, pp. 78-84.
- SEGURA, María Soledad (2011) La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Argumentos. Revista de crítica social, 13.
- SERRANO, PASCUAL (2010) El periodista, la objetividad y el compromiso. Le Monde Diplomatique, marzo 2010. Disponible en: [http://www.medelu.org/IMG/pdf/PERIODISMO\\_SERRANO\\_p23.pdf](http://www.medelu.org/IMG/pdf/PERIODISMO_SERRANO_p23.pdf)
- SCHUTTENBERG, Mauricio (2010). Orígenes, mutaciones, continuidades y rupturas de las organizaciones "nacional populares" insertas en el kirchnerismo. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica.
- SVAMPA, M. y PEREYRA, S. (2004). *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*. Buenos Aires: Biblos.
- SVAMPA, Maristella (2011) Del centro político al retorno al barrio. Publicado en Le Monde Diplomatique, edición Cono Sur. Diciembre 2011, N°150.
- SVAMPA, Maristella (2013) La década kirchnerista: Populismo, clases medias y revolución pasiva. LASA Forum, Volume xlv: issue 4.
- TAPIA, Luis (2009) Movimientos sociales, movimientos societales y los no lugares de la política. Cuadernos del Pensamiento Crítico Latinoamericano N°17. CLACSO, Buenos Aires.
- TRINELLI, Arturo (2011) Artículo disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-181310-2011-11-16.html>

- VERMAASEN, Marco (2016) *Censura blanda en Argentina (2008-2011)*. Publicidad oficial, utilización política del sistema regulatorio y presiones informales. Universidad de San Andrés, Buenos Aires.
- VILÁ, Daniel (2017) *Diario Sur: Ideas, información y compromiso político*. Ediciones del CCC.
- VINCENT, Lucía (2017) *El kirchnerismo y los medios: entre el control y la polarización*. *Temas y Debates* 34, Año 21, pp. 101-124.
- VINELLI, Natalia (2002) *ANCLA, Una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh*. Buenos Aires: Editorial La Rosa Blindada.
- VINELLI, Natalia (2012), "Por una televisión alternativa y masiva". En Vinelli, N. (comp.), *Comunicación y televisión popular. Escenarios actuales, problemas y potencialidades*. Buenos Aires, Cooperativa Gráfica El Río Suena.
- WILLIAMS, Raymond (1980) *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona.
- WILLIAMS, Raymond (1981) *Culture*. Glasgow: Fontana.



Tapa - Domingo 15 de febrero de 2015

# MIRADAS AL **SUR**

DEL 2 AL 8 DE AGOSTO DE 2015 | Buenos Aires, Argentina · Año 8 · Número 376  
Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata: \$18 · Resto del país: \$20 · SSN: 1853-0443  
EDICIÓN DE 56 PÁGINAS

DESIDIA

## 400 mil hectáreas perdidas de bosques

Páginas 17 a 19



MARTIN GATZ

## SCIOLI, CON LAS ORGANIZACIONES SOCIALES



PAULINA KUBELLE

VÍA CRUCIS DE LA OPOSICIÓN. Páginas 3 y 5



Diez años de TELESUR. La copa medio llena o la copa medio vacía.



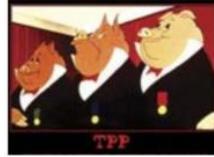
Tapa - Domingo 2 de agosto de 2015

# MIRADAS AL SUR

DEL 27 AL 31 DE OCTUBRE DE 2015 | Buenos Aires, Argentina - Año 8 - Número 388  
Ciudad de Buenos Aires, Gran Buenos Aires y La Plata: \$18 - Resto del país: \$20- SSN: 1853-0443

A 10 AÑOS DEL NO AL CA

TPP: libre comercio es sólo una excusa



CONTRATAPA



En busca de un explicólogo

# Ganó Scioli Hay segunda vuelta

CAMBIEMOS LOGRÓ ACERCARSE AL FPV  
MARÍA EUGENIA VIDAL SE IMPUSO EN LA PROVINCIA  
DE BUENOS AIRES A ANÍBAL FERNÁNDEZ

la batalla cultural

FITOGRAFÍA. Entrevista exclusiva con Rodolfo Páez.



