



**Tipo de documento: Tesis de Maestría**

**Título del documento: Los años entre paréntesis: reinención y resistencia de la prensa política argentina (diciembre 2015-diciembre 2019)**

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

**Ximena Victoria Zabala**

**Christian Ferrer, dir.**

**Datos de edición (fecha, editorial, lugar,**

**fecha de defensa para el caso de tesis): 2022**

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)



---

*Lic. Ximena Victoria Zabala*

---

# Los años entre paréntesis

Reinvención y resistencia de la prensa política argentina  
(diciembre de 2015 – diciembre 2019)



DIRECTOR

*Tesis para optar por el título de  
Magister en Comunicación y Cultura*

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

---

**Dr. Christian  
Ferrer**

---

BUENOS AIRES - 2021

## Imagen de portada

Reportero gráfico: Federico Cosso

Detenido retratado: Daniel Cantieri

Manifestación en contra de la reforma jubilatoria

Plaza de Mayo – 18 diciembre 2017

Agradecemos la inspiración para el título de esta tesis al testimonio de Florencia Alcaráz.

# Resumen

La asunción de Mauricio Macri como presidente introdujo fuertes cambios en el esquema mediático argentino profundizando su concentración, derogando aspectos centrales de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y recortando fuertemente la pauta publicitaria de muchos medios. Esto generó una ola de cierres y despidos en el sector que sufrió un cimbronazo colectivo de magnitud. Desde aquel contexto esta tesis reflexiona sobre los sentidos de la producción del periodismo político analizando y sistematizando las percepciones de trabajadores de prensa. A partir de testimonios recopilados en una serie de entrevistas a jóvenes periodistas fueron rastreadas sus prácticas informacionales de resistencia, los modos en que tuvieron que reinventar su trabajo en un entorno de ajuste y las relaciones de un segmento social orientado a la producción y difusión de noticias a través de pequeños y medianos emprendimientos periodísticos que se valieron del uso de tecnologías digitales para amplificar su recepción.

# Abstract

The assumption of Mauricio Macri as president introduced strong changes in the Argentine media scheme, deepening his concentration, repealing central aspects of Law 26,522 on Audiovisual Communication Services (LSCA) and sharply cutting the advertising pattern of many media. This generated a wave of closings and layoffs in the sector that suffered a massive collective blow. From that context, this thesis reflects on the meanings of the production of political journalism by analyzing the perceptions of press workers. Through testimonies collected from a series of interviews with young journalists we addressed their informational practices of resistance, the ways in which they had to reinvent their work in an environment of adjustment and the relations of a social segment oriented to the production and broadcasting of news through small and medium-sized journalistic companies that used digital technologies to amplify its reception.

# Índice

Agradecimientos	6
Introducción	8
Entrevistados	11
Capítulo 1.	
Desfinanciamiento de medios y despidos masivos: la llegada al poder de Mauricio Macri	16
Capítulo 2.	
No hubo tiempo para el miedo: reinención y resistencia	27
Capítulo 3.	
El rol del periodista: alcances y definiciones	34
Capítulo 4.	
Ampliación y disputa de la agenda mediática	40
Capítulo 5.	
Redes sociales: herramientas de difusión y expansión de audiencias o cajas de eco	45
Capítulo 6.	
Tensiones, condicionamientos y disputas: el debate en torno al periodismo militante vs. el periodismo independiente	50
Capítulo 7.	
Salir del individualismo: el vínculo entre colegas y la relación con la audiencia	56
Capítulo 8.	
Balances y expectativas de transformación postmacrista	61
Corolario	67
Bibliografía	70

A los éxtasis de la historia:  
a mi viejo, a Río y a los que resisten.

"Debemos resistir a la nada. Debemos resistir a las formidables fuerzas de regresión y de muerte. En todas las hipótesis, es preciso resistir. El porvenir ya no es la fulgurante marcha adelante, o, más bien, hay que resistir también a la fulgurante marcha adelante de las amenazas de sometimiento y destrucción. Más ampliamente, desde hoy debemos, tenemos que resistir sin cesar a la mentira, al error, a la salvación, a la resignación, a la ideología, a la tecnocracia, a la burocracia, a la dominación, a la explotación, a la crueldad. Más aún, DEBEMOS PREPARARNOS PARA NUEVAS OPRESIONES, ES DECIR, DEBEMOS PREPARARNOS PARA NUEVAS RESISTENCIAS (...) Todo puede comenzar desde no se sabe dónde, todo debe comenzar desde todas partes, por varios extremos, es preciso que se operen varios comienzos a la vez, se sincronicen, se sinergicen, hagan remolino... (...) Preparémonos para la irremediable derrota. Aunque deseemos sobre todas las cosas ver el cese de la humillación, el desprecio, la mentira, ya no tenemos necesidad de certidumbre de victoria para continuar la lucha. LAS VERDADES EXIGENTES PRESCINDEN DE LA VICTORIA Y RESISTEN PARA RESISTIR. Pero preparémonos también para las liberaciones, incluso efímeras, para las divinas sorpresas, para los nuevos éxtasis de la historia..."

Edgar Morin<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> **Morin , Edgard.** *Para salir del Siglo XX*, Editorial Kairos, Buenos Aires, 1981.

# Agradecimientos

En primer lugar agradezco a la Universidad de Buenos Aires, no solamente porque para la realización de esta tesis fue fundamental el financiamiento recibido a través de una beca de Maestría UBACyT, sino porque me dio la oportunidad de volver a transitar los pasillos de la Facultad de Ciencias Sociales que había dejado de habitar durante algunos años en los que me dediqué exclusivamente al trabajo en medios de comunicación como periodista y productora. En este sentido dedico la tesis al edificio de Santiago del Estero 1029 porque, como bien señala Horacio González, “hay un placer en recordar edificios como libros, sobre todo cuando tenemos memoria habitacional que podemos hojear o leer como si cada estancia arquitectónica fuese un capítulo diferente”<sup>2</sup>. Horacio sostiene que hacer una dedicatoria a un edificio también significa hacerla a “ciertos libros, a ciertas revistas, a ciertas personas, a ciertas discusiones y ciertos bares, y a ciertas librerías”<sup>3</sup>. Volver a Santiago del Estero durante los años de macrismo significó para mí hallar refugio, fórmulas de amistad, de resistencia, de conocimiento y de reflexión en un tiempo especialmente hostil a nivel político, social y también periodístico –tema de principal interés en esta investigación-. Poblar junto a mis compañeros los pasillos del edificio de Constitución, en un momento de la historia de fuerte cuestionamiento a la educación pública desde el poder gubernamental, fue un acto de afirmación colectiva. Doy gracias por ello especialmente a: Gabriela Costanzo, Lucía Pisciotano, Alejandro Gambina, Sebastián Cardella, Ana Laura Pérez y Julieta Casini.

Los años que abarca esta investigación fueron especialmente intensos en mi vida, años de grandes pérdidas y también de grandes conquistas. Fue en un baño de Santiago del Estero donde me hice un Evatest que dejó ver dos borrosas y tímidas líneas que anunciaban un resultado positivo, tan nebulosas que también auguraban la pérdida de ese embarazo algunos meses después. Me casé, falleció mi padre y finalmente fui madre tras un segundo intento. Agradezco a mi familia, a mis amigos y a todos los que me acompañaron en un tiempo de trascendentales aprendizajes más allá de los académicos.

---

<sup>2</sup> **González, Horacio.** “Saberes de pasillo”, *Revista Artefacto Número 7*, Buenos Aires, 2012.

<sup>3</sup> *Ibíd.*

Me parece importante destacar también la disposición de los entrevistados en esta investigación, sus experiencias y relatos fueron la base para mi estudio. Por otra parte, agradezco la primera y aguda lectura de Leandro Rodríguez Jáuregui a cada capítulo.

Final y especialmente, consagro esta tesis a mi director Christian Ferrer, por animarme a presentarme a la beca y por acompañar mi crecimiento y el de esta investigación guiándome con pronunciado rigor siempre por el mismo camino: el de la autorreflexión y la libertad. Y sobre todo por su lectura final a este trabajo en el último tiempo en el que se transformó para mí en un maestro supremo de la resistencia.

# Introducción

Los debates en torno a los medios de comunicación y el rol de los periodistas en la sociedad tienen décadas de existencia. Su repercusión a nivel masivo se vio incrementada durante los gobiernos kirchneristas, sobre todo a partir del impacto que tuvo la discusión en torno a la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, también referenciada como Ley de Medios, sancionada en octubre de 2009.

Luego, la llegada del gobierno de Mauricio Macri al poder en diciembre de 2015, enmarcada en una avanzada neoliberal de escala regional -en la que emergieron gobiernos como el de Jair Bolsonaro en Brasil y Donald Trump en Estados Unidos-, introdujo fuertes cambios en el esquema mediático argentino. Profundizó su concentración, modificó mediante un DNU aspectos centrales de la ley antes mencionada y recortó fuertemente la pauta publicitaria de muchos medios. Estas medidas, en línea con una gestión que endeudó y quebró al país, dejándolo prácticamente en situación de default, aumentando la pobreza y castigando a la industria y el empleo, así como también al desarrollo científico, educativo y sanitario, tuvieron sus consecuencias; en lo que respecta al sector periodístico, generaron una ola de cierres y despidos que se sumaron a los realizados por el Poder Ejecutivo dentro de los medios públicos. El año 2016 arrancó con un fuerte golpe para el periodismo argentino.

A partir de aquel contexto, esta tesis investiga la reconfiguración de un segmento de medios que durante la gestión macrista mantuvo una línea editorial crítica hacia el oficialismo y los medios concentrados, haciendo foco en el testimonio de sus protagonistas: los trabajadores de prensa. Nos preguntamos ¿cómo autoperciben su labor los periodistas que lograron seguir desempeñando su profesión durante el período de gobierno de la alianza *Cambiamos*? ¿Cómo organizaron sus rutinas productivas? ¿Cuál fue su método de selección y jerarquización de noticias y cuál fue la agenda de los medios a los que pertenecen? ¿Qué vínculos establecieron con sus colegas y qué piensan respecto de su profesión?

Esta investigación trabaja a partir del estudio de testimonios recopilados en una serie de entrevistas a doce periodistas de un rango etario joven a medio -sus edades, al momento de

ser entrevistados, rondaban entre los veintisiete y los cuarenta y nueve años- cuyas tareas se despeñaron en proyectos periodísticos que pugnarón por instalar un discurso crítico y contrario al de los grandes medios y la propaganda oficialista, dando cuenta de las contradicciones y complejidades que supuso el ejercicio comunicacional por esos años<sup>4</sup>.

Los entrevistados fueron seleccionados entre un grupo de reconocidos periodistas pero que no son estrellas mediáticas de alto perfil ni “periodistas notorios” -como define la investigadora Micaela Baldoni al segmento de mayor fama e influencia del rubro-<sup>5</sup>. Pensamos que sus testimonios son entonces más representativos de un escenario gremial masivo del sector. La muestra reveló su potencia porque encontramos en ella importantes coincidencias en algunos aspectos, así como también disidencias y matices frente a otros interrogantes, enriqueciendo los resultados y evidenciando su amplitud a los fines de nuestro estudio. El interés de esta tesis es rastrear en sus discursos las prácticas informacionales de resistencia, los modos en que tuvieron que reinventar su trabajo en un entorno de ajuste y las relaciones de un segmento social orientado a la producción y difusión de noticias a través de pequeños y medianos emprendimientos periodísticos que se valieron del uso de tecnologías digitales para amplificar su recepción.

El trabajo se propone como un aporte a la teoría de la noticia y el periodismo sustentado en una investigación realizada sobre las mismas prácticas. Por otra parte cabe mencionar que la vigencia de las problemáticas aquí abordadas es significativa dado que el mandato de Alberto Fernández, atravesado hasta el momento por la pandemia global COVID-19, corrió de la agenda un debate pendiente en torno al financiamiento de los medios, el cierre, la pérdida de puestos de trabajo y la merma salarial del sector durante el gobierno anterior de gestión contraria a la actual. En este sentido no se han visto grandes cambios aún en relación a las condiciones laborales en el sector periodístico pese a que la actividad de los medios fue

---

<sup>4</sup> Las entrevistas fueron realizadas entre junio de 2019 y enero de 2020 (exceptuando los casos de los integrantes de Macri en 3, Rodrigo Orellana y Matías Lanzi, quienes habían sido entrevistados en febrero de 2018). El caso de Julia Mengolini es particular: si bien la entrevista fue pautada en enero de 2020, estaba prevista para su regreso de las vacaciones, luego no pudo concretarse debido a la imposición del aislamiento social y preventivo obligatorio. Su testimonio, sin embargo, fue extraído del ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ, transmitido en vivo el 1 jul. 2020: “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales*.

<sup>5</sup> **Baldoni, Micaela.** “Poder mediático y notoriedad periodística: Bernardo Neustadt y el periodismo político en la década de 1990”. En *Revista de Sociología y Política*, 27 (70), 1-20, Buenos Aires, 2019.

declarada como esencial desde el primer decreto presidencial que impuso el Aislamiento Preventivo y Obligatorio.

Al respecto, la doctoranda Natalí Schejtman señala con inteligencia:

Los años de mayor debate alrededor de los medios de comunicación dejaron una esfera pública dividida hasta el agotamiento y la parodia. Desde entonces, se hizo muy complicado discutir por fuera de las trincheras cuestiones trascendentales de una profesión en plena metamorfosis, tanto en lo que respecta a los aspectos más estructurales -concentración mediática, precarización laboral y relación con las plataformas tecnológicas- como prácticas profesionales siempre complejas como la relación con las fuentes, los procedimientos o la discusión de qué es y qué no es de interés público para ser publicado<sup>6</sup>.

El decreto de necesidad y urgencia (DNU 690<sup>7</sup>), firmado por Fernández en agosto de 2020, que declara a la telefonía móvil como servicio público y a los Servicios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y el acceso a las redes de telecomunicaciones como servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia, reavivó temporariamente la polémica con las grandes corporaciones de medios estableciendo nuevas regulaciones a “un sector clave de la economía y la política”<sup>8</sup> directamente relacionado con el área de interés de esta tesis. Pero siguen faltando nuevas discusiones al respecto que hagan lugar también al rol de los periodistas, sus deberes ante la sociedad y sus derechos laborales como trabajadores de prensa. Desde nuestra investigación pretendemos echar luz a una actualización de ese debate recogiendo algunas experiencias transitadas durante los años que sentimos “entre paréntesis” pero en los que sin embargo “pasaron cosas”<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> **Schejtman, Natalí.** “Tan esencial como hiperbólica” en Portal *La Agenda Revista*, Buenos Aires, Julio 2020. Fuente digital: <https://tinly.co/uL98V>

<sup>7</sup> Boletín Oficial. Decreto 690/2020 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/233932/20200822>

<sup>8</sup> **Marino, Santiago.** “Telecomunicaciones: necesidad, urgencia y servicio” en Portal *Letra P*, Buenos Aires, agosto 2020. Fuente digital:

<https://www.letrap.com.ar/nota/2020-8-22-13-35-0-telecomunicaciones-necesidad-urgencia-y-servicio>

<sup>9</sup> **Macri, Mauricio.** *Pasaron cosas*, Buenos Aires, 17 de junio de 2018. Fuente digital: [https://es.wikipedia.org/wiki/Pasaron\\_cosas](https://es.wikipedia.org/wiki/Pasaron_cosas) Fuente audiovisual en *Macri en 3*, Semana 132 <https://www.youtube.com/watch?v=iV5vYWPYdm4>

# Entrevistados

Ari Lijalad (periodista en *El Destape Web* y Radio *El Destape*)

Periodista, politólogo (UBA) y documentalista. Nació en 1985 en Barcelona, sus padres se conocieron en el exilio. Ganó el premio Democracia en la terna Periodismo Gráfico y Digital por su investigación sobre Correo Argentino en el portal *Nuestras voces* (2017). Fue columnista en *Radio del Plata* y *FM La Patriada*. Compiló los libros *La Argentina gobernada por las corporaciones* y *Plan Macri*, ambos en 2016. Actualmente es periodista en *El Destape web* y en *El Destape radio* donde conduce el programa *Habrá consecuencias* todas las mañanas.

Juan Amorín (Periodista de C5N y Conductor del programa radial *Crónica Anunciada*)

Nació en 1992. Es Técnico superior en periodismo, egresado del *Taller Escuela Agencia –TEA-* en el año 2015. Su programa radial *Crónica anunciada* se emitió por distintas radios durante el transcurso de esta investigación, arrancó en la radio comunitaria *FM La Patriada* y pasó a *Futurock*. Amorín trabajó en *El Destape Web*, donde con apenas 25 años realizó la reconocida investigación sobre los aportantes truchos del partido *Cambiemos*. Actualmente es panelista del programa *Minuto 1* en *C5N* y conduce el ciclo *Conflicto de Intereses* en ese mismo canal.

María Florencia Alcaráz (co-directora agencia de noticias *LATFEM*)

Periodista y licenciada en Comunicación, co-dirige el portal de noticias feminista *LATFEM*, integra el colectivo *Ni Una Menos* en Argentina y forma parte de la *Red Internacional de Periodistas con Visión de Género* en Argentina (RIPVG - AR). Nació en Ramos Mejía en 1985 y estudió la carrera de comunicación social en la Universidad Nacional de La Matanza. Trabajó en las radios *FM Fribuay*, *Nacional Rock 910* y en el programa *Navarro 2019* en *El Destape radio*. Fue columnista en "*El Destape*" en el canal de televisión *C5N* y luego en su versión web, y en 2018 condujo el programa de entrevistas *La Olla*. Su labor como periodista gráfica

cuenta con colaboraciones en la revista *El Guardián*, *Cosecha Roja* y con haber formado parte de la redacción de *Infojus Noticias*. Colabora de manera freelance en *Revista Anfibia*, *Vice en español*, *Volcánica*, el suplemento *Las12*, *Nuestras voces*, *El Destape*, *Revista MU*, *Genderit*, *Broadly* y *El Cohete a la Luna*. Fue docente en la *Universidad Nacional de La Matanza* y en la *Universidad Nacional de La Plata*.

Sebastián Abrevaya (Editor *Página 12*, Jefe de redacción *El Destape Web*)

Nació en 1984, es Técnico superior en periodismo (*Taller Escuela Agencia –TEA-*) y cursa la carrera de Ciencias Políticas en la *Universidad de Buenos Aires*. Trabaja en medios desde el año 2004. Dio inicio a su carrera desempeñándose como productor en *Radio de la Ciudad de Buenos Aires*. Luego ingresó al diario *Página 12* donde realizó una pasantía y justo al terminarla surgieron varios puestos vacantes de redactores que habían migrado al proyecto dirigido por Jorge Lanata, el flamante y fugaz *Crítica de la Argentina*, eso le garantizó a Sebastián un espacio efectivo desde 2008. En 2013 fue nombrado subeditor y en 2018 ascendido a editor de política del turno mañana. Fue productor de *Radio Nacional* del programa de Mario Wainfeld y luego del de Julia Mengolini. Más tarde fue columnista político de *Nacional Rock* hasta los despidos masivos de diciembre de 2015. Brindó su testimonio cuando aún trabajaba en *Página 12*. Luego fue Jefe de redacción del portal de noticias *El destape web* y columnista en *Futurock*. Actualmente trabaja en el área de comunicación de la secretaría de Relaciones Parlamentarias de Jefatura de Gabinete.

Cynthia García (Directora de *#LaGarcía*)

Es tucumana, nació en 1971. Fue panelista del programa *678* y conductora de *Radio Nacional* hasta diciembre de 2015. Momento en que se quedó sin trabajo alguno y decidió armar su propio proyecto periodístico: *#LaGarcía*. Inició las carreras de Derecho y Comunicación en la UBA, las cursó en paralelo durante cuatro años pero no llegó a obtener las licenciaturas. Ella misma explica: “Empecé con Chiche y esa es toda una caracterización de un aprendizaje del periodismo como oficio, con Gelblung aprendés lo bueno y lo malo y tenés que estar poco tiempo. Ahí producía, yo soy sobre todo productora de radio. Estuve en *Radio Libertad*, *Radio de la Ciudad*, *Radio Continental* que fue mi gran aprendizaje y el pase a ejercer el periodismo.

Fui saltimbanqueando entre la vida, la maternidad, los horarios de laburo, los horarios de producción son muy complicados. Cursé materias, quedé embarazada, dejé, volví, pero siempre con un nivel de formación...”. Finalmente obtuvo una especial preparación en Periodismo de Investigación en la Facultad de Periodismo de La Plata, título que la habilitó a concursar por un cargo docente y cursar actualmente un doctorado en esa misma casa de estudios.

#### Julia Mengolini (Fundadora de *Futurock*)

Es periodista y abogada. Estudió derecho en la *Universidad de Buenos Aires* y periodismo en *TEA*. Fue asesora y luego secretaria parlamentaria del legislador porteño por el *Frente para la Victoria* Juan Cabandié. Comenzó a trabajar como periodista en el semanario *Miradas al sur*, donde compartió redacción con Matias Castañeda quien la recomendó a Diego Gvirtz para el puesto de notera de *Duro de Domar*. En 2010 empezó a trabajar como panelista de dicho programa. Fue conductora del noticiero *El Diario* en la señal *C5N*, junto a Pablo Duggan. En 2016 fundó junto a Federico Vázquez, Matías Messoulam y Sebastián Vázquez, la radio *Futurock*. Allí conduce "*Seguro y Habana*", ciclo que había comenzado en *Nacional Rock* en el 2014. Julia nació en Bariloche en 1982.

#### Alfonso Villalobos (Subeditor sección Economía diario *Tiempo Argentino*)

Nació en 1977. Es sociólogo con orientación en economía egresado de la Universidad de Buenos Aires. "Laburó" de todo, "desde pintor hasta vendedor de teléfonos, encuestador y mucho en gastronomía". Profesionalmente arrancó trabajando en el Ministerio de Turismo durante varios años en el área de estadística. Luego, empezó a realizar colaboraciones en diario BAE y *Tiempo Argentino*. En 2010, tras dos meses del lanzamiento de *Tiempo Argentino*, fue contratado como subeditor del Suplemento de Economía del diario y trabajó allí hasta que todo "explotó" en diciembre de 2015. En ese momento era uno de los delegados de la redacción por SIPREBA. Actualmente continúa trabajando en el mismo medio pero ahora organizado como cooperativa. Además ejerce la labor docente en la

carrera de Sociología en UBA y en un Instituto terciario de Turismo y Hotelería. Es militante del Partido Obrero.

Nicolás Fiorentino (Secretario de redacción del portal *Letra P*, conductor de *#AhoraDicen* en *Futurock*)

Es Técnico superior en periodismo, egresado del *Taller Escuela Agencia –TEA-*. Nació en el barrio de Pompeya en 1980. Trabaja en medios desde hace más de una década: estuvo tres años en el portal la *Política online*, un año en el diario *Crítica de la Argentina*, seis meses en el diario *Crónica*, cinco años en el *diario BAE* y ya lleva dos años como Secretario de redacción del portal *Letra P*. Nicolás también trabaja en radio, actualmente conduce el programa *Ahora Dicen* de lunes a viernes en *Futurock* y es coconductor del ciclo de Ivan Schargrodsky, *El fin de la metáfora*, que se emite por *Radio 10* los domingos de 10 a 13 horas.

Matías Lanzi (Co-creador de *Macri en 3*)

Es licenciado en Comunicación Social, egresado de la UBA. Fue productor del programa *678* y actualmente es cronista y productor del programa *Todas las Tardes* (Canal 9). Fue conductor en *FM Fribuay* en Haedo. Es co-creador del resumen semanal de noticias *Macri en 3* y docente de la escuela de Periodismo de River. Nació en 1986 en el barrio de Almagro.

Rodrigo Orellana (Co-creador de *Macri en 3*)

Es realizador audiovisual y co-creador de *Macri en 3* junto a Matias Lanzi. Se conocieron cuando trabajaron juntos en la conducción radial en *FM Fribuay*. Actualmente se desempeña como realizador en la *Universidad Nacional de la Matanza* donde produce material para el canal *Encuentro* y para la *RENAU* (Red Nacional Audiovisual Universitaria). Nació en 1984 en La Matanza y se formó en cine y Comunicación Social. También realiza trabajos audiovisuales independientes para empresas y publicidad.

### Marina Giacometti (Periodista *Infonews* y *Ámbito Financiero*)

Es periodista, estudió la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la *UBA* y es Técnica Superior en Periodismo recibida en *TEA*. Fue redactora y delegada de *Infonews* hasta mayo de 2016, luego continuó escribiendo para ese medio como parte de un equipo cooperativo de trabajo que decidió sostener el portal de manera autogestiva. Desde septiembre de 2016 trabaja como redactora acreditada en el Congreso de la Nación para *Ámbito financiero*. Marina nació en 1982 en el barrio de Caballito.

### Nicolás López (Periodista *Diario Registrado*)

Nació en 1985, es Licenciado en Comunicación y se especializa en política del conurbano bonaerense. Se graduó en la Universidad de Quilmes en 2009. Comenzó a ejercer su oficio trabajando dentro de la Universidad, desempeñando la comunicación de una agrupación militante con la que ganó las elecciones y se consagró como Presidente del Centro de Estudiantes. Trabajó en radios zonales hasta el 2011, año en que entró a trabajar en la productora de Diego Gvirtz: *Pensado Para Televisión*. Desde el 2012 es redactor del portal *Diario Registrado* perteneciente al mismo grupo empresario que fue adquirido por el *Grupo Indalo* en 2015. En ese momento también colaboraba con la redacción del Portal *Primereando* abocado a la comunicación política del conurbano. A su vez, hizo radio en proyectos autogestionados e independientes, en *FM La Tribu (Programa La revancha)* y en *Radio del Plata*.

# Capítulo 1.

## Desfinanciamiento de medios y despidos masivos: la llegada al poder de Mauricio Macri

Vivimos en un mundo más bien desagradable, en el que no sólo las personas, sino también los poderes establecidos, tienen interés en comunicarnos afectos tristes. La tristeza, los afectos tristes son todos aquellos que disminuyen nuestra potencia de obrar. Y los poderes establecidos necesitan de ellos para convertirnos en esclavos.

Gilles Deleuze<sup>10</sup>

“Lo que da sentido a nuestras vidas es esa aventura de crecimiento. Vivámosla juntos, es una aventura extraordinaria”<sup>11</sup>, estas palabras pertenecen al discurso, de apenas veintisiete minutos, pronunciado por Mauricio Macri frente al Honorable Congreso de la Nación en su asunción como presidente el 10 de diciembre de 2015. En aquella oportunidad fue fiel a su estilo oratorio rudimentario y de poco vuelo, sin destellos poéticos ni expresivos. Se valió de una repetición de frases más bien cortas y algo huecas. Como bien sostuvo el escritor Martín Kohan, entre Macri y el lenguaje siempre hubo “un cúmulo de dificultades incalculable”<sup>12</sup>. Fue un mandatario con escasa o nula capacidad argumentativa. Sin embargo, llegó al poder con una idea clara del modelo de país que quería imponer. Corto de palabra sí, pero rápido de pluma para firmar decretos supo transformar a gran velocidad el esquema mediático argentino desde los primeros días de gobierno y, pese a sus discapacidades expresivas, tuvo claro lo importante que resultaba poner la comunicación pública en sintonía con su proyecto de gestión. Las decisivas modificaciones en el panorama de medios que impulsó deben leerse en el marco de un proyecto político y económico de país de corte neoliberal,

---

<sup>10</sup> Parnet, Claire ; Deleuze, Gilles. *Diálogos*, editorial Pre-textos, Valencia, 1980.

<sup>11</sup> Macri, Mauricio. *Asunción Presidencial*, Buenos Aires, 10 de diciembre 2015. Fuente digital: <https://tinyurl.com/2fw8m85r>

<sup>12</sup> Kohan, Martín. *Entre Macri y el lenguaje hay un cúmulo de dificultades incalculable*, Buenos Aires, 2017, Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=GGIj08ImjS0>

orientando al ajuste, el endeudamiento y la desarticulación de importantes programas estatales en materia de educación, salud, cultura y asistencia social. En lo que atañe estrictamente al sector periodístico la “aventura de crecimiento” fue la de un creciente desempleo: desde inicios del 2016 al 2019 se perdieron 4500 puestos de trabajo en medios de comunicación a nivel nacional<sup>13</sup>.

La alianza *Cambiamos* aplicó rápidamente la doctrina del machete: dio inicio a una ola de despidos masivos dentro del Estado y a un fenomenal recorte de pauta oficial a medios privados. Antes de cumplir el primer mes de gestión, el 13 de enero de 2016, el Ministro de Hacienda y Finanzas, Alfonso Prat Gay, sostuvo en conferencia de prensa que deseaban “un Estado sin la grasa de la militancia”<sup>14</sup>, justificando los despidos que habían realizado en muchísimas dependencias y ministerios. Para esta fecha la línea oficial en materia de comunicación ya estaba también claramente trazada y sus consecuencias para los trabajadores de prensa se palpaban cada día de ese intenso y aciago verano. El desfinanciamiento a medios privados a través del retiro de pauta oficial los puso en jaque y varios empresarios dejaron de pagar ese fin de año los aguinaldos y luego los sueldos a sus empleados. La incertidumbre respecto de la continuidad laboral en estos espacios se sumaba al desasosiego del área estatal que cada día experimentaba mayores despidos en todos sus segmentos, incluidos los medios públicos. Alfonso Villalobos, periodista de *Tiempo Argentino*, describe ese proceso en el *Grupo Veintitrés* del empresario Sergio Szpolski:

Era un grupo grande, los primeros síntomas de vaciamiento y la crisis aparecieron en *El Argentino*, se atrasaron en pagar los sueldos en la revista *Forbes*, empezó con los medios más periféricos... en *Tiempo Argentino* lo que pasaba en ese momento era que no había café digamos... empezó así. Pero en un mes y medio dejaron de pagar los sueldos. El aguinaldo de 2015 no lo cobramos, el sueldo de diciembre no lo cobramos y no cobramos nunca más.

El gobierno arbitró, desde diciembre de 2015, los mecanismos para “desmontar la arquitectura jurídica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)”, desviando el rol del Estado en el sistema de medios de un papel regulatorio -orientado a garantizar derechos- a una actitud pasiva -tendiente a consolidar a grandes actores económicos del

---

<sup>13</sup> SiPreBA. *Relevamiento de situación laboral en los medios de CABA durante 2018-2019*, Buenos Aires, 2019. Fuente digital: <https://tinly.co/fligl>

<sup>14</sup> Prat Gay, Alfonso. *La grasa de la militancia*, Buenos Aires, 13 enero 2015, Fuente digital [https://www.youtube.com/watch?v=wWMLP4kqa60&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=wWMLP4kqa60&feature=emb_title)

mercado audiovisual<sup>15</sup>. Si bien esta ley jamás había logrado implementarse de manera acabada, “brindaba un marco de derechos exigibles que el gobierno de *Cambiamos* consideraba obstáculos para un sistema de medios que coincidiera con su modelo de país”<sup>16</sup>. Villalobos se refiere en su testimonio a la lucha de los trabajadores de *Tiempo Argentino* como un conflicto que evidenció el fracaso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y mostró la actitud del Gobierno ante el ahogo financiero de medios privados:

Nosotros fuimos una lucha muy paradójica porque al mismo tiempo que nos agarra el macrismo con el ajuste, el golpe nos lo asesta el kirchnerismo entre comillas, es decir un empresario kirchnerista que se mandó a mudar. Entonces fue una lucha que ponía de manifiesto, si se quiere, el fracaso de la Ley de Medios. Íbamos a tener pluralidad de voces y terminamos en la calle sin poder escribir nada. Y al mismo tiempo cómo el macrismo iba a actuar en situaciones de esa naturaleza: el macrismo fue completamente funcional al vaciamiento, completamente funcional a las maniobras ilegales y el Ministerio de Trabajo, lo único que hizo fue estirar la agonía. Es decir que de alguna manera fuimos víctimas de un ajuste conjunto, en el medio de la grieta caímos nosotros.

*Cambiamos* dispuso un esquema de comunicación simplificado y verticalista. En diciembre creó el Ministerio de Comunicaciones, a cargo de Oscar Aguad, y transfirió al mismo las competencias de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca) y de la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Aftic), autoridades de aplicación de las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual y Argentina Digital. Además intervino ambos organismos desarticulando su conformación multisectorial de autoridades (con representación de los actores privados, con y sin fines de lucro, y de las distintas fuerzas políticas) y volviéndola dependiente exclusivamente del Poder Ejecutivo. Luego, mediante el DNU 267/2015, fusionó las competencias de Afsca y Aftic en el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) que siguió funcionando bajo la órbita del mismo ministerio. El primer presidente del Enacom fue Miguel de Godoy, quien posteriormente fue reemplazado por Silvana Giudici. En ese mismo decreto modificó también los límites a la concentración previstos en la LSCA, habilitando mayor acumulación de licencias de servicios de comunicación audiovisual favoreciendo a los conglomerados mediáticos de mayor

---

<sup>15</sup> López Cabello, Andrés; Tordini, Ximena. “Cambiar para destruir. Los medios públicos en el gobierno de *Cambiamos*” en *INFORME 2019 CELS Derechos Humanos en la Argentina*, Siglo XIX Editores, Buenos Aires, 2019.