Tapa - Martes 27 de octubre de 2015



## ECONOMÍA POPULAR EN BUSCA DE UN ESTADO



### EL COMERCIO DE LOS CHICOS

Ferias y mercados populares en el espacio público, generados por productores desplazados del circuito formal concentrado.

→ [Página 24](#)

### PESCA ARTESANAL

Los argentinos reciben a diario pescado y moluscos frescos en su mesa provenientes del confin más austral hasta las regiones subtropicales.

→ [Página 26](#)

### EL SUR ARMA SU BANCO

El presidente Nicolás Maduro anunció la inminencia de la puesta en marcha de la entidad de apoyo a un desarrollo de nuevo tipo.

→ [Página 28](#)



TRABAJO AGRARIO

## PRODUCCION, COMERCIALIZACIÓN Y ¿ESTADO?

**OPINAN LOS QUE SABEN**

Federación Agraria, Fecofe y el Movimiento Agrario Misionero plantean sus propuestas para la participación estatal en el proceso.

→ Páginas 24-25

**DIAMANTES NEGROS**

Desde la provincia de Buenos Aires, la Argentina se sumó al selecto grupo de países que cultivan trufas, un hongo que cotiza muy alto.

→ Página 26

**CON EL FRÍO LLEGÓ EL LOCRO**

Desde Tucumán, Eva Leal cuenta los secretos de esta comida argentina y americana y el rito que rodea la preparación del plato de los incas.

→ Página 28

## MIRADAS DEL EDITOR



FRANCISCO BALÁZIS

## El ajuste inoxidable

El revuelo que produjo el video difundido el pasado domingo en el programa de Roberto Navarro, que se emite por CSN, mostrando a tres operadores políticos que trabajan de consultores económicos, Miguel Ángel Broda, José Luis Espert y quien fuera candidato del PRO Carlos Melconian, pareció como una revelación acerca del "ideario neoliberal criollo", cómo si fuera la primera vez que se les escucharan sus recetas y visiones de modelo de país. El video, colgado en you tube desde hace más de dos meses, data del mes de abril en el marco del almuerzo mensual organizado por el Consejo Interamericano de Comercio y Producción (Cicyp) que preside Eduardo Eurnekian, ante una concurrencia de aproximadamente 300 empresarios.

En el video se lo ve a Broda destacando en su habitual tono parsimonioso, que el ajuste que se viene es "inexorable". Luego, agregó que si fuera necesario sería "a los golpes".

Broda viene de lejos con sus diagnósticos de coyuntura y expectativas económicas: dólar a treinta o cincuenta pesos o el número que le pinte esa semana. Fue uno de los habituales asistentes al programa de Bernardo Neustadt y Mariano Grondona, desde mediados de la década del ochenta, cuando la economía le hablaba a Doña Rosa. En el caso de Espert, su aparición llegó un poco más tarde como la expresión más pura de los noventa, cuando ya los economistas habían tomado control de la escena mediática desparramando sus verdades y pronósticos irrefutables. Los disparates acumulados a lo largo de sus carreras los dejaría fuera de toda credibilidad, si no fuera porque su ámbito de repercusión es el que el reducido grupo de empresarios que requieren de sus servicios y luego por parte del espacio que les otorgan los medios concentrados funcionales a sus propios intereses.