<sup>16</sup> *Ibidem*.

envergadura. Esta desregulación escaló, un año después, en diciembre de 2016, con el Decreto 1340/2016 que permitió el cruce de mercados, facultando a las empresas de telefonía celular a proveer servicios de televisión paga. Ya en 2017, “el gobierno aprobó la mayor fusión del mercado de la información y las comunicaciones de Latinoamérica: la de *Cablevisión*, del *Grupo Clarín*, y *Telecom*, mediante las resoluciones 5644/2017 del Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) y 374/2018 del secretario de Comercio”<sup>17</sup>.

Pero volviendo a los inicios de la gestión, en las primeras semanas había puesto en funcionamiento también al Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos, a cargo de Hernán Lombardi, quien reportaba directamente a la Jefatura de Gabinete y tenía la capacidad de intervenir en todos los desarrollos audiovisuales del Estado nacional. Esta estructura posibilitó vaciar la actividad del directorio de Radio y Televisión Argentina (RTA), empresa administradora de *Canal 7* y *Radio Nacional* y reforzar la dirección gubernamental del sistema.

Esta serie de transformaciones por decreto en la legislación, el cierre intempestivo de medios, el aumento en la concentración de los grandes jugadores y una mayor precariedad laboral fueron los componentes principales del clima político y cultural de aquel primer y asfixiante verano macrista.

La periodista Cynthia García relata aquel momento:

Yo tengo un record, me despidieron en una semana tres veces. Fue tan shockeante. Nunca tuve miedo de quedarme sin ingresos, sabía que me iba a quedar sin ingresos. Pero fue preocupación y ocupación, miedo no. El problema para mí en todo caso fue en términos comunicacionales, ¿dónde iba a poder comunicar lo que comunico? Yo conducía la primera mañana de la *Radio Pública*, liderando audiencia, era columnista de *678* y era columnista de Víctor Hugo (Morales) en *Radio Continental*. Me despidieron de esos tres trabajos sin indemnización en los tres. Hubo un vértigo del vacío. Eso fue en diciembre de 2015. No fue la palabra miedo, fue: “¿y ahora qué hacemos?” (...) En esos días me empieza a llegar el material de los primeros despidos públicos. Macri llega al gobierno y toma tres medidas que fueron pilares de toda su gestión: le quita las retenciones al sector agroexportador, deroga la Ley de Medios y despide masivamente empleados públicos. A mí me empieza a llegar el material de los primeros despidos en el Ministerio de Cultura. Había una cosa muy simbólica, la gente empezaba a llegar y había una reja y no sabía si estaba de un lado o del otro de la reja, era como la frase de Urondo: “la realidad es la reja”. A mí me preocupaba cómo

---

<sup>17</sup> **López Cabello, Andrés; Tordini, Ximena.** “Cambiar para destruir. Los medios públicos en el gobierno de Cambiemos” en *INFORME 2019 CELS Derechos Humanos en la Argentina*, Siglo XIX Editores, Buenos Aires, 2019.

comunicar eso, cómo mostrar eso, y eso fue el motor de #LaGarcía que es el medio que creamos inmediatamente.

Florencia Alcaráz era entonces redactora de la agencia *InfoJus Noticias*, dependiente del Ministerio de Justicia de la Nación. Esa redacción fue pionera a la hora de sufrir los despidos dentro de la órbita estatal.

Hubo casi 30 despidos (en *InfoJus*) y a su vez borrarón el archivo que teníamos de más de tres años de trabajo sistemático de información y coberturas de juicios. Nosotros íbamos mucho a las audiencias tanto de lesa humanidad como de violencia estatal como de violencia de género. Cubríamos un montón de casos que también tienen que ver con corrupción en Comodoro Py y hacíamos seguimiento desde que se iniciaba la investigación hasta que terminaba y todo ese archivo lo borrarón apenas llegó el gobierno (de Mauricio Macri). Nosotros como trabajadores iniciamos una causa judicial para que lo reestablecieran y lo hicieron en una página pero de una manera muy engañosa porque hay archivo *InfoJus Noticias* en donde vos entrás y dice que eso fue producido durante los años en que el Ministerio de Justicia estaba bajo el mando de tal persona, entre 2003 y 2015 pero de una manera muy estigmatizante y que nos afectaba las búsquedas porque sólo nosotros, que conocíamos el material, podíamos entrar y buscar esas notas. Es un vaciamiento y un borrado encubierto. Está el material online pero no de la manera que lo habíamos dejado. El caso de *InfoJus* es paradigmático porque no estaba dentro del sistema de Medios Públicos como *Télam* por ejemplo. Dependía del Ministerio de Justicia pero era un medio del Estado y fue el primer medio en el que empezaron los despidos. Hubo como dos tandas de despidos en el verano de 2016. De hecho yo estoy en juicio porque me despidieron y me indemnizaron pero no me reconocen mis horas de trabajo extra, los fines de semana que trabajaba, el horario que estaba por fuera del convenio de prensa... Es una discusión para pensar también cómo se arman los medios dentro del Estado.

Por esa misma época Sebastián Abrevaya trabajaba en la redacción del diario *Página 12* y también como columnista en *Radio Nacional Rock*, empleo que perdió porque “la radio pasó a ser una radio netamente musical y cultural y era un proyecto musical y político y ese sentido se abandonó por completo el proyecto”. En relación al diario y a la coyuntura de esos días Abrevaya refiere:

Había una sensación muy extendida en buena parte de la redacción: la posibilidad de que el diario cierre, de que haya despidos masivos y además la posibilidad de que en ese caso no hubiera adonde ir a laburar porque era comprobar en el resto de los trabajadores del gremio que no había laburo. Incluso en empresas que no tenían específicamente déficit, por decirte *Clarín*, pero puede ser lo de *Télam* o lo de *DyN*. Caso aparte podría ser por ejemplo *Tiempo Argentino* que era muy pautadependiente pero que no se suscribía solamente a ese tipo de medios. Hay un achicamiento de los medios críticos con este Gobierno (Macri). *Página* se mantiene y en parte es posible lo que pasa

con la paritaria y demás (no cumplimiento por parte de la empresa) por el contexto en el que estamos.

Sebastián recuerda además las transformaciones que se dieron en el medio para el que trabajaba en esos primeros meses:

El diario (*Página 12*) centralmente cambió de dueño, lo compró el *SUTERH* (Sindicato de Trabajadores de Edificios) a través de la *Fundación Octubre*, y sí hubo muchísimos cambios. Hubo un ajuste pasivo, no hubo despidos pero sí hubo retiros voluntarios, cierre de suplementos. La compra fue en 2016, pocos meses después de la derrota del kirchnerismo. No fue una negociación que se hizo de cara a los trabajadores, se hizo en otro nivel. Sí había una transmisión de una situación muy crítica en términos económicos producto de la pérdida de publicidad oficial. Se encaró un cambio de transformación del modelo de negocios para achicar el déficit que tenía el diario y al mismo tiempo generar nuevos ingresos como por ejemplo las suscripciones y avanzar en el proceso de integración (papel/digital) que estaba muy postergado.

El caso de *Tiempo Argentino* fue más complejo y presentó muchísimas idas y vueltas. Alfonso Villalobos recuerda que a fines de enero de 2016 realizaron un gran festival masivo con todos los medios del Grupo Veintitrés en Parque Centenario exigiendo todavía el pago de salarios y aguinaldos adeudados que jamás iban a volver a cobrar:

Fue el 31 de enero, era parte de la lucha del pago por los salarios. Es muy fino porque en ese momento había aparecido un supuesto comprador de *Tiempo Argentino* que es Martínez Rojas y dijo que nos iba a pagar y casi levantamos el festival y no lo levantamos nada porque no nos pagó. Es un tipo que hoy está en cana pero no por la causa nuestra sino por fraude en las declaraciones de importación, importaba de manera trucha. Szpolski no pagaba y dijo: “Bueno, chicos, ya está, les voy a presentar un nuevo patrón, entonces él la semana que viene les paga todo lo que les debemos”: nunca pasó, dejó de imprimir el diario de golpe, nunca sabremos exactamente qué pasó ahí. Uno puede decir: “Szpolski tercerizó el vaciamiento”, puede ser. Martínez Rojas dice que Szpolski lo cagó, que él quería comprar un diario y hacer un diario pero no hizo nada para eso. En principio lo que hizo fue tercerizar el vaciamiento estábamos peleando como al gallito ciego, no había patronal, entonces ¿quién es el dueño?, “es él”, “no, yo no tengo los papeles todavía” (...) Mientras tanto nadie pagaba los sueldos, vivíamos del fondo de lucha, un fondo de lucha muy grande, muchos aportes, mucha solidaridad. En un momento cuando nos dimos cuenta que este era un runfla dijimos “chau, ocupamos”. Fue el 5 de febrero, me acuerdo porque es el cumpleaños de mi viejo, en ese momento él dijo que cesaba de imprimir el diario que creo que nunca había impreso, creo que imprimió tres veces, cuatro veces un diario. Ahí decidimos ocupar y pasó el tiempo y dijimos: “bueno, basta, vamos por el lado de la cooperativa”.

El empresario sorprendió muchos años después de estos incidentes dando su versión de los hechos una madrugada de agosto de 2020 a través de su perfil de Twitter, causando la indignación de los trabajadores que dejó en la calle sin indemnización. Sergio Szpolski respondió inicialmente al mensaje de otro empresario mediático, Daniel Grinbank, y luego se cruzó con varios de sus ex empleados y hasta con el investigador Martín Becerra. Grinbank respondía a su vez a un tuit del investigador Agustín Espada quien manifestaba:

Se está gestando la reconstrucción de un grupo de radios como pocas veces existió en nuestro país. Con tres AM (una uruguaya) y 4 FM. Ojalá sea lo mejor para los laburantes. El Estado avalará a pesar de las regulaciones<sup>18</sup>.

Grinbank expresó entonces:

El estado no puede avalar la compra de la Metro, x q es ilegal, dudoso de donde vienen los fondos y x los antecedentes de los propietarios cómo se comportan con los trabajadores de los medios. No puede haber una nueva versión de Spolszky reloaded.<sup>19</sup>

Este intercambio provocó a Szpolski y desencadenó una catarata de tuits e intercambios con varios usuarios de la red. En principio acusó a su par de “pagar en negro a sus empleados, romper radios”<sup>20</sup> y reprochó su conducta empresaria. Pero con estos mensajes abrió la puerta a un diálogo tenso con sus ex empleados y manifestó su lectura acerca del vaciamiento de su grupo de medios:

No me llamo a silencio xq puedo explicar todo lo que sucedió. Es cierto que en el impiadoso ataque del macrismo contra el G 23 y contra mí en especial, los trabajadores sufrieron mucho. También es cierto que el macrismo arrasó con el G 23 y me persiguió con 21 causas.<sup>21</sup>

Está claro que los periodistas perjudicados x la embestida macrista que se llevó puesto al G23 junto a otra decena de medios no hegemónicos, tienen reclamos genuinos. Vaciamiento empresario no hubo, ni en este caso ni en el de los otros medios y empresarios perseguidos por x el poder M (Macri).<sup>22</sup>

En el caso de G23 pueden existir otras causas secundarias como en todo proceso social, pero responde a la misma matriz de ataque a los medios no hegemónicos y su destrucción.<sup>23</sup>

No me llamo a silencio, te repito. El G23 fue una experiencia innovadora y la mejor herramienta de construcción de sentido para el campo popular de los últimos 20 años.

---

<sup>18</sup> **Espada, Agustín.** Fuente digital: <https://twitter.com/AgustinEspada/status/1299701424608153600>

<sup>19</sup> **Grinbank, Daniel.** Fuente digital: <https://twitter.com/GrinbankDaniel/status/1299715551263174663>

<sup>20</sup> **Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://twitter.com/sergioszpolski/status/1300102243874729986>

<sup>21</sup> **Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://twitter.com/sergioszpolski/status/1300142446156886016>

<sup>22</sup> **Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://twitter.com/sergioszpolski/status/1300262879443202048>

<sup>23</sup> **Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://twitter.com/sergioszpolski/status/1300415231957622785>

15 años consecutivos con 1400 trabajadores, miles de logros periodísticos con notas y tapas que hicieron historia.<sup>24</sup>

Estos mensajes causaron inmediata respuesta de los trabajadores a los que el empresario afectó y también la solidaridad del investigador Martín Becerra que intercambió con Szpolski algunos tuits con una lectura contraria:

No recuerdo una discusión entre empresarios de medios, periodistas y usuarios/audiencias como esta en la Argentina, donde la costumbre es barrer bajo la alfombra. Cada tuit de Szpolski en particular abre nuevas discusiones.<sup>25</sup>

Si algo hice fue investigar, documentar y difundir los efectos de la política de medios de Macri en sus cuatro años de gobierno. Por eso mismo es que veo que el vaciamiento/colapso del G23 tiene otras causas principales.<sup>26</sup>

Entonces paso en limpio: queda claro que lxs periodistas fueron lxs perjudicadx. Solidaridad con ellxs. En cuanto a las causas del colapso del G23, así como sobre el accionar de la conducción empresarial, disentimos mucho (en mi caso, sin ahorrer críticas al gobierno de Macri).<sup>27</sup>

Marina Giacometti fue redactora y delegada del portal *Infonews*, que también pertenecía al *Grupo Veintitrés* y participó del mismo festival que recuerda Alfonso. Su relato coincide en más de un punto con el de su colega y en nada con el de su ex empleador:

En realidad venía ya la empresa a mediados de 2015 con algunos problemas de pagos en algunas redacciones específicas, a fin de año ya todas las redacciones estaban en conflicto menos nosotros. *Infonews* fue el medio que más sostuvo en cuanto a pagos. Nosotros seguimos cobrando hasta marzo de 2016, en cuotas, pero ahí nos dejó de pagar. Empezamos un arreglo para ver si podíamos cerrar las cuestiones en el Ministerio de Trabajo en el SECCLO como para que nos pagara una indemnización. Llegamos a negociar la cifra irrisoria de 40% de indemnización porque supuestamente era lo máximo que él podía pagar en esa situación y nos fue pasando las fechas y la última nos clavó (...) Pensá que en el *Grupo Veintitrés* éramos ochocientas personas, entonces ese verano eran ochocientas personas que estaban tratando de conseguir trabajo. Si bien los ochocientos no eran periodistas la gran mayoría sí y éramos ochocientas personas compitiendo para entrar en los pocos medios que quedaban. Así que la gran mayoría empezó a trabajar no sé, en *Frávega*...

---

<sup>24</sup> Szpolski, Sergio. Fuente digital: <https://twitter.com/sergioszpolski/status/1300505526896398340>

<sup>25</sup> Becerra, Martín. Fuente digital: <https://twitter.com/aracalacana/status/1300231824266977286>

<sup>26</sup> Becerra, Martín. Fuente digital: <https://twitter.com/aracalacana/status/1300266950506033153>

<sup>27</sup> Becerra, Martín. Fuente digital: <https://twitter.com/aracalacana/status/1300265658014412801>

Ari Lijalad, actualmente conductor de *El Destape Radio*, advierte sobre el peligro que significó este corrimiento de los trabajadores de prensa hacia otro tipo de empleos forzados por la coyuntura en el sector periodístico:

Siempre hubo mucha precarización en el periodismo, pero hasta el 2015 se creaban medios, había medios públicos que funcionaban, había una Ley de Medios, después de 2015 fue la debacle total. Yo en ese momento tenía dos trabajos, *Radio Nacional* y *Radio América*. A mí me echaron de *Radio Nacional* en enero de 2016 y *Radio América* desapareció, era de Szpolski, así que me quedé en bolas como tantos otros. Yo me quedé sin laburo total. Y estuve sin laburo fijo hasta que entré al *Destape* (...) Tuve que ponerme a hacer cosas que no eran laburo periodístico, que es lo que le pasó a un montón de colegas. Y eso es lo grave para la democracia, cuando los periodistas dejan de hacer periodismo, entonces deja de haber más opiniones, deja de haber más información y la información se concentra mucho más en las mismas voces de siempre. Yo no soy un periodista que pueda escribir cosas en las cuales no creo. Y los lugares donde puedo y quiero trabajar o estaban cerrando o estaban fundidos, el panorama fue tremendo. Yo tuve bastante suerte, me mantuve y crecí y mi nombre siguió circulando. El otro día empecé a preguntar sobre periodistas que yo seguía y leía y ¿dónde están? El otro día preguntaba sobre Carlos Romero que era el subeditor de política de *Tiempo Argentino* y no está publicando, o Gerardo Aranguren que hacía derechos humanos y yo lo leía. O periodistas a los que le bajó mucho la exposición por tener que irse a medios más chicos (...) Yo tuve un productor que era un genio y estaba vendiendo corbatas por teléfono a México.