Espert, cuya violencia verbal procura la provocación hasta el ridículo, apuntó, entre otras animaladas, que: "Las paritarias son un concepto fascista". Esto mismo no era la primera vez que se le escuchaba decir, más aún, es una de sus frases favoritas para provocar a las teleaudiencias y producirles goce a sus empresarios que tanto tiempo les prodigan. En realidad, nada de lo que dicen es nuevo. Anclados en un pasado que los condena, forman parte del elenco estable que muchos empresarios pagan por escucharlos decir lo que quieren escuchar. No hay rigurosidad en sus planteos ni esfuerzos intelectuales que sustenten sus posiciones. Son, más bien, encantadores de políticos y empresarios con escasa o nula formación o nociones de economía. En el caso de los grandes empresarios, la realidad es que no los escuchan con seriedad ni pierden el tiempo ni menos siguen sus consejos, ni con los Broda o Espert ni ninguno de ellos. Solamente, les brindan una ayuda de tipo mediática para instalar condiciones que optimicen sus negocios, es decir, el ajuste, que no es inexorable, pero si una herramienta inoxidable para el uso regular con el que pretenden imponer devaluaciones. En cambio, la aparición, esta semana, de otro video, en este caso mostrando al presidente del Banco de la Ciudad de Buenos Aires, Federico Sturzenegger, en un sinceramiento patético de cómo el gurú Durán Barba les dicta el guión de lo que deben y no deben decir. Esto lo explica en inglés, ante un auditorio gringo que difícilmente lograra comprender la necesidad de ir tan lejos en semejante confesión y, sumisamente, entregan su futuro político a un señor que, a esta altura, les está robando la plata.

## AL PASO

## → Ahora 12

## Ventas por casi 25.000 millones

De acuerdo con Economía, el programa de compras de productos de fabricación nacional en cuotas sin interés "Ahora 12" alcanzó ventas por 24.500 millones de pesos, a través de más de 13 millones de operaciones, en más de 161.400 comercios.

Desde su aplicación, los rubros de mayor consumo son Indumentaria (38%), Materiales para la construcción (20%) y Línea blanca (14%). De acuerdo con el Gobierno, el programa busca "promover la demanda y el consumo frente a un contexto de crisis internacional desfavorable", y sortear "las conductas especulativas por parte del sector financiero local, que había restringido los créditos al consumo".



## → Techo amarillo

## Para esconder a los pobres

El gobierno de la Ciudad está instalando un "techo verde" a ambas vías de la autopista Illia, entre las villas 31 y 31 bis, supuestamente para proteger a los habitantes de los barrios de los objetos que se tiran desde los autos que circulan por la vía. La obra, que fue presentada como "protección ecosustentable", intenta salvaguardar a los vecinos de las villas que se encuentran debajo y, a la vez, funcionar como un "pulmón", según palabras de los funcionarios a cargo.

Pero para Virginia González Gass, miembro de la Comisión de Políticas de Promoción e Integración Social, "el PRO, en vez de trabajar por la urbanización se dedica, siempre, a separar a los pobres de los ricos".

## → Anses

## Jubilados: FGS crece un 443,3%

El Fondo de Garantía de Sustentabilidad (FGS) que administra la Anses alcanzó los \$ 532.838 millones el pasado mes de junio, lo que representa un aumento del 443,3% respecto de cuando el Estado asumió el control de esos fondos en el 2008, unos \$ 98.082 millones, que eran controlados por el sistema financiero, con escándalos como la compra de acciones sobreluadas del Grupo Clarín. La variación interanual fue del 30%. La cartera se compone en un 63,6% por títulos públicos nacionales; 12,4% en proyectos productivos e infraestructura; 11,6% en acciones; 2,7% en fondos comunes de inversión, 2,4% en préstamos a beneficiarios del SIPA (Tarjeta Argentina), plazo fijos representa el 1,5% y las disponibilidades (liquidez y otros) constituyen el 2,0%. Desde la Anses se destaca que los objetivos del Fondo son contribuir al desarrollo sustentable de la economía nacional, preservar los recursos destinados a la Seguridad Social y atenuar el impacto negativo que pudiese tener la evolución de variables económicas y sociales sobre el régimen de Seguridad Social.



## → El más joven

## Un radical para Magdalena



Julián Ganón tiene 25 años y es el candidato a intendente más joven de la provincia de Buenos Aires; aspira a conducir los destinos de Magdalena, un pueblo de alrededor de 12 mil habitantes, a 40 kilómetros de La Plata.

Quiso ir a elecciones junto a la boleta electoral de Ernesto Sanz, pero lo bajaron del frente UCR-PRO-CC por negarse a apoyar a Macri. "Entiendo que nuestro partido no tiene nada que ver con el PRO. A lo largo de la historia, la

UCR ha mantenido una línea gruesa de pensamiento que es antinómica a esas ideas; lamentablemente, algunos dirigentes se encargaron de traicionar esa línea y llevaron al partido a una decadencia ideológica manifiesta. Frases como esta muestran a un radical de estirpe y explican la persecución institucional contra su propuesta.