Nicolás López se despeñaba en ese momento como redactor del portal *Diario Registrado*, medio fundado por el empresario Diego Gvirtz, al igual que la productora *Pensado Para Televisión* -famosa por ser la creadora del polémico programa 678- pero que para ese entonces ya había sido adquirido por el grupo mediático de Cristóbal López y Fabián de Sousa. Al recordar esos primeros meses de gobierno de *Cambiamos* Nicolás cuenta:

Para cuando asumió Macri, *Diario Registrado* y *Pensado Para Televisión* ya eran parte del *Grupo Indalo* que los había comprado a principios de 2015. En diciembre de 2015, después de la derrota electoral de Daniel Scioli, nosotros dejamos de percibir los aportes y las cargas sociales que tenía que hacer la empresa y, a los pocos meses de eso, despidieron a la gente contratada que podían sacarse de encima sin indemnizar y al poco tiempo empezaron a abrir retiros y buscaron darle fin a la continuidad laboral alrededor de doscientas personas de personas que trabajaban en *Pensado Para Televisión*. Eso lo sufrimos muy de cerca porque *Diario Registrado* es una empresa prácticamente hermana de *PPT*, trabajábamos todos en el mismo lugar. El *Grupo Indalo* era un grupo afín al gobierno (kirchnerista) y tenía mucho desarrollo de programas que estaban dentro de la órbita de contrataciones en el Estado, como 678. La llegada de Mauricio Macri al Gobierno paralizó todos esos contratos y produjo que de manera casi inmediata la empresa decidiera dejar a mucha gente sin laburo. Yo a su vez laburaba para otro portal, desde principios de 2015, y me pasó lo mismo, era un portal que dependía de la pauta del Gobierno que estaba (kirchnerista) y en diciembre de ese año me quedé sin ese

trabajo. Las razones tenían que ver con el achicamiento que se producía de la llegada de plata a esos medios. Yo trabajaba en negro, bueno, no me gusta decir en negro, trabajaba de manera informal ahí y me dijeron que no podía continuar. O sea, me vi directamente afectado por el cambio de Gobierno, los medios que me habían contratado acusaban o que no me requerían o que no tenían plata para pagarme. Me quedé sin uno de los laburos y el otro empezó a pagarme mal el sueldo. Y después, desde luego, el achicamiento de medios que vino fue muy violento, muy grande y entonces tampoco había forma de reemplazar esos trabajos con otros porque la gente que te rodeaba también estaba sin laburo o buscando y entonces se hacía más difícil conseguir algo.

Villalobos sostiene que el gobierno de *Cambiamos* no sólo no tomó medidas ante el vaciamiento del diario donde trabajaba (*Tiempo Argentino*) sino que además le otorgó impunidad al dueño del grupo mediático que dejó cientos de trabajadores en la calle:

Mirás la serie Nisman y te das cuenta, si no está Szpolski por ahí pasa cerca. Es decir, el entramado del grupo con los servicios de inteligencia y el encubrimiento que tuvo fue tremendo. Gozó de un encubrimiento por parte del macrismo, tendría que estar preso y está libre. Claramente creó un grupo y lo desmanteló, es de público conocimiento y la justicia dice que no, que no se pudo comprobar su propiedad.

Abrevaya, como Villalobos, también da cuenta de la injerencia del Poder Ejecutivo sobre la Justicia durante esos años, pero en este caso en vez de referirse a una actitud de complicidad con el dueño del medio hace alusión a presiones sobre el mismo para acallar al diario:

Hubo un momento aunque si bien desde el diario (*Página 12*) no había una bajada concreta de que pudiera cerrar, estaba ese temor. Bueno, también hubo un conflicto bastante raro vinculado con el dueño del diario, el titular del *SUTERH*, con un tema judicial por una supuesta cuenta en el exterior. Eso fue leído por muchos, y yo lo comparto, como un apriete por parte del Gobierno o sectores afines al Gobierno. También hubo algo bastante traumático que fue la salida de Horacio Verbitsky del diario también vinculado para mí con sectores del gobierno nacional y un sector de la justicia.

Quizá sean las palabras de Florencia Alcaráz las que mejor interpretan la sensación colectiva de ese primer año de gestión y de ellas tomamos el título para esta tesis:

Yo la pasé pésimo, me fui del país un año durante el primer año de macrismo. Es difícil, siento que todavía estamos como procesando todo lo que pasó, tuvimos como un entre paréntesis que empezó en diciembre de 2015 y se cerró en diciembre de 2019 y si bien pasaron un montón de cosas en ese tiempo, a la vez un montón de cosas se pusieron en pausa porque no sabíamos bien qué iba a pasar (...) Para mí el primer año fue re difícil, me dejó sin laburo, literalmente. Los dos trabajos que tenía dependían del Estado y eso

desapareció, te obliga a reconfigurarte profesionalmente. Me fui de viaje de Estados Unidos hasta Costa Rica con la indemnización, no trabajé, no sabía bien qué quería. También nos pone en un lugar incómodo esto que está pasando ahora (la asunción de Alberto Fernández), este cambio y no sabemos bien dónde nos vamos a colocar. Me parece que todos los cambios de gobierno generan eso salvo que sean una continuidad. Obviamente que el macrismo fue lo peor que nos pasó, nos destruyó y nos expuso a unos niveles de crueldad que no conocíamos, al menos mi generación. No fue la primera crisis que nos tocó vivir porque tuvimos la crisis del 2001 pero sí la primera crisis en la que teníamos la responsabilidad de sostenernos económicamente o de sostener a otros o a otras y de no saber qué iba a pasar. Esa incertidumbre, creo que ahí nos talló un montón a todos y todas.

# Capítulo 2.

## No hubo tiempo para el miedo: reinención y resistencia

Tenemos que aprender y desaprender todo lo aprendido que hasta que no se ahogue y no explote toda la impostura no vendrá el lenguaje nuevo. Nunca vendrá. Dejemos el lenguaje barroco, infiel. Mentirosos, impiadosos que salen por televisión y nos dicen y nos hablan con los mismos gestos y las mismas palabras un poco invertidas pero en el fondo saben que nos mienten. Nosotros sabemos que ellos nos mienten y ellos saben que nosotros sabemos que ellos saben que nosotros sabemos.

Eduardo *Tato* Pavlovsky<sup>28</sup>

Durante los años del gobierno de Macri la pugna discursiva fue intensa, desigual, desaparece pero muy aguda y vehemente. Los mensajes periodísticos –especialmente los de contenido político- no son neutros, están cargados de una intencionalidad editorial y funcionan aportando “el suministro y la construcción selectiva del conocimiento social”<sup>29</sup>. La construcción de la noticia –en cualquiera de sus formatos y soportes- comprende su problematización como dispositivo de conocimiento de la realidad. Los trabajadores de prensa entrevistados en este estudio dieron esa contienda simbólica, muchos de ellos reconfiguraron sus modos de difusión de noticias e impulsaron sus propios proyectos periodísticos para seguir difundiendo información. Cynthia García, por ejemplo, explica el surgimiento de su plataforma de noticias:

El 26 de enero de 2016 salimos al aire con *#LaGarcía* por *YouTube*. Yo sostuve económicamente a *#LaGarcía*, compré equipos... en agosto de 2016 me reventaron mi

---

<sup>28</sup> **Pavlovsky, Eduardo** *Sólo brumas*, Obra de teatro, Buenos Aires 2009. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=K CtylQUlgAk&t=7s>

<sup>29</sup> **HALL, Stuart**. "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico» " en CURRAN, James y otros (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981. Pág 22. Fuente digital: <https://tinly.co/EUvLU>

casa, dejándome una mensaje mafioso<sup>30</sup>. No hubo tiempo para el miedo, había que reaccionar y generar. Todo ese año yo viví de mis ahorros mientras #LaGarcía se convertía en una plataforma que pudiera tener algún grado de sustentabilidad. (...) Empecé desde mi casa. Fabiana (Segovia) me ayudaba a ver si podíamos generar recursos, Celeste Del Bianco y Mariano Montali, contenidos y el apoyo también y la solidaridad de muchos medios. Inclusive los medios hegemónicos que por curiosidad, tal vez con mala leche, le dieron un impulso porque era "de 678 a youtuber". Sin embargo nos generaron un impulso de conocimiento (...) Empezó en el living de casa, tal vez el acierto que tuvimos fue que no era un video selfie, "no podemos comunicar en la radio pública, no podemos comunicar en la televisión pública, no podemos comunicar en *Radio Continental*, entonces la apuesta va a ser en mi casa pero va hacer una apuesta. Pusimos escritorio, biblioteca, computadora, cámara, luces, maquillaje y salimos al ruedo. "Nos van a sacar de todos lados, bueno, del living de mi casa no me van a sacar". Para el primer envío no lográbamos que mi hijo dejara de llorar, el primer video sale con el llanto de Juan. Y eso no era solamente el relato de una periodista despedida, de victimización, sino que nosotros empezamos a generar una plataforma de comunicación y un colectivo de comunicadores que se sumaron.

Los creadores del resumen de noticias semanal *Macri en 3*, Rodrigo Orellana y Matías Lanzi, iniciaron sus emisiones por la misma fecha impulsados por una sensación similar a la de García:

*Macri en 3* nace en el verano de 2016. Estábamos de vacaciones y veíamos que el panorama mediático político estaba muy oficialista, ya no quedaban voces disidentes en los medios... incluso no estaba Víctor Hugo, en ese momento lo habían echado (hace referencia al despido de *Radio Continental*), *C5N* todavía no se sabía qué estaba haciendo y a nosotros nos parecía que había un montón de cosas a las que teníamos acceso por nuestros contactos o por la gente que conocíamos de las radios comunitarias que no se estaban diciendo en los grandes medios. Entonces nos parecía interesante juntar todo eso y mostrarlo de una manera ordenada poniendo en contexto y en perspectiva estas informaciones y nos parecía que lo audiovisual y las redes sociales eran un campo fértil para poder hacerlo. Teníamos los conocimientos como para poder editar un video, buscar un audio, subirlo a internet entonces decidimos empezar a hacerlo. Y bueno, así nace, como una idea de muchas que tuvimos. Como contaba Mati (Lanzi), nosotros trabajamos juntos en muchos proyectos, este era uno más que no sabíamos qué futuro iba a tener y bueno, después gustó a varias personas y lo seguimos haciendo.

Tal como señala Henry Jenkins en el paradigma de la convergencia la interacción mediática es cada vez más compleja. Ya en 2008 alertaba que este fenómeno debía estudiarse como un proceso cultural que estaba desatado<sup>31</sup>. Esta idea me parece importante para entender la

---

<sup>30</sup> **El Destape Web**, *El sugestivo mensaje mafioso que le dejaron a Cynthia García en su departamento*, 9 de agosto 2016, Buenos Aires <https://tinyurl.com/v2edr6mt>

<sup>31</sup> **Jenkins, Henry**. *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2008, Pág 26.

rápida capacidad de reacción que pudieron dar los periodistas entrevistados al ser desplazados de sus trabajos para generar nuevos canales de difusión valiéndose, en la mayoría de los casos, de las tecnologías digitales. Al respecto, Matías Lanzi (co-creador de *Macri en 3*) expresa:

Fue un proceso, porque cuando nosotros formábamos parte de una radio comunitaria teníamos como ese sueño de conseguir la Ley de Medios. Cuando se consigue, suponíamos que a partir de eso se iban a abrir nuevas puertas para las radios comunitarias y poder ser legales y llegarle a más cantidad de gente y bueno, todo se terminó complicando por cuestiones político-judiciales, entonces la radio nunca terminó de llegarle a más de las personas que te rodeaban tres cuerdas a la redonda y a las pocas que te podían escuchar por internet porque eras su amigo o su amiga. Con lo cual, nosotros vimos que teníamos los conocimientos, las capacidades y el potencial que había en Internet era interesante para hacer un producto audiovisual. Lo habíamos pensado inicialmente para que sea un video que se pueda viralizar por *Whatsapp*, por eso decidimos la duración de tres minutos. Finalmente el tiempo te va dando la forma que va a tomar el producto y decidimos que sea no tanto por *Whatsapp* sino más bien por *Facebook* y posteriormente por *YouTube*. Y terminó plasmándose en esto, en un proyecto audiovisual que pudo llegar a un montón de gente y a gente que no le llegábamos a través de una radio comunitaria pero ni soñando.

El proyecto de estos amigos se reveló como un producto sólido y duradero que se emitió una vez por semana durante los primeros tres años de gobierno de Mauricio Macri a través de diversas redes sociales, dejando un total de 141 videos producidos. En su realización se tensionaron permanentemente rasgos de tipo mimético con la comunicación hegemónica y rasgos disruptivos<sup>32</sup>. Rodrigo Orellana problematiza ese ida y vuelta de la siguiente manera:

En nuestra época de la radio comunitaria había una lucha o una discusión que nosotros siempre queríamos dar que era la discusión estética. En las radios comunitarias o por los menos en las que participé yo, lo estético no era tan importante, se daba mucha importancia al contenido, al discurso. Y nosotros decíamos que el discurso ya lo teníamos, que más o menos estábamos todos de acuerdo en qué decir y que ahora teníamos que encontrarle la vuelta estética porque nos parecía que si algo se escucha mal o se ve mal perdés un montón de potencial de gente que lo puede llegar a ver. Y esa discusión siempre la dábamos, a veces con mejor suerte a veces con peor... entonces cuando empezamos a hacer *Macri en 3* decidimos hacer algo que esté bien hecho, que se escuche bien, que se vea bien, que sea prolijo, que se entienda, eso era como una de las premisas. Que sea corto también porque era para las redes sociales. La duración de tres minutos fue un estudio que hicimos entre nosotros a ver cuánto tiempo aguantábamos viendo un video, nos parecía que tres minutos si estaba bien hecho podía llegar a ser mirable, consumible. Y además teníamos una cuestión técnica que es

---

<sup>32</sup>Vinelli, Natalia, *“La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación”*, Editorial Cooperativa El Río Suená – El Topo Blindado, Buenos Aires, 2014. Pág. 59.

bastante nerd, que en esa época *Whatsapp* te dejaba pasar videos de hasta 16 megas nada más y, entonces, en una conversión específica que se veía bien y se escuchaba bien y era livianita, tres minutos nos daba 16 megas casi clavado. De ahí surgió nuestra duración.

Julia Mengolini, periodista y abogada, es una de las fundadoras de la Radio Online *Futurock*. Ella explica el surgimiento de este proyecto como un resultado directo de la llegada al poder de la alianza *Cambiamos*. En diciembre de 2015, Mengolini formaba parte del staff de conductores de *Radio Nacional Rock*, según relata allí mismo empezó a nacer la idea de buscar alternativas ante el cambio de gestión:

El germen de la radio (*Futurock*) nació en el proyecto *Nacional Rock*. Se trataba de una programación audaz que apostaba a otra relación con los oyentes. *Futurock* profundiza y enriquece aquella idea. Esta radio es un fruto directo del macrismo. Llenamos un vacío comunicacional: en la radio nadie les hablaba a los jóvenes politizados" (...) Entendíamos que la mayoría de las FMs tenían un lenguaje que estaba quedando un poco viejo. En nuestro caso, a partir de una necesidad recontra genuina. Después de los resultados de la primera vuelta en 2015, nos dimos cuenta de que era muy posible que Macri llegara a la presidencia. Nosotros habíamos formado un equipo muy bueno en *Nacional Rock* y sabíamos que era imposible que siguiera. Así que nos pusimos a averiguar cómo podíamos replicar eso y hacerlo mejor. Tener una FM tradicional habría sido imposible. Conseguir una frecuencia, la antena y los equipos demanda una cantidad de dinero imposible para gente común. Pero descubrimos que armar una radio profesional por Internet era difícil, pero no prohibitivo. Nos unimos cuatro socios y lo logramos. Convocamos a gente que venía de *Nacional Rock*, como Malena Pichot, Darío Sztajnszrajber, Werner Pertot y la señorita Bimbo, entre otros, y se generó una identidad muy potente y un espíritu de pertenencia muy fuerte. No quiero sonar pedante, pero hoy hago zapping por las otras radios y me suenan aburridas, les hablan a los oyentes como consumidores. *Futurock* empezó a crecer muy rápidamente y coincidió con la generación de activistas de pañuelos verdes. A ellos les estamos hablando y a muchos otros<sup>33</sup>.

La situación de los trabajadores del *Grupo Veintitrés* que quedaron a la deriva, sin cobro de sueldos, fue diferente. Las cooperativas de *Tiempo Argentino* e *Infonews*, que eran dos medios de ese grupo empresario, se formaron luego de la toma de sus redacciones. Los periodistas de *Tiempo Argentino* enmarcan su caso en un paradigma de una "empresa

---

<sup>33</sup> **Mengolini, Julia:** "Los grandes medios son cómplices de la devastación macrista" en *Tiempo Argentino*, Buenos Aires, 14 de Julio de 2019 <https://tinyurl.com/f9d42are>

recuperada”, figura que no suele ser habitual en el rubro periodístico. Alfonso Villalobos, redactor y delegado de ese diario, cuenta cómo vivieron la creación de la cooperativa:

Durante todo el conflicto, enero, febrero, marzo, sacamos un boletín online que se llamaba *Por más tiempo* y que nos permitía difundir el conflicto y hacer algo. En ese período dos veces también hicimos dos diarios online, “diario diario”, porque el boletín era un boletín sobre nuestra lucha que tenía un impacto muy grande. A nosotros nos llamó la atención después, el 24 de marzo, que la gente sabía al dedillo quién era quién, todo, porque nos leía a través de ese boletín. Sacamos dos diarios online completos, los subimos en PDF y cuando vino el 24 de marzo dijimos: “Saquemos un diario en papel”. La gráfica *Patricios* nos financió la impresión y vendimos en la calle 40 mil diarios en un día. Con eso juntamos como medio palo en ese momento y nos dimos cuenta que había una audiencia. No sólo los lectores de siempre sino los que se habían acercado por la lucha. La lucha a nosotros nos dio mucha audiencia y nos colocó en un lugar periodísticamente bien visto porque objetivamente luchábamos contra todos los poderes, los anteriores y los actuales. Capitalizamos eso y el primer diario salió a mediados de abril y la cooperativa se funda el 19 de abril.

El proceso de *Tiempo Argentino* fue largo y tuvo un momento crucial cuando una patota del supuesto nuevo dueño del medio irrumpió en la redacción que estaba tomada por los trabajadores hacía varios meses. Villalobos relata ese hecho histórico:

El 5 de febrero ocupamos, la primera noche que dormimos fue el 5 de febrero, en la redacción irrumpen el 4 de Julio<sup>34</sup>. Todo ese tiempo yo dormía una vez cada cuatro días en la redacción, yo porque era delegado, en general nos quedábamos entre cinco y diez todas las noches. Hasta que vino el ataque ese que esa noche había seis compañeros. Bueno, recuperamos el lugar. Esa irrupción nos dio más visibilidad. Ya teníamos visibilidad, habíamos sacado unos ocho, nueve diarios. Los primeros tres diarios se agotaron, no volvió uno, después siguió la venta muy alta y esto nos volvió a colocar ahí arriba. Porque fue una patota y la repelimos, si nosotros no repelíamos a la patota se acababa la historia ahí, no había mucha vuelta. Ingresamos de nuevo, llovía a cántaros, fue tremenda esa noche. Ahí tuvimos otro acierto que fue el día del ataque al mismo tiempo que hicimos lo que hicimos -nos agarramos a las piñas con los patoteros, hablamos con el Ministerio de Trabajo, al mismo tiempo que todo ese quilombo-, decidimos sacar un diario esa misma noche. Era un martes. Una edición especial sobre el ataque, la vendimos toda. Nos dio mucha visibilidad. Mucha solidaridad con el gremio de prensa. Hay que tener en cuenta que todo esto se dio en el contexto del proceso de reorganización del gremio alrededor de *Sipreba*. Es decir de quebrar una idea, que es un cáncer dentro del gremio, que es que los periodistas no son trabajadores y que al mismo tiempo que un trabajador de *Clarín* no puede solidarizarse con un trabajador de *Página 12* o *Tiempo Argentino*, cuando sí pueden. Y demostramos que las patronales se solidarizan entre ellas cuando tienen que hacerlo en contra de los trabajadores. Todo ese proceso que duró 2012, 2013, que terminó con la fundación de *Sipreba*, a nosotros nos agarró en ese momento, entonces la red de solidaridad fue muy grande. Porque los periodistas de *Clarín* decían: “Estamos con ellos”, los trabajadores de *Página 12*)

---

<sup>34</sup> **Tiempo Argentino**, *Crónica del violento intento de silenciar a Tiempo Argentino*, Buenos Aires, 6 de Julio 2016 <https://www.tiempoar.com.ar/nota/cronica-del-violento-intento-de-silenciar-a-tiempo-argentino>

también. Eso tuvo mucha potencia. La idea de que los periodistas no somos los medios para los que trabajamos.

Como señalamos previamente el caso de la redacción de *Infonews* comparte algunos rasgos con el de *Tiempo Argentino*, fundamentalmente porque ambos medios formaban parte del mismo grupo empresario (*Veintitrés*), sin embargo tienen sus diferencias, empezando por el hecho de que *Infonews* siempre fue un portal online y no un diario papel y además su redacción era menos numerosa. Pero la fundación de la cooperativa también resultó como corolario de la toma de la redacción. La periodista Marina Giacometti recuerda:

Nosotros nos quedamos tomando la redacción más de dos meses. Entramos en conflicto con la dueña porque él (Sergio Szpolski, dueño del grupo empresario) alquilaba. Era como una especie de casa antigua de dos pisos enorme. Terminamos yendo a una mediación con la mujer. Nosotros le habíamos comentado a él que íbamos a formar la cooperativa, nunca respondió por las cosas que estaban ahí adentro, así que bueno, terminamos formando la cooperativa y de ahí nos fuimos. Como cooperativa nunca tuvimos una redacción fija pero había compañeros que no tenían computadora en la casa, que estaban en peor situación, algunos se llevaron algunas "compus" (...) Los dos primeros años no sacamos un mango y después de a poco fuimos consiguiendo algunas pautas de municipios. En el 2017 creo que empezamos a sacar "retiros" (de dinero). El sistema que nosotros hicimos fue poner una plata-hora de laburo y hacíamos una grilla donde cada uno anotaba y de acuerdo a eso a fin de mes se pagaba. Yo hacía tres (horas) y algunos días cinco y nunca saqué más de seis mil pesos. Los compañeros que laburaban más llegaron a sacar doce o trece mil (...) En 2018 ya en abril tuvimos un problema muy grande con la persona de los servidores, desapareció y nos fuimos dando cuenta de un montón de cosas. El servidor nuestro estaba en España y el dólar se fue disparando. Ahora hay algún mes que sacan algún "retiro" pero la mitad de los sueldos que te estaba diciendo y hay meses que no hay nada (...) Creo que lo seguimos haciendo porque hay compañeros que es el único ingreso que tienen, un poco para sostener a los que están en esa situación y otro poco porque hay como un orgullo de haber recuperado la empresa en el momento que lo hicimos. Después la idea de "nos bancamos todo el macrismo y quieras o no sobrevivimos con el portal todavía online". Y después la idea también de que se fueron cerrando tantas voces dentro del periodismo que es como que uno no quiere cerrar la propia.

Florencia Alcaráz es una de las fundadoras de la agencia de noticias *LatFem* y también sugiere que la motivación para formarla surgió ante dos factores que marcan muchos de los entrevistados: la falta de un empleo en relación de dependencia y el cierre de medios críticos al oficialismo:

En 2017 lanzamos *LatFem* que es un proyecto periodístico propio. Muchas de nosotras venimos de la experiencia de haber sido despedidas de los trabajos que teníamos en ese momento, de hecho estábamos fuera del trabajo de relación de dependencia en una redacción fija y encontramos la forma de empezar a contar lo que estaba pasando en Argentina y en la región en relación al feminismo que era lo que no podíamos hacer en otros medios porque no teníamos un trabajo formal.

Hay una frase de Julia Mengolini muy representativa a la hora de pensar la gesta de todos estos proyectos info-comunicacionales, ella señala: “Inventamos la radio que queríamos escuchar”<sup>35</sup>. Existió allí una apuesta a la consolidación de una “imagería social” que disputó sentidos y propuso una codificación alternativa de los acontecimientos<sup>36</sup>. A su vez, todos los periodistas entrevistados se valieron de las tecnologías digitales para ampliar su alcance y recuperar un espacio desde donde hacer llegar sus voces apelando a una audiencia con una sensibilidad afín, receptiva y deseante de escucha producto del cierre de muchos medios que solía consumir hasta ese momento.

---

<sup>35</sup> **Mengolini, Julia** en *Transformaciones en la industria radiofónica* Transmitido en vivo el 1 jul. 2020 Maestría en Industrias Culturales- UNQ Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

<sup>36</sup> **HALL, Stuart**. "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico» " en CURRAN, James y otros (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981. Pág 22. Fuente digital: <https://tinly.co/EUvLU>

# Capítulo 3.

## El rol del periodista: alcances y definiciones

La función es hacer bien tu laburo y tener un piso de dignidad. Sería difícil de entender para los profanos, porque éste es un trabajo de negociaciones, articulaciones, de diálogo. Esto no es una trinchera contra el mal.

Mario Wainfeld<sup>37</sup>

Hay muchas formas de entender y definir la profesión del periodista, sin dudas cualquiera de esas caracterizaciones está atravesada por las transformaciones que sufre el oficio a lo largo de la historia. Las opiniones de los entrevistados en esta tesis deben considerarse como interpretaciones subjetivas posibles en una discusión abierta y permanente sobre los modos de asumir un oficio cargado de tensiones y claroscuros. Por otra parte, en las últimas décadas el avance y la masificación de las tecnologías digitales modificaron los modos de construir y presentar noticias. La producción y también el consumo de información se transformaron, el hashtag #elfindelperiodismo se impuso como slogan y clima de época ya desde los años kirchneristas para hacer referencia, con la marca de agua propia de las redes sociales -el sarcasmo-, a la metamorfosis del oficio. Algunos aventuraron un tiempo extraordinario y oportuno: “El capitalismo mediático está en crisis. Todo lo que seamos capaces de hacer o soñar puede construir nuevas formas de comunicación que recuperen su sentido”<sup>38</sup>. Mientras desde otras trincheras no eran tan optimistas:

El periodismo es una mierda, sí, pero casi todos somos periodistas o tendemos a serlo. El periodismo es el reverso de la política y la política lo quiere de su lado. El periodismo es propaganda. El periodismo es un enfermo terminal que sigue organizando sentidos hasta el último día<sup>39</sup>.

---

<sup>37</sup> **Martini, Stella; Luchessi, Lila.** *Los que hacen la noticia: Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2004, Pág 24.

<sup>38</sup> **Acuña, Claudia ed.** *El fin del periodismo y otras buenas noticias*, Editorial lavaca, Buenos Aires, 2006. Fuente digital: <https://tinyurl.com/y4xov4nq>

<sup>39</sup> **Orozco, Enrique.** “El cementerio de elefantes” en *Revista Crisis Nº 4*, Buenos Aires, Mayo 2011. Fuente digital: <https://www.revistacrisis.com.ar/notas/el-cementerio-de-los-elefantes>

La llegada del macrismo al poder tensionó aún más un proceso de cambios que ya estaban en marcha y sacudió intensamente el avispero complejizando un debate en curso con el condimento de la lucha por los despidos, los cierres de medios y el incremento de precarización laboral en los espacios que pudieron permanecer en pie durante esa gestión. Si asumimos la pérdida de la ingenuidad y entendemos que “la práctica periodística es una actividad ante todo política”<sup>40</sup>, es lógico que las transiciones gubernamentales alteren sus estructuras pero por esos años el reacomodamiento implicó un costo entre los trabajadores de prensa que aún no está saldado. Juan Amorín expresa al respecto:

Son muchos los periodistas que en estos años perdieron su trabajo, yo tuve la suerte de hacer lo que me gusta hacer de la forma en que me gusta hacerlo y no dejo de pensar en cuántos de esos cuatro mil periodistas menos que hoy están sin trabajo podrían hacer un trabajo mejor que el mío y es un compromiso que uno tiene para con ellos y para con la profesión de aquellos que ocupamos un lugar de poder, me refiero al poder de la comunicación, poder ejercerlo de una forma comprometida y loable.

Durante el gobierno de Mauricio Macri el peso de los llamados “periodistas estrella”<sup>41</sup> se incrementó debido a la concentración mediática impulsada desde las políticas del Ejecutivo. Según los investigadores Micaela Baldoni e Ivan Schulaquier, durante cuatro años -desde el triunfo de la Alianza Cambiemos, en diciembre de 2015, hasta las elecciones primarias de 2019- “algunas estrellas del periodismo político se identificaron con el oficialismo y mantuvieron una postura crítica frente a la oposición, sobre todo ante el kirchnerismo”<sup>42</sup> y recién comenzaron a desmarcarse del macrismo “y reivindicar un perfil más ecuánime e independiente”<sup>43</sup> luego de las elecciones PASO, proceso que culminaron tras la derrota de Mauricio Macri, en octubre de 2019, cuando “volvieron a traer al centro de su discurso la crítica al kirchnerismo, aunque con mayores reparos respecto del desempeño de Cambiemos

---

<sup>40</sup> **Martini, Stella; Luchessi, Lila.** *Los que hacen la noticia: Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2004, Pág 18.

<sup>41</sup> **Baldoni, Micaela; Schuliaquer, Iván.** “Los periodistas estrella y la polarización política en la Argentina. Incertidumbre y virajes fallidos tras las elecciones presidenciales” en Revista *Más poder local*, ISSN-e 2172-0223, N°. 40, 2020 (Ejemplar dedicado a: #EleccionesArgentinas2019. Entre la verdad y las encuestas, los medios), págs. 14-16, Fuente digital <https://tinyurl.com/y5b36zu7>

<sup>42</sup> *Ibidem.*

<sup>43</sup> *Ibidem.*

y de sus figuras políticas”<sup>44</sup>. Juan Amorín, en el testimonio brindado a esta investigación se refirió a esos colegas de la siguiente manera:

No sé cuántos periodistas hoy de los que vemos o reconocemos a diario, de los que cuando prendemos la pantalla están, pueden decir que están comprometidos con la realidad social y eso es algo que me parece fundamental. Me parece que la profesión se fue deformando de manera tal que el periodista termina siendo una cosa millonaria, medio estelar, aristocrática, que se para frente a una cámara y analiza la realidad de manera tal como si no fuera un actor que influye justamente en esa realidad o como si no tuviera poder de poder transformar eso. Y es un periodista que se baja de un Audi, hace su hora de gracia, se junta en algunos eventos y no mucho más. Bueno, no, el periodismo es otra cosa...

Para Amorín el rol del periodista debe ser otro:

También tenemos esa cosa de decir “el periodista es un héroe” y no somos ni héroes ni villanos. Nosotros no somos más que un puente comunicacional y tenemos que comprometernos a ser el puente más efectivo, a que la gente que vive en Fuerte Apache y en Recoleta tenga las mismas herramientas a la hora de informarse.

La opinión de Cynthia García al respecto comparte varios puntos de encuentro con la de Amorín y agudiza la crítica sobre la caracterización del periodista como un personaje selecto y brillante que tiene la potestad de traducir a la sociedad acontecimientos que se le escapan. García manifiesta:

Todos podemos ser periodistas. No lo dice ningún manual de estilo -para mí hay que tirarlos todos a la basura, se salva el de UNESCO de 2013- sino que lo dice la *Declaración de los Derechos Humanos del Hombre*. Si es un derecho humano, es un derecho colectivo a toda la especie. Me peleo mucho con las corrientes dominantes que hablan del consorcio periodístico, de la élite periodística, de que ejercer el periodismo es riesgoso, costoso, peligroso. Eso es funcional al concepto de poder del mismo poder. La verdad es relativa, es difusa, es complicada, es inasible. El periodista tiene que tener un profundo amor por la búsqueda de la verdad. Porque si la verdad es unívoca, fácil y visible es la verdad del que domina.