Si hace falta más, Julián afirma que "el PRO es el paradigma del partido político conservador en la Argentina, con una clara concepción liberal del mercado, y nosotros somos la socialdemocracia, defensores de un Estado presente para transformar el país. No somos ni siquiera parecidos y a los que queremos otra Argentina nos deben unir las coincidencias y no el espanto".

El domingo próximo conforará, sin arriar las banderas del partido de Irigoyen y Alfonsín.

## → Homenaje

## Ortega Peña, a 41 años de su muerte

El 131 de julio de 1974 caía acribillado por las balas de la organización parapolicial Alianza Anticomunista Argentina Rodolfo Ortega Peña, historiador, abogado de presos políticos y diputado nacional.

Con sus 38 años, Ortega Peña fue la primera víctima reivindicada por la organización parapolicial Triple A. Vinculado a historiadores revisionistas como Juan José Hernández Arregui y Rodolfo Puiggrós, se destacó por su denuncia sobre la desaparición del obrero metalúrgico Felipe Valle en su trabajo *Felipe Valle: proceso al sistema*, junto a su eterno compañero Eduardo Luis Duhalde, quien llegara a ser secretario de Derechos Humanos con Néstor Kirchner.

Como homenaje, la Legislatura porteña colocará una placa de mármol en su memoria.

## SOLICITADA

2015

# TAIANA PRESIDENTE

EN LOS PRÓXIMOS MESES SE DEFINE EL FUTURO DE NUESTRO PAÍS, DE NUESTRAS FAMILIAS. VAN A ESTAR EN DISPUTA DOS MODELOS: UNO QUE RESPONDE A LOS INTERESES DE UNOS POCOS PODEROSOS, Y OTRO QUE CONSOLIDE LOS LOGROS ALCANZADOS Y CONTÍNUÉ EN EL CAMINO POR LO QUE TODAVÍA FALTA.

HEMOS CONSEGUIDO MUCHO EN ESTOS AÑOS: LA RECUPERACIÓN DEL TRABAJO Y LA PRODUCCIÓN NACIONAL, LAS PARITARIAS, LAS JUBILACIONES, EL ACCESO A DERECHOS ANTES NEGADOS, LA POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS, EL DESENDERAMIENTO Y LA INTEGRACIÓN REGIONAL. SABEMOS QUE FALTA MUCHO POR HACER, MIENTRAS HAYA TRABAJADORES SIN PROTECCIÓN SOCIAL Y MENOS DERECHOS, O ESTÉ EN RIESGO LA CREACIÓN DE TRABAJO, Y LOS PODERES CONCENTRADOS QUIERAN MANTENER SUS PRIVILEGIOS A COSTA DE TODOS. LA TAREA NO ESTARÁ CONCLUIDA.

POR ESO NECESITAMOS CONSTRUIR ENTRE TODOS EL SEGUNDO TOMO DEL PROYECTO NACIONAL: DESCONCENTRAR LA PRODUCCIÓN PARA EVITAR MONOPOLIOS QUE AUMENTEN LOS PRECIOS, ARGENTINIZAR LA ECONOMÍA HOY TODAVÍA FUERTEMENTE DEPENDIENTE DE INSUMOS EXTRANJEROS, UN ACUERDO SOCIAL CONTRA LA INFLACIÓN QUE ABARQUE ACUERDOS DE

PRECIOS, INVERSIÓN Y TARIFAS; REFORMAR PROFUNDAMENTE LAS FUERZAS DE SEGURIDAD, QUE SIRVAN PARA PREVENIR EL DELITO Y NO PARA ADMINISTRARLO, TRANSFORMAR EL SISTEMA PENITENCIARIO Y TERMINAR CON LA VIOLENCIA INSTITUCIONAL. ES NECESARIO PONER A LA BANCA AL SERVICIO DE LA PRODUCCIÓN Y LIMITAR LA ESPECULACIÓN FINANCIERA, IMPLEMENTAR UNA REFORMA TRIBUTARIA, APOYAR A LAS PYMES CON LA CREACIÓN DE UN BANCO DE DESARROLLO INDUSTRIAL; Y RECONOCER Y GARANTIZAR EL EJERCICIO DE SUS DERECHOS A LOS GRUPOS AÚN VULNERADOS.