García, durante la entrevista brindada a los fines de esta tesis, avanzó en su razonamiento y se animó enumerar los componentes fundamentales de un buen colega:

Las características de un periodista para mí son buena fe, honestidad intelectual y criterio. Nadie nace con criterio, el criterio es uno de los diamantes de la mochila que vas

---

<sup>44</sup> *Ibidem*.

construyendo, en la medida en la que uno se ejercite, se capacite y se forme vas siendo mejor o peor en lo que hacés.

La conceptualización vertida por Florencia Alcaráz comparte con estos entrevistados el entendimiento de que el trabajo del periodista debe ubicarse desde un posicionamiento que esquive la soberbia y haga foco en la observación y la investigación:

Pienso que la actividad periodística tiene un gran componente de escucha y que tiene que estar atravesada también por la búsqueda de datos. Tiene que tratar de ponerse en un lugar que sea no desde arriba de un banquito, desde un lugar consolatorio de lo que está contando sino desde tratar de contar el mundo también desde la mirada de los otros. Una periodista tiene que poder también estar situada en el momento que le toca ejercer, contar esa historia. Creo que es muy importante la carnadura, el lugar donde uno está situado, no es lo mismo hacer periodismo desde La Matanza que hacer periodismo desde una perspectiva latinoamericana.

Nicolás Fiorentino sumó a su definición un costado menos épico del periodismo pero no por es menos loable:

La definición más linda creo que es contar eso que el poder no quiere que se sepa. Ese es el sentido social del periodismo, después tiene muchos otros porque sino quedaría afuera el periodista que va a ver un show de los Rolling Stone y te hace una crónica de la puta madre, y decís: ¿desafió al poder? No, no lo desafió pero hizo algo que está buenísimo. Entonces a mí me parece que hay una conceptualización pseudo-artística detrás del periodismo que tiene que sostenerse. Pero el periodismo de política me parece que tiene que ser eso: hacerle preguntas al poder y mostrar las cosas que el poder no quiere que se sepan.

Para Florencia Alcaráz un buen periodismo feminista –lugar desde donde escribe- debe ser aquel realizado por un profesional atento a cuatro dimensiones:

El periodismo feminista es 4D. Tiene denuncia, siempre estamos denunciando algo que falta, algo que no está. Tiene demanda porque siempre hay alguien que tiene responsabilidad respecto de eso que denunciamos, puede ser el Estado, puede ser una persona, una comunidad... tiene datos, siempre aportar información y dar contexto que no es una historia aislada y después tiene deseo, todo lo nosotras queremos y hacemos por estar vivas que es un montón y eso no está narrando. En todo lo que hacemos tiene que estar todo eso.

Durante la investigación consultamos también por la posibilidad de entender al trabajo del periodista como un agente transformador de la realidad social. Nos encontramos con

diversas opiniones al respecto. Las más representativas de esta dicotomía quizá hayan sido la de Nicolás López, periodista de *Diario Registrado*, y la de Sebastián Abrevaya, por entonces editor de *Página 12*, quienes tuvieron posiciones antagónicas pero válidas. El primero sostuvo:

Como trabajador de los medios, mi objetivo es cobrar un sueldo, poder alimentarme y ayudar a los míos. La verdad es esa, en cuanto tarea y búsqueda de salario no me siento diferente de cualquier otro trabajador, no sé... de un albañil, el empleado de una fábrica textil o de una tornería: que va, trabaja, hace lo mejor que puede con las herramientas que le dan y con la dirección que le dan. Si sos un empleado que hace zapatillas, te dicen "esta zapatilla se hace así" y no hacés otra. Y yo siento que el trabajo en los medios es hacer zapatillas con la horma que pide ese medio y tratando dentro de eso de poner la mayor cantidad de creatividad y libertad que se pueda. Pero no veo diferencia entre lo que hago yo y lo que hace cualquier otro trabajador. Después sí pienso que al periodismo hay que hacerlo con responsabilidad. Si bien no es transformador ni revolucionario es muy importante para la construcción de la opinión social y de la materia prima que las personas tienen para pensar que es la información que le damos los periodistas. Del mismo modo que un profesional de la salud tiene que hacer un trabajo por un sueldo pero a la vez de manera responsable, porque de eso depende la salud de los que atiende y de los suyos. Y a veces hacerlo de manera responsable es discutir u oponerse o negarse a hacer cosas que te dicen, en la medida de lo posible. Nunca me parece que sea responsabilidad de los periodistas como es el periodismo porque en general son emprendimientos privados y la responsabilidad es de ese emprendimiento privado.

López añadió:

El periodismo es un espacio que sus dueños usan para dar a conocer lo que piensan e influir en la sociedad y es así. Esto no es ni bueno ni malo, es así. La idea de que el periodista hace lo que quiere o lo que le parece en un medio privado de comunicación es inocente e irreal. Lo que sí tiene que haber son muchas voces y muchos espacios de comunicación porque eso es lo que da la posibilidad de que quienes se informan tengan otras chances.

Abrevaya, en cambio, manifestó que el intento de transformación de la realidad social debe liderar la tarea del periodista y fue más idealista que su colega:

Antes que nada el periodista tiene un rol social, debe tener una mirada crítica de la sociedad y un intento por transformar esa realidad, de intervenir en el debate público. No creo en esa supuesta neutralidad u objetividad de los periodistas, creo que tiene que haber honestidad intelectual, transparencia, que se tiene que dar en la práctica profesional no ocultando las posiciones políticas o ideológicas y en ese contexto lo que hay que tratar de tener es cierta distancia sobre los hechos, tratando de ser equilibrado con las posiciones, sin negar esa posición política pero no poniéndola por encima de los hechos. Hay toda una discusión sobre si los hechos existen o son interpretaciones pero

más allá de eso, hay cosas que se pueden interpretar de manera más forzada o ser más justo con las interpretaciones. Yo creo que el rol del periodista es un rol social de transformación de la realidad sobre todo en el marco de un contexto de países como este de mucha desigualdad, mucha injusticia.

López consultado acerca del periodismo como agente fundamental en el cambio de las sociedades, manifestó:

Lo que revoluciona o transforma a la sociedad es el accionar político de la propia sociedad, la labor periodista en todo caso, acompaña, fomenta, colabora o puede colaborar con esos contexto pero no siento que sea transformadora per se. Dicho esto es súper importante, en el tipo de sociedad en el que vivimos, en una democracia burguesa, el rol de los medios es fundamental. Una sociedad sin espacios de divulgación de información se vuelve totalitaria, es necesario que haya otras voces que no sea la estatal solamente y eso en parte lo garantiza que haya medios de comunicación y periodistas expresándose en esos medios de comunicación. Como tienen que ser esas empresas... eso es otra discusión.

La mirada de Marina Giacometti, quien durante el macrismo ejerció su profesión tanto en un medio privado como en uno recuperado, fue más ecuánime:

Hay toda una discusión con eso, porque los que trabajamos en cooperativas tenemos una visión distinta del periodismo de los que están en las empresas. Yo estoy en los dos lados. Desde *Infonews* entendemos la comunicación como un servicio. Y nosotros estamos orientados ideológicamente hacia un lado, siempre se trataba -en el auge del macrismo más- de darle voz a los despedidos, a los sindicatos, a los que no suelen en general salir en los grandes medios, que sea más una labor social. Y desde el periodismo más *mainstream* digamos, voy a trabajar dentro de determinados límites o marcos y el periodista como siempre trata de hacer lo mejor posible dentro de esos marcos o límites que le pone la empresa en la que está trabajando.

# Capítulo 4.

## Ampliación y disputa de la agenda mediática

Informarse es luchar.

Víctor Hugo Morales

Los medios informativos tienen un papel central “a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública”<sup>45</sup>. Periodistas y medios constituyen un puente que permite a las audiencias conocer hechos más allá de su experiencia directa y por tanto “determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él”<sup>46</sup>. La teoría de la *agenda-setting*, concepto establecido por Walter Lippmann pero popularizado por Maxwell McCombs, sostiene que la opinión pública no responde “al entorno sino al pseudo-entorno construido por los medios informativos”<sup>47</sup>. En varias entrevistas realizadas para esta investigación se pudo observar que la teoría de la construcción de agenda guía la labor diaria de estos profesionales que expresaron cómo jerarquizan y seleccionan los contenidos en los medios donde trabajan. Ari Lijalad, periodista de *El Destape Web*, explica:

Había muchos que decían que iba a ser más fácil hacer periodismo porque es más fácil hacerlo siendo opositor que oficialista... yo no creo en eso y eso va ligado a mi formación. Yo estudié Ciencia Política que estudia el poder, el objeto de estudio es el poder y cómo ese poder se legitima. Eso es la clase número uno, no estoy spoileando nada de la carrera y a mí me ayudó mucho porque el periodismo que intento hacer es el periodismo sobre el poder. Y el poder siempre es el mismo, y el Estado (sobre todo el Estado cuando llegan proyectos nacionales y populares) es una herramienta, no es el poder en sí mismo.

---

<sup>45</sup> **McCombs, Maxwell.** “Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”, Bs. As., Paidós, 2006, Pág 31.

<sup>46</sup> **McCombs, Maxwell.** “Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”, Bs. As., Paidós, 2006, Pág 26.

<sup>47</sup> **McCombs, Maxwell.** “Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento”, Bs. As., Paidós, 2006, Pág 26.

Sus palabras coinciden con la de su compañero de redacción Jonathan Heguier quien en una entrevista publicada recientemente sostuvo:

Nosotros tenemos nuestra agenda muy marcada, contra las grandes corporaciones. Que el poder se haya ido de la Casa Rosada no quiere decir que el poder no esté más; el poder ahora está en otro lado. Lo que nosotros consideramos poder, es decir, los grupos económicos, los grupos mediáticos, estuvieron durante el macrismo, están ahora y estuvieron siempre.<sup>48</sup>

En varios de los testimonios recolectados para nuestro estudio aparece la preocupación de trascender o ampliar la agenda impuesta desde los medios concentrados. Sebastián Abrevaya expresa al respecto:

Los medios hegemónicos, dominantes o más masivos, logran filtrar en la agenda de otros medios más críticos sus temas y no pasa tanto al revés. Puede ser en algunos casos excepcionales pero no ocurre demasiado. Un caso en el que no ocurrió es el tema del blanqueo de los familiares del Presidente, tema que tendría que haber sido un escándalo nacional y no pudo penetrar demasiado. Así como ese, otros. Por ejemplo el tema de Maldonado fue un tema que sí pudo atravesar la agenda después de mucho tiempo de insistir.

Para Abrevaya las estrategias comunicacionales del kirchnerismo y el macrismo fueron opuestas y permearon en las temáticas difundidas a través de los medios. Sebastián señala que el gobierno de *Cambiamos* buscó “bajarle el nivel de intensidad a la discusión política, correr un poco a la gente de la política, recluirla en la vida privada”:

Eso también es una estrategia de comunicación de poder en función de retirar los temas de la agenda, que la agenda pase sin que la gente la advierta. El macrismo buscó despolitizar a la sociedad y el kirchnerismo tenía una estrategia de politización y movilización de los sectores gremiales sociales y de discutir los temas de cara a la sociedad.

Sin embargo, analizando los discursos de los periodistas entrevistados para esta tesis, surgieron tácticas de amplificación de los repertorios noticiables. Pudimos identificar que -de modo más o menos consciente- aparecen cuatro formas de correr los alcances de sus

---

<sup>48</sup> **Heguier, Jonathan.** “Nuestra agenda es contra las corporaciones” en *Revista Kranear*, Entrevista: Franco Alinovi. Buenos Aires, Agosto 2020. Fuente digital: <https://tinyurl.com/yysdrppp>

agendas y producir información que abreve y dispute la consolidación de nuevos “imaginarios sociales”<sup>49</sup>.

A una primera táctica podríamos ubicarla *desde el escritorio o el estudio*. Nicolás Fiorentino, editor del portal *Letra P*, sostiene al respecto:

Nosotros no corremos detrás de las noticias, no tenemos los recursos para competir ahí. Lo que hacemos en todo caso es buscar enfoques alternativos a la noticia. Lo que vulgarmente se llama notas. Hacemos notas y no noticias. Nosotros de una noticia hacemos dos cosas: la noticia por lo general tiene protagonistas, tratamos de enfocar en los protagonistas, hacemos como si fuese un zoom in y te contamos quién es esa persona. Te contamos la política a través de personajes. Ese es un ejercicio que solemos hacer. Y después hacemos el inverso, nos preguntamos “¿che, esta noticia que está pasando acá está aislada de todo lo demás o es parte de un circuito?”. Entonces ahí hacemos como un zoom out y te contamos por qué esa noticia es importante, porque forma parte de todos estos hechos que están ocurriendo a la vez. Ese es un desarrollo que para mí en los medios masivos se hace re poco.

Pero cabe señalar, como el propio Fiorentino reconoce, que este recurso sirve para ampliar agenda en un público que es asiduo consumidor de noticias. Él explica que para leer *Letra P* debe haber habido un consumo previo de noticias y llegar informado a la lectura. “Vos para leer *Letra P* primero tenés que haber leído toda una cantidad de medios que te permita ir al medio que nosotros hacemos, que es un medio con otro tipo de desarrollo, de mayor profundidad”, aclara y por eso sostiene:

*Letra P* es periodismo para el poder, es el poder mirándose a sí mismo porque nuestras fuentes de información son el poder. Periodismo para el círculo rojo.

En un sentido similar al vertido por Fiorentino puede leerse la táctica elaborada desde la radio *Futurock*. Ambas tienen que ver con los modos de presentación y la elección de los discursos. “Inventamos la radio que queríamos escuchar. Entendíamos que la mayoría de las FMs tenían un lenguaje que estaba quedando un poco viejo.<sup>50</sup>”, expresa Mengolini y añade:

---

<sup>49</sup> **Martini, Stella; Luchessi, Lila.** *Los que hacen la noticia: Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2004, Pág 63.

<sup>50</sup> **Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

Nosotros sentimos que competimos. No nos interesa ser una radio alternativa: queremos ser una radio masiva que dispute la hegemonía, pero con nuestro discurso. Nos pasa que nos manda mensajes gente que antes escuchaba *FM Metro*, por citar un ejemplo, y desde que nos conocieron no pueden volver atrás. Siempre queremos más oyentes, pero manteniendo nuestra identidad, que es antimacrista y feminista, y que siempre busca patear el tablero y deconstruirse.<sup>51</sup>

En segundo lugar, logramos identificar otra táctica diametralmente opuesta y es aquella que produce información *desde el territorio*. El testimonio más representativo al respecto seguramente sea el brindado por Cynthia García que narra su experiencia durante la cobertura de la marcha contra la Reforma Jubilatoria macrista en diciembre de 2017. Ese día ella obtuvo un testimonio emblemático que se viralizó en las redes e ilustra la portada de esta investigación. En esa oportunidad García le daba el micrófono a los manifestantes que eran detenidos por la policía del Gobierno de la Ciudad para que puedan dar su nombre y DNI y mensajes a sus familiares en vivo para salvaguardar su integridad y poder ser rastreados con mayor facilidad en las comisarías adonde los trasladaban. “¿Querés decirle algo a tus familiares?” propuso entonces García. Y el preso sorprendió: “¡Que se vayan a la puta que los parió, son gorilas!”<sup>52</sup>. Se trataba de un manifestante que esa tarde se volvió famoso, su nombre: Daniel Cantieri. El hilarante diálogo con la periodista tuvo un aditamento más que lo convirtió en tendencia inmediata en las redes sociales: fue capturado por la cámara de un reportero gráfico que también trabajaba en las afueras del Congreso esa tarde. Se trataba de Federico Cosso, fotógrafo despedido por el macrismo del Ministerio de Cultura. Cosso tomó la foto del detenido y la subió a sus redes con el siguiente mensaje: “Sus ojos brillan y se detiene en algo, sonrío. ¿Qué mira? ¿Qué sabe este hombre que nosotros no? Daniel Cantieri ve el futuro. Su cara está llena de esperanza. Ve al pueblo despertar. Sus ojos brillan. Y él sonrío”<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup>**Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

<sup>52</sup>**García, Cynthia.** Entrevista a Daniel Cantieri. Buenos Aires, diciembre 2017. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=rHEbTyAcbNM>

<sup>53</sup>**Revista Cítrica.** "Si hubiesen podido matarnos a todos, lo hacían" entrevista a Daniel Cantieri por Adrián Pérez, 13 de enero de 2018. Fuente digital: <https://revistacitrica.com/si-hubiesen-podido-matarnos-a-todos-lo-hacian.html>

García recuerda aquel momento y advierte la importancia de hacer periodismo desde la calle:

Yo no lo vi más a Cantieri, nos mandamos saludos pero nunca más lo vi, nunca estuve con él. Es un héroe. Eso se viralizó y salió por todos lados y mucha gente no sabe que la periodista era yo. Fue increíble, fue un momento mágico, un momento comunicacional. Yo creo que es por esta búsqueda que nosotros hacemos siempre de ver qué línea podemos correr de lo que está armado. Nosotros estábamos ahí porque a su vez interactuábamos con las organizaciones de abogados por los pueblos, a los que se llevaban detenidos en la represión les preguntábamos domicilio, nombre, teléfono y si querían decir algo a la familia. De hecho una madre se entera que su hijo está preso porque lo ve antes de Cantieri. Eso se los pasábamos a las organizaciones que iban a las comisarías buscando a esa gente como un "hábeas corpus" digital. En ese ínterin aparece Cantieri que genera esa cosa disruptiva que sólo te pasa si estás ahí.