SABEMOS QUE NO SERÁ NADA FÁCIL, PERO ESTAMOS CONVENCIDOS DE LA NECESIDAD DE GANAR EN EL 2015. PARA ELLO DECIMOS QUE LA MEJOR OPCIÓN PARA EL PUEBLO ARGENTINO ES SEGUIR APOYANDO EL PROCESO INICIADO EN EL 2003 POR NÉSTOR Y CONTINUADO POR CRISTINA, FRENTE A AQUELLOS CANDIDATOS QUE PROPONEN CONFUSOS CAMBIOS QUE NOS QUIERAN LLEVAR A LOS AÑOS NOVENTA. VAMOS A GANAR ESA ELECCIÓN DE LA MANO DE JORGE TAIANA, UN HOMBRE DECIDIDO A DAR ESA BATALLA NO SÓLO PARA DEFENDER LO CONQUISTADO SINO PARA SEÑALAR Y TRABAJAR POR LO QUE TODAVÍA FALTA, UN HOMBRE CON TRAYECTORIA, HONESTIDAD, COHERENCIA, FIRMEZA Y CAPACIDAD.

**NO HAY MÁS TIEMPO, AÚN QUEDAN SUEÑOS PENDIENTES... CONSTRUYAMOS CON JORGE TAIANA EL SEGUNDO TOMO DEL PROYECTO NACIONAL.**