Identificamos un tercer eje desde donde se disputó y amplió la agenda durante el macrismo y este tuvo que ver con el *feminismo*. Florencia Alcaráz lo evidencia de la siguiente manera:

Los feminismos le sacaron derechos al macrismo: la Ley Brisa, la Ley Micaela, la sanción de la cámara de diputados, lograr que se discuta por primera vez del aborto en el Congreso no es menor. Le disputaron agenda, le dinamizaron las discusiones, lo obligaron a tener de alguna forma el tema dentro de su radar.

En cuarto lugar observamos la aparición de una última táctica comunicacional para amplificar la agenda hegemónica y trascender audiencias, relacionada con el uso del humor como herramienta. Este recurso fue utilizado por los creadores del informe semanal *Macri en 3*. Matias Lanzi refiere:

El humor que es un rasgo que nos distingue hace que sea fácil llegar a personas que opinan distinto. Yo esto se lo muestro a mi viejo que votó a Macri y lo puede ver, no es que se va a enojar porque tiene esa cosa humorística que te abre puertas, te ayuda a llegar a gente que o está desinteresada por el tema u opina lo contrario. Como que no va a poder resistir reírse de ciertas cosas de Macri. Nosotros sabemos que igual lo importante no es sólo mostrar a Macri bailando sino también contar lo que está sucediendo con las cuestiones económicas.

Su compañero Rodrigo Orellana añade:

Una discusión que ya tenemos bastante cerrada, porque la fuimos puliendo, es que siempre decíamos: "la información tiene que ser más importante que el chiste", porque sino le estaríamos haciendo casi un favor. Queremos que se hable de la información, y el humor es algo que nos salió así porque nos comunicamos así y nos pareció que si a nosotros nos causaba gracia y nos informábamos de esa manera a otra gente también le podía llegar a interesar.

# Capítulo 5.

## Redes sociales: herramientas de difusión y expansión de audiencias o cajas de eco

He usado Twitter como confesionario, como bar para conocer gente, como espacio de relax, como herramienta de trabajo, pero sobre todo lo he usado por años como ágora de debate, discusión y casa natural de la famosa batalla cultural.

Mariana Moyano<sup>54</sup>

Hace ya algunos años la realidad se nos volvió perceptible no sólo a través de los ojos sino también de las manos, somos parte de un tiempo signado por uso constante de los dispositivos móviles: mediante ellos conocemos e interactuamos con los otros y con el mundo. La *mutación digital* ha intervenido “la manera en la percibimos nuestro entorno y también la manera en la que lo proyectamos”<sup>55</sup>. Algunos dicen que “nuestra cabeza está arrojada ante nosotros, en esa caja cognitiva objetivada” que potencia nuestras facultades para memorizar, imaginar y razonar. El consumo y la producción de información se realizan mediante estos dispositivos. Nos interesó conocer especialmente la opinión y las experiencias de los entrevistados en torno a las tecnologías digitales: ¿cómo y para qué las usan en su trabajo?

“Yo siempre digo que estamos haciendo un medio con tres *iphones* y dos escarbadientes, pero que los escarbadientes sean filosos y los *iphones* tengan buenas cámaras”. Así grafica Cynthia García la construcción de su plataforma de noticias y la necesidad de utilizar dispositivos de calidad para poder difundir con mayor llegada información incluso de manera rudimentaria.

Ari Lijalad, periodista de *El Destape Radio*, sostiene:

---

<sup>54</sup> **Moyano, Mariana.** *Trolls S.A.: La industria del odio en Internet*, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2019, Pág 26.

<sup>55</sup> **Berardi, Franco.** *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*, Buenos Aires 2017 Editorial: Caja Negra. Pág 10.

Las redes son una herramienta más. A mí la forma de hacer periodismo no me cambia, sí cambia mucho la posibilidad de difusión. Uso *Twitter* para emitir, pongo cosas, no discuto, no me peleo, no me engancho con los trolls. Pero está buenísimo porque sé que después es insumo para otros colegas y va circulando la información, incluso otros colegas te toman como fuente. A *Twitter* lo uso como cablera. Sigo a periodistas que ponen cosas que pasan en *Comodoro Py* por ejemplo. Y después tengo alertas específicos que me interesan, me avisan que cierta gente tuiteó.

Sebastián Abrevaya también remarca el uso de *Twitter* por parte de periodistas y actores influyentes de la política local:

En la Argentina hay un microclima, como un micromundo, donde hay políticos, dirigentes sociales, empresariales, periodistas, una suerte de círculo rojo. Si bien en términos de masividad *Facebook* le pasa el trapo, en términos de calidad de la información, lo que pasa en la política y en la economía se concentra en *Twitter*.

Por su parte, Cynthia García destaca la posibilidad que le dieron las redes en general para poder difundir información a partir de su salida, en diciembre de 2015, de la televisión y la radio:

Fuimos aprendiendo sobre la marcha. Yo me manejaba con las redes sociales pero no tenía ni idea de las nuevas tecnologías, les veía más el lado oscuro que el lado luminoso. Sigo creyendo que estamos en manos de monopolios, pero era la única manera que teníamos de sortear la censura concreta y directa que surge a partir de 2015. Lo que hicimos novedoso es crear este concepto de plataforma eminentemente audiovisual on demand y a su vez circulación de vivo en *Facebook* y *YouTube*, con un eje en la página web y mecanismos de viralización pensados para cada una de las redes sociales.

En sintonía con lo que marca García, Abrevaya menciona que desde la redacción de *Página 12* pudieron detectar “una necesidad de un sector de la sociedad de tener información crítica del gobierno (de Mauricio Macri)” a través de “las métricas de la página web y las interacciones de las redes sociales”. Durante las entrevistas observamos que no sólo aparecía esta demanda por parte de la audiencia sino que además a través de las redes se podía brindar otro tipo de lenguaje al de los medios tradicionales dando lugar así a un contenido diferencial. Rodrigo Orellana, editor de *Macri en 3*, lo explica de la siguiente manera:

Una frase que decimos siempre es “no, esto no lo hagamos porque es muy televisión”, no sé lo decimos para nosotros pero siempre tratamos de despegarnos de la televisión. Hay algo que nos diferencia de la televisión básicamente: el dinero. Ahí lo que manda es el mercado y la verdad que a nosotros no nos mueve eso, nos mueven otras cosas. No hacemos cosas para llegar a más gente solamente como hace la televisión tradicional. Un poco lo aprendimos de los *youtubers*, un poco de las redes comunitarias también, que

había otras motivaciones. Es inevitable la comparación con *TVR* y con todos los programas de archivo porque usamos muchos elementos de edición que usaban ellos pero tratamos de darle una impronta más de Internet.

Y Matías Lanzi, co-creador de ese resumen de noticias añade una diferencia con los programas de archivo televisivos en relación a la edición del material:

Rodrigo decidió no repetir (imágenes), es algo que *TVR* y *678* llevaron al extremo como forma de que te entrara. Si dura tres minutos nada más y encima repetimos... además lo que tiene Internet es que la gente lo puede volver a ver, lo que tiene es que si la gente dice: "che, ¿qué dijo?, me lo perdí", lo puede volver a ver tocando un botón.

Nicolás Fiorentino, editor de *Letra P*, también manifiesta que el lenguaje de redes tiene nuevas virtudes por sobre los medios tradicionales:

Las redes cambiaron radicalmente la forma en la que el poder le habla a las personas. La política durante muchas décadas estuvo intermediada por los medios de comunicación. Ahora se creó una falsa instancia de cercanía. Ahora parece que no estamos más intermediados porque si Carrió tuitea algo parece que yo le puedo responder, le va a chupar un huevo. Lo que yo creo es que hay medios que quedaron medio viejos, sobre todo los diarios. Hay diarios que siguen saliendo a la mañana con lo que pasó ayer al mediodía como si fuese 1934 y lo que pasó ayer al mediodía en redes sociales lo leyó todo el mundo.

Una contribución interesante a este debate fue vertido por Juan Amorín, autor de la investigación sobre los "aportantes truchos" de *Cambiamos* (Este suceso fue publicado en julio de 2018 y derivó en una causa judicial. El caso involucró a la entonces coalición gobernante *Cambiamos* y denunció irregularidades en la financiación de la campaña electoral legislativa de 2017 en la provincia de Buenos Aires. Posteriormente la denuncia se amplió a la campaña previa a las presidenciales de 2015 y a otras provincias del país<sup>56</sup>). Amorín analiza las virtudes y debilidades que presentan los nuevos modos frente a las formas tradicionales de producción de noticias y recolección de información:

Al periodista de antes le decían "hay un choque en Puente La Noria" entonces iba al puente a sacar fotos del choque y hoy en día lo buscás en las redes. Entonces digo, hay cuestiones donde se facilita mucho y otras donde se termina entorpeciendo el trabajo periodístico. Yo me pregunto muchas veces cuánto de lo que hago podría hacerlo de la forma clásica y cuánto de lo que hago de la forma clásica podría hacerlo con las nuevas herramientas tecnológicas: conviven, hay que tratar de hacerlos convivir. Capaz cuando

---

<sup>56</sup>Escándalo de aportantes electorales de Argentina de 2018. Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5hygof2>

hay un choque no te tomás un bondi, ahí no sirve la forma clásica, pero tampoco sirve si le hubiera dicho a los aportantes “mandame un videíto”, porque hubiera quedado en diez, quince casos, que eran los diez quince casos por los cuales esta mujer me había contactado... “Y bueno, hacemos un videíto, me lo mandás por *Whatsapp*, yo lo bajo, lo pongo en el programa...” Digo, los spots de campaña de Macri son videos de celulares... hubiera sido fácil eso, pero también uno entendía que tenía que ir a transmitir confianza y compromiso a esa gente y a demostrarles que de verdad había alguien que tenía ganas de poner el cuerpo y hacer esa investigación con el compromiso que requería por la confianza que depositaba esa gente en uno porque yo después me iba y los que se quedaban expuestos a la persecución de los punteros, los que se mostraban en cámara, etcétera, eran ellos. Me parece que el periodismo es un oficio sumamente humano entonces muchas veces poner el cuerpo es necesario.

Amorín añade:

No soy especialista en cuestiones legales pero la verdad es que veo cuestiones muy positivas en las nuevas formas de informarse. Una investigación como la de los aportantes truchos en los noventas sin los aparatos históricos de difusión hubiera sido imposible, hubiera terminado en la nada misma, fue una investigación que surgió en un canal de *YouTube*, que se difundió a través de redes sociales y que se escribió en un portal digital y gracias a ello logró una masividad muy importantes. Por un lado tenés esas bondades y por otro tenés todas las cuestiones relacionadas al gran negocio de los datos personales que hacen las marcas, las empresas de medios. Y después también tenés el tema de las fake news.

Para Ari Lijalad las redes son útiles como herramientas de amplificación y distribución de información pero no son una fuente de contenidos periodísticos por sí mismas:

Yo no creo que las redes generen contenido, sí ayudan a distribuirlo y a direccionar hacia donde se genera contenido que siguen siendo los medios, vos en una red ponés un link a una nota de un diario. En general toda la información que circula está direccionada a lo que hacemos en los medios.

Otro rasgo limitante de las redes sociales es alertado por el politólogo Ernesto Calvo, quien advierte que las redes sociales funcionan como una “cámara de eco”<sup>57</sup>, permanentemente nos devuelven “mensajes que son consistentes con nuestros prejuicios”<sup>58</sup>. Según sus estudios los usuario están condenados “a leerse a ellos mismos, a escuchar sus propias voces

---

<sup>57</sup> Calvo, Ernesto. *Anatomía política de Twitter en Argentina*, Editorial Capital Intelectual, Buenos Aires, 2015, Pág. 14.

<sup>58</sup> *Ibidem*.

y a atender a las mismas ideas con las que comulgan una y mil veces”<sup>59</sup>. Cynthia García, consultada al respecto, sostiene:

Yo creo que eso es parte de la “oscuridad” de las redes, pero no es conspirativa, es sistémica, los algoritmos de las redes funcionan para que nos escuchemos entre nosotros. Lo que yo aprendí es que ante un proceso tecnológico uno puede hacer muchas cosas, menos resistirse a que sucedan. Nosotros dijimos “estas son las herramientas que tenemos, estos son los límites que tienen, nuestro esfuerzo es intervenirlas de la mejor manera posible teniendo conciencia de la caja de resonancia de eco que tienen”. Lo que pasa con las audiencias es que son como conjuntos, ahora cada tanto hay un conjunto que se cruza con el otro que trasciende esos anillos con hashtags o con la interacción con medios tradicionales. Cada tanto pasa, cuando pasa, es hermoso, porque vos sentís que corriste eso y se generó una onda expansiva hacia el más allá de las nuevas audiencias. Las redes sociales son la nueva plaza pública ahora si vos lográs hacer un discurso con esa potenciación tremenda que tienen con tu cuerpo en el territorio se generan experiencias muy interesantes en términos de construcción de sentido.

Como cierre resulta interesante atender a la consideración de Amorín respecto de la discusión jurídica pendiente en torno a las tecnologías digitales de información:

Creo que la Ley (de Medios) no está adaptada a las nuevas tecnologías y a las nuevas formas de informarse. Me parece que es una de las discusiones que se vienen. Creo que esta vez tiene que surgir desde las bases un proyecto de ley rápido pronto que sea capaz de regular eso. Porque uno de los temas de la Ley de Medios creo que fue que llegó tarde cuando las reglas de juego ya estaban establecidas entonces quitarle esos espacios de poder y esos beneficios a los beneficiados costaba el doble porque ya se había generado un monstruo gigante, era muy difícil desarticularlo. Entonces si vos antes de largar la carrera establecés las reglas de juego tenés más posibilidades de que todos los actores se sienten en una mesa a acordar.

---

<sup>59</sup> *Ibíd.*

# Capítulo 6.

## Tensiones, condicionamientos y disputas: el debate en torno al periodismo militante vs. el periodismo independiente

El buen periodismo es algo más que contar una buena historia. Tiene que ver con contar historias que contengan una utilidad cívica.

Davis Merritt, Maxwell McCombs<sup>60</sup>

El oficio periodístico implica para los trabajadores de medios tomar posición dentro de un mapa complejo de articulaciones entre los intereses económicos y políticos de las empresas de medios en las que se desempeñan y también condicionamientos de índole ético respecto del rol que cumplen quienes acceden a la información relevante para el resto de la comunidad. Estas implicancias no son novedosas. Al respecto resulta interesante repasar un ejercicio documentado por Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón en el libro *“Contrainformación. Medios alternativos para la acción política”*. Allí los autores recuerdan:

Durante una clase sobre comunicación alternativa organizada por la Cátedra Libre de Derechos Humanos de la UBA, la periodista Patricia Rojas propuso una serie de ejercicios que actuaron como disparadores de un debate acerca del trabajo periodístico. El primero de dichos ejercicios planteaba el siguiente problema: Los periodistas que iban a bordo de la nave insignia de la flota inglesa durante la guerra de Malvinas fueron citados, en nombre del comandante John ‘Sandy’ Woodward, para una reunión en la que se le pidió, como cooperación patriótica, la difusión de noticias que tenían por objeto confundir a los argentinos. Se trataba de servir a los nobles propósitos de acortar la guerra, de salvar vidas humanas en los dos bandos y de mantener intacto el derecho de la patria a las islas del Atlántico Sur. Puestos ante estas motivaciones y ante esta propuesta, los periodistas contemplaron varias alternativas:

A) Aceptar la propuesta del comandante Woodward y contribuir profesionalmente al bien de la patria.

---

<sup>60</sup> Merritt, Davis. McCombs, Maxwell E.. *The Two W's of Journalism: The Why and What of Public Affairs Reporting*, Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum, 2003.