## CONFIANZA EN ARGENTINA

Horacio GONZÁLEZ, Norberto GALASSO, Juan FALLÓ, María RACHID, Pablo FERREYRA, Bernardo ALBERTI, Cristina BIDEIGAIN, Remo CARLOTTO, Jorge "Pampa" ALVARO, Roberto BASCHETTI, Patricio ECHEGARAY, Germán BITTEL, Arnaldo BOCCO, Miguel CALVETE, Horacio GHILLINI (SADOP), Pedro WASIELO (SUTNA), Hugo CAÑÓN, Juan Ángel CIOULLI, Jaime DRI, Rubén DRI, Héctor WALLE, Marcos BORDENAVE, Roberto BORRO, Eduardo DVORNIK, Ricardo "Peto" ESCOBAR (JGM Misiones), Aldo ETCHEGOVEN, Marcelo "Nino" FRONDIZI, Ernesto JAURETICHE, Claudio VILLARREAL, Bernardo LLORENTE, Susana SANZ, Mario KESTELBOIM, Carlos "Pancho" GAITÁN, Jorge KRIVNESS, Claudio MARIN (FOETBA), Enrique MARTINEZ, Emilio MOLER, Virginia FRANZAGNOLLO, Jorge MARZILLI, Graciela MORAGIE, Emilio PÉSSICO, Agustín NAWARVA, Hernán PAVINO, Marcelo MAYER, Fernando "Chino" NAWARRO, Victoria PAULON (CTA), Juan Carlos MANOUKJIAN, Roxana PEZZAZZA, Fernando POIKTA, Glenn POSTOLSKI, Mario RAPOPOVITZ, Eduardo SAGAL, Benjamín SCHUKLER, Héctor HUGO TRENCHER, Federico SCHUSTER, Oscar VALDOLIVOS, Carlos VILLAS, Teresa LUZZANI, Jorge RACHID (Caja HAMMAR), Lejendario Azevedo FERREYRA, Leonardo GROSSO, Abel SEGARRA, Eduardo ANCONA, Rubén ACOSTA, Juan José ALBORNOZ, Matilde BALBUENA, Miguel CALABRO, Hugo CAMACHO, Patricia CLERBA, Gustavo DI MARZIO, Ermindo DIAZ, Liliana GUILTAM SHER HORNE, Antonio HUCEDA, Juan LARREA, Gerardo RECCI, Hugo BIVANDERINA, Fabián ROBERTO, Mariana ROBERTELLI, Mariano SAN MILLÁN, Gustavo SCARVALLO, Omar SCHOLES LÓPEZ, Eduardo YONELLI, Pablo VILE, REFERENTES ACADÉMICOS, GREMIALES, POLÍTICOS Y SOCIALES: Mario ALBORNOZ (SADOP), Fernando BÉNÉTEZ (SADOP), Denato SPACCAVENTO, Verónica BEBERASTE, Homero BELLONI, Edy BINSTOCK, Luis BOHM, Ricardo BORRÓ, José "Pepo" BRONTES, José Mario BURKUN, Luis CÁCERES (Asistiendo), Lucía CÁCERES, Beatriz CAPPELLIETTI, José Salvador CÁRCAMO, Jorge CARPIO, Franco CASTIGLIONI, Gabriela CASTILLO, Esteban CASTRO (Intel), Aníbal CEBRALON, Osvaldo CHIARAMONTE, Horacio CHITARRÓN, Zaida CHIMARUZ, Mirta CLARA, Agustín COLOMBO, Beto CONCA, Oscar Julio CUATROSO, Sebastián DEMIRJI, Juan Manuel DI TEO DOBQ, Horacio FERNÁNDEZ (ADUBA), Luis FERNÁNDEZ (Iaxartes), Manuel FERNÁNDEZ, Julio FLORES, Héctor FUENTEBUENA, Isabel GAGINO, Oscar GALANTE, Jorge GALLARDO, Gabriel ELIAS GANON, Anel GERANDIET, Víctor GIUSTO, Luis GÓMEZ, Eduardo HALLBURTON, Javier Pablo HERMO (Frente Grande), Luis LORENZO (Luciano LEISANO), Mariana LLORENTE, Ana T. LORENZO, Mariana LORENZO, Juan Luciano MARIANO, María Elvira "Tati" MARTINEZ, Fernando MELLINI, Carolina MEZA, Carlos "Baga" MOLINA, Diego MONTÓN, Juan Francisco NAVARRO, Joaquín NOYA, Pablo ORRIGO, Eduardo Pablo PIAZZI, Anel RECALDE, Icar RECALDE, Juliana RÍOS, Silvia ROJAS, Cristina RODRÍGUEZ, Fernando ROSA, Darío RUBIO, María SARIQUÍ, Judith SÁIZ, Juan Miguel SCATOLINI, Beto SCHREIFER, Jorge SCHUSSHEIM, Eduardo SCHOGLIA, Laura SILVEI, Tini SPINÁ, Ángel STRAMAZÓN, Fernando SUÁREZ, Gustavo Enrique TAIANA, José TAMARIT, Eduardo TIANANI, Ana TESTA, Jorge TESTERO, Jonathan THEA, Diana TUSSE, Federico UGO, Fabián VALORI, Marta VASALLO, Omar VERA, Teresa VERNON, Nicolás VILLAREAL, Manuel Ricardo VILE, Ricardo VISANINI, Guillermo WIEGZLA, Marta YANÉ, Daniel YUSE, Marcelo ZÚÑIGA, Fabio ABARILE, María Luisa ABILIN, Jorge ABOT, Carlos ABRAHAM LUNA, Héctor ARRILE, Carla ACOSTA, Agustín ABEÑA, Beatriz ADARO, José Luis AGUIRRE, Anahí Julia ALZUFURI, Pablo ALARIE, Norberto ALAYÓN, Pedro ALBITE, Marcelo E. ALBORNOZ, Daniel ALDWE, Sebastián ALEGRE, Lucio ALFIZ, Nora ALLER, Mario ALMIRON, Laura ALONSO, David Eduardo ALPERIN, Ana Belén ALVARADO, Anabella AMADEO, Sergio ANGEL, Héctor ANGÉLICO, Luciana ARZA, Andrea ARAY, Rosaura ARDACH, Juan Martín ARDUÑA, Silvia Susana ABEINALLAS, Juan Pablo ÁRIZ, Juan ARÉTA, Laura ARÉNTA, Enrique ARONICA, Lucía ARREGUIEZE POSE, Mariana ARREGUIEZE POSE, Juan Orlando ARREGUIEZE, Sabrina ARROYO, Gabriel ARZANY, Yair ASER, María Victoria ASPERA, Pablo ARZUFFO, María ARIZOL, Daniel AZZALI, Manuel AZZARITA, Amelita Rosa BAEZ, María BALADO, Alba BALCONI, BALESTIERI, Oscar Andrea BALLEDES, Edda Alicia BALLETIERE, Ricardo BANGUES, Carlos A. BARRALÓN, Mariana BARBERO, Martha BARBARO, Roberto BARDINI, Anel BARROS, Florencia BARSELO, Cristina BARTOLOCCI, Domingo BASILE, Gustavo BASSIN, Dora BASULLO BAYÁ, Graciela BATALLAN, Esteban Agustín BECKMAN, BEER, Tatiana, Liliana BELI, Cristina BELLELLI, María BELLIÓN, Pedro BENEDIT, Paula BENEGAS, Chino BÉNÉTEZ, María BERGAMNA, Daniel BERISSO, José Luis BERRA, Patricia BERROTARAN, Esther BERDANI, Jorge BESO, Eduardo Miguel BESSERA, Graciela BIAGINI, Paula BIALOSKURNIK, Augusto BIANCO, María Inés BIELMA, Fabiana BIRNI, Enzo BIZZOTTO, Lourdes BILANCO, LESCANO, Sofia BILANCO, Dibora BILANCO, Lara BILANCO, Ana BLASI, Maximiliano BLOMBERG, Alicia Beatriz BONILLA, Teodoro BOOT, Roberto BORDA, Ernesto BORDIN, Juan Manuel FERREIRO, Rodrigo BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María Elena CORRAL, Anahí "Pepo" CORREA, Inés CORREA, Violeta Adela CORREA, Rosa Elena CORDESI, Marcelo COSÍN, Julio Argentino COSSIO, Lucía COSTA, Valentina COITO, Luis Mario COUVOY, Petrucio CAROLINA CRAWACK, Rocio BRANDEARIZ, Camila BRATTICCI, Patricia A. BROSKY, Valentina BRODSKY, Sofía BRONDO, Sofía BRUNETTI, Lis BRUNO, María Teresa BRUZZO, Elna BRZEZINSKI, Natalia BUCH, Fabián BUFA, Nicolás BUONOCORE, Emanuel BURLE, Gimena BURLE, Juan Pablo BUSTAMANTE, Lidia BUSTELO, Cristina BUZZI, Rubén CABALLERIS, Sergio CÁCERES, Daniel Omar CÁBRO, Diana CAGLIANO, Ezequiel CALIQUI, César CALICAKI, Víctor CALLEGARI, César CALLEGARIS, Anahí CALVO, Estela CALVO, Martín CALZETTA, Gianni CAMBERISANI, Emiliano CAMPOS, María CANDELA, Jorge CARANO, Camilo CARI, Elena CARRANZA, Florencia CARRALLO, María Alejandra CARBONERO, Marina CARRELLI, Diana CARDEVAL, Jorge CARDEVAL, Bernardo CAREY, Claudia CARIBELLI, Nahuel CASADEMONTI, Karina CASANOVIA, FERTIGHERI, Quincy CASAS, María CASASOLA, Julia CASVELLOS, Lucas CASERES, Laura CASTAÑEDA, Inés CASTELLO, Ernesto CASTILLO, Jesús Eleuterio CASTREJE SUÁREZ, Damián CASTRO, Florinda CASTRO, Raquel CASTRONOVO, Claudia CASTROSINI, Verónica CASTRO, María Cecilia CHICÓN, Silvia CHORRORRÓN, CHOVES, Germán, Paula CHURQUINUA, Tomás CHICHINI, Julia CIUTTINI, Virginia CILIO, Pablo CIPELLI, María Lucrecia CIRIANNI, Grazia CUVININI, Diana COBLER, Helmut COCCI, Luis COMIN, Nicolás CONSIGLIO, María Fátima CONTRERAS, Germán CORDOBA, María



Logo de Miradas al Sur. Cambio de escala a partir del año 2015 (a la izquierda).