B) Ignorar la propuesta y continuar informando con lealtad por la verdad pero expuestos a las represalias que podría tomar la institución armada, principal fuente informativa para los corresponsales.

C) Rechazar la propuesta y anunciar al comandante Woodward que el caso sería presentado ante un comité parlamentario y enfrentar la acusación de antipatriotas.

Entonces, Vinelli y Rodríguez Esperón relatan que los alumnos “debían elegir una de las opciones, justificar su elección y explicar por qué se rechazaban las otras” y sugieren que el ejercicio es útil para pensar tres problemas:

- 1) ¿Cuál es el grado real de independencia del periodista en su trabajo?
- 2) ¿Existen valores extraperiodísticos que condicionan el trabajo de la prensa?, de ser así, ¿cuáles son aceptables, cuáles no y por qué?
- 3) ¿Qué grado de validez tiene una perspectiva instrumental de los medios de comunicación que plantea relaciones de manipulación puestas al servicio de objetivos que no son del orden de lo periodístico?<sup>61</sup>

Estos dilemas propios de la labor no son nuevos como tampoco lo son las tensiones entre la “mercantilización” y “politización” de la actividad periodística. Sin embargo, la investigadora Micaela Baldoni ubica una particularidad de la época:

La situación actual del periodismo argentino reside en que, en los últimos años, los vínculos del periodismo con el mercado y con la política se han vuelto un tema de debate público.

Baldoni ubica el traslado de este debate a la esfera pública a partir del denominado “Conflicto del campo” en 2008 y posteriormente, en 2010, la discusión por “Ley Audiovisual”, como el episodio que termina de instalarlo en la sociedad. La investigadora sostiene:

En el marco de acusaciones cruzadas de connivencia, de una parte, con el poder político de turno y, de otra, con los intereses comerciales pero también políticos de las empresas mediáticas que los emplean, los periodistas fueron tomando posición en una disputa

---

<sup>61</sup> **Vinelli, Natalia; Rodríguez Esperón, Carlos** (ed.) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires, Edición electrónica disponible en [www.dariovive.org](http://www.dariovive.org), 2008 (1ra edición, 2004).

que se tradujo, en el lenguaje mediático, en el enfrentamiento entre “periodismo independiente” y “periodismo militante”.<sup>62</sup>

Baldoni se encarga de rastrear el origen de la clasificación militante y entonces rememora:

En noviembre de 2010, la frase “primero soy militante, después periodista” del flamante presidente de la agencia estatal de noticias *Télam*, Martín García, publicada en el diario *La Nación* en una entrevista que García le concedió al medio, precipitó una oleada de intervenciones periodísticas (en medios gráficos, radiales, televisivos y de internet) en torno al tema de la relación del periodismo con la política. Más allá de que la expresión haya sido o no autoría de García, dado que unos días después el entrevistado acusó a *La Nación* de tergiversar sus palabras; lo cierto es que a partir de esta frase se le puso nombre a un clivaje que hace tiempo venía cruzando al periodismo, pero que no terminaba de definirse, a la vez que les dio a aquellos que ya se habían encolumnado tras la consigna del “periodismo independiente”, una herramienta para denominar a ese arco heterogéneo de periodistas y medios que consideraban ubicados en las antípodas de la deontología profesional que ellos defendían y que ahora podían aglutinar tras el rótulo de “periodismo militante”.<sup>63</sup>

Durante las entrevistas previstas a los fines de esta tesis consultamos a los periodistas cuál es su postura frente a este debate y obtuvimos respuestas y posicionamientos muy variados. Ari Lijalad sostiene terminante:

A mí no me causa ninguna ofensa que me digan periodista militante, el tema es que nos pongamos a discutir en serio qué significa. Yo he visto compañeros que piensan lo mismo que yo diciendo que no son periodistas militantes, como si los periodistas no fuéramos sujetos políticos. Mi forma de hacer política es hacer periodismo y somos sujetos muy relevantes. Los periodistas tenemos el monopolio de lo que se escribe, se dice y se habla en televisión. Está bien, no somos los dueños de las empresas pero lo hacemos nosotros, y somos muy poquitos. Debe haber veinte mil, treinta mil periodistas en todo el país, somos pocos, entonces no podés pensar que ese sujeto es incoloro, aséptico, imparcial, independiente y todas esas estupideces que dicen. Nosotros hacemos periodismo, lo hacemos desde una postura ideológica, la explicitamos. Como se explicita en otros lugares del mundo, es insólito que acá se discuta esto, en Estados Unidos los medios publican en su editorial a qué candidato van a apoyar.

La mirada de Alfonso Villalobos es muy diferente a la de Lijalad. Por eso expresa:

Milito desde que tengo diecinueve años (en el Partido Obrero). No me considero un periodista militante, me considero un trabajador de prensa que milita y construye un partido de trabajadores. No veo al periodismo en sí como un instrumento de militancia

---

<sup>62</sup> **Baldoni, Micaela.** La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante, Revista QUÓRUM ACADÉMICO Vol. 9, Nº 2, julio-diciembre 2012, Pp. 213-245 Universidad del Zulia ISSN 1690-7582, Pág 217.

<sup>63</sup> **Baldoni, Micaela.** La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante, Revista QUÓRUM ACADÉMICO Vol. 9, Nº 2, julio-diciembre 2012, Pp. 213-245 Universidad del Zulia ISSN 1690-7582, Pág 217.

como tal, yo considero que el periodismo es periodismo, la militancia es otra cosa. Yo milito en prensa construyendo mi sindicato, lo de periodismo militante tiene otra connotación. Desde mi punto de vista, mientras el periodismo no se desenvuelva a nivel general por fuera de las reglas del sistema capitalista no va a lograr romper sus ataduras con las empresas. Es decir, ¿es posible un periodismo militante con un Szpolski?, sería militar para Szpolski y ya sabemos qué significa. No, mi concepto de militancia es otro. El periodismo yo lo tomo como un oficio, trato de hacerlo de la mejor manera posible: defender la rigurosidad periodística, la diversidad de fuentes, el hecho en sí mismo noticiable y punto. Después construyo un sindicato, partidos y organizaciones y desde ahí milito. Desde ya la actitud o el posicionamiento de un periodista que a la vez es militante y más aún de un partido de izquierda de los trabajadores, parte de la independencia con respecto a su propia patronal y los gobiernos en general. El slogan de SIPREBA es “sindicato ni de los gobiernos, ni de los patrones” por lo tanto hacer periodismo de una patronal privada e inserta en un entramado gubernamental es una contradicción. No creo que eso sea periodismo militante.

Nicolás López, periodista de *Diario Registrado*, en consonancia con Villalobos, señala que el trabajador de medios está fuertemente condicionado por los intereses políticos y económicos de sus empleadores que son los que marcan la línea del medio:

Lo real es que en el periodismo los temas que se pueden tocar y los que no se pueden tocar en general son definidos desde la empresa y los trabajadores ordenamos nuestra labor en función de esas decisiones.

Para García, en cambio, es importante destacar el rol individual de los periodistas respecto a las líneas editoriales de las empresas para las que trabajan. Ella destaca:

Yo puedo abrazar los errores que tuve en mi formación. Pero me parece que una cosa es equivocarse y otra generar operaciones. Me parece que ahí está el límite que uno cruza o no cruza. Este oficio es materia muy sensible porque generamos construcción de sentido que después va a incidir en el voto, en leyes, en políticas públicas. Por eso una discusión que yo tengo con Víctor Hugo (Morales) eterna, él tiene una visión donde dice “el responsable es *Clarín*, no el periodista”, y yo digo “efectivamente no es lo mismo, no todo el mundo tiene el mismo nivel de responsabilidad pero eso no exime de la responsabilidad”.

Respecto a su plataforma de noticias García añade:

Yo siempre digo “*#LaGarcía* no es una plataforma militante, es una plataforma hecha por militantes pero con absoluta rigurosidad periodística”. Expresamos lo que consideremos periodístico y si bien tiene un fuerte alcance en el kirchnerismo siempre creímos que era un poco más que eso también, la idea de ampliar mayorías es la expresión iniciática de *#LaGarcía*. (...)El periodista tiene que tener claro su margen de respuesta, aún en las

tensiones, mi margen de respuesta es la clase trabajadora y la conciencia de clase, esos son mis mínimos, no puedo pasar nada que afecte a eso banalmente.

Para Matías Lanzi su posición no es partidaria ni militante pero si transformadora. Como creador del resumen periodístico *Macri en 3* relata:

Me ha pasado de gente que milita en partidos políticos que cuando salió (*Macri en 3*) no estaba muy conforme porque no tomamos una posición a favor de ningún partido... y, al tiempo, me dijo “me di cuenta que funciona, que a los militantes les llega”. Entonces me parece que sí, que aporta, que es un grano de arena para la transformación social. Es una herramienta. Me parece que hoy en día la lucha por la transformación cultural es una batalla que hay que dar, hay que darla en todos los frentes: en Internet, en los medios, en la televisión, en el diario, en el programa de Rial o en donde sea, hay que dar los debates. Me parece que como herramienta de debate audiovisual es interesante, por eso cuidamos que todo lo que decimos sea verdad y que sea un producto que pueda ser tomado en serio a pesar de que sea un producto con ribetes humorísticos.

Juan Amorín considera que el denominado “periodismo independiente” es en realidad “periodismo militante que se disfraza de objetivo simplemente para tener una falsa imagen de neutralidad para tener un público más amplio y poder ejercer una influencia superior”. Amorín repasa el accionar de periodistas asociados a esta postura durante el macrismo y señala:

Hemos visto periodistas actuando con agentes de inteligencia y generando una triangulación perfecta. Hemos visto que aquellas noticias que no se podían judicializar, se terminaban judicializando gracias a un periodista que se reservaba la fuente y publicaba cualquier cosa. Y esa cualquier cosa terminaba en un expediente judicial y cuando se lo citaba al periodista decía: “No, yo no revelo la fuente pero investiguen”. Y así un juez y un fiscal amigo terminaban logrando su cometido. El periodismo se fue deformando al punto tal que terminó cercenando candidaturas. Hay una persona que tiene todo para ser candidato que es Cristina Fernández de Kirchner y que no puede serlo por el nivel de persecución jurídica mediática que tiene. Una persona que no tiene una sola condena, tiene seis pedidos de prisión preventiva dictadas por el mismo juez (Bonadío), un juez que está acusado de apropiarse de causas por hacer sorteos irregulares, que está sospechado de triangular información con periodistas con claros contactos con servicios de inteligencia, que obtenían pruebas irregulares con escuchas telefónicas sin aprobación alguna y que terminaban blanqueándose a través de un expediente porque esos periodistas lo publicaban en un diario o en un canal de televisión, han pasado cosas sumamente irregulares. Van limando figuras políticas al punto tal que cuando la justicia tiene que condenar siente tanta presión por el rechazo social que pueda generar una absolución o una falta de mérito que termina condenando por las dudas.

Respecto del entramado entre periodismo, justicia y política, Amorín concluye:

Creo que hemos caído en los últimos años desde el ejercicio periodístico en el rol de fiscales y jueces y no somos ninguna de las dos cosas y cuando estás aplaudiendo a un juez sospechás porque algo hay. Cuando vas a una marcha y la gente va a una marcha termina aplaudiendo a Bonadío sospechás porque la gente no tiene por qué tener ese grado de afinidad política. De la misma manera que los periodistas tenemos todo el derecho de pensar, de tener ideología, tenemos todo el derecho a ser subjetivos pero tenemos que decir desde dónde hablamos, de hacerlo con honestidad, con compromiso y por sobre todas las cosas tenemos que hacerlo con independencia de la línea editorial del medio donde trabajamos. Y cuando un periodista se hizo millonario en el ejercicio del periodismo entonces algo mal hizo.

# Capítulo 7.

## Salir del individualismo: el vínculo entre colegas y la relación con la audiencia

Nosotros ya sabíamos cómo hacer radio, lo que teníamos que aprender era cómo hacer plata.

Julia Mengolini<sup>64</sup>

Durante los años macristas los periodistas consultados para esta tesis debieron recurrir a variadas estrategias para difundir información, algunos recursos fueron más novedosos que otros. Todos ellos destacan la solidaridad entre colegas, incluso de medios más cercanos a la postura oficialista, como una herramienta valiosa para empujar la difusión de sus noticias. Juan Amorín, por ejemplo, explicó que este acompañamiento a su investigación sobre los “aportantes truchos de Cambiemos” fue fundamental para instalarla en agenda y trascender a medios de mayor audiencia:

Debería haberme matado para defender mi nota frente a muchos otros periodistas que debían estar detrás de ella y haber dicho “no, bueno... la exclusividad...” y la verdad es que estaba solo haciendo eso. Eso es una cara del periodismo, pero también está la otra cara: el caso termina teniendo mucha difusión colectiva porque muchos colegas de grandes medios de comunicación, que entendían, que saben, que es un hecho noticioso, que tiene todas las herramientas, que enaltece de alguna forma al periodismo de investigación y cumple con los cánones del periodismo de investigación: yo me había tomado el trabajo de ir a los barrios, de hablar con las personas, de chequear que figuren en las bases de datos, hablar con la cámara electoral, llamar a los implicados del caso para que pudieran ejercer su defensa... es decir, no había posibilidad alguna que dijeran “no, bueno, es una operación política y esperemos a que la justicia se expida”; esos colegas fueron los que terminaron ayudando y empujando a que esa pequeña ola que empezó siendo una persona que trabajaba en un canal de Youtube (*El Destape Web*), porque no habíamos tenido la posibilidad de seguir trabajando en televisión -por

---

<sup>64</sup>Mengolini, Julia. “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

una decisión política también-, terminara convirtiéndose en una gran bola incontrolable para los medios de comunicación. Al punto tal que terminaron poniéndolo en tapa cuatros días seguidos, terminaron despidiendo a algunos de los responsables económicos de la campaña y la justicia terminó abriendo tres causas penales. Yo no puedo dejar de decir que hubo colegas más críticos de la gestión, hasta colegas más benevolentes con la gestión (de Mauricio Macri) que tomaron la decisión de darle difusión porque entendían que era injusta la decisión editorial del medio de no dársela a un caso que tiene todos los componentes periodísticos y fueron contra eso a través de las redes sociales terminaron empujando y haciendo que pudiera terminar sobre la mesa. Que no es ni más ni menos que lo que hacemos: poner sobre la mesa algo que está oculto y después tiene que ser la sociedad la que defina si es un tema de interés o no.

Otros entrevistados sostuvieron que había una red de colegas que compartían material e información a través de grupos de *Whatsapp* y que en algunos casos pudieron establecer alianzas entre medios para unificar y amplificar su difusión. Marina Giacometti comenta al respecto:

Existía una red. Desde *Infonews* generamos lazos... con *Tiempo Argentino* siempre lo tuvimos, con *Anccom* también. Nos pasábamos información o ellos venían a hacer las notas y después nosotros por ahí replicábamos cosas de las páginas de ellos. En su momento empezamos a entrar en los *Whatsapp* de los medios cooperativos donde ahí todos compartíamos la información, los links de los diferentes medios o fotos que iban sacando uno que iba a una movilización y las mandaba al grupo. Si bien el que lo saca si quiere puede poner su nombre y se respeta el crédito, en general es como un material de "free" uso. En ese *Whatsapp* había como doscientos periodistas y medios comunitarios. Estaba la gente de *Anccom*, gente de organizaciones sociales, estaba *La Garganta Poderosa* también. Con la gente de *La Garganta Poderosa* (revista) hicimos bastantes cosas, con la gente de *Futurock* (radio) y sobre todo con *La Patriada* (radio) en su momento nos reunimos para hacer un acuerdo de subir su material y que ellos leyeran nuestras notas. Pero bueno después medio como que esas cosas van quedando en la nada, pero sí tenemos un ida y vuelta de subir material de ellos, muchas de las notas son en base a las entrevistas que hacen radiales. También con *La Tribu* hicimos un intercambio. Íbamos pegando buena onda y por ahí esas cosas duraban un par de meses.

La reflexión de Cynthia García analiza la experiencia que Marina narra del siguiente modo:

Creo que en el periodismo en tiempos de Macri se corrió el eje del individualismo, me parece que entendimos "les periodistas" que nos necesitamos los unos a los otros. Porque el gremio es un gremio muy atomizado, muy egocéntrico, muy individualista. El macrismo unió a muchos sectores. Yo creo que hay una red con conciencia de la necesidad de una organización en la comunicación popular. El macrismo le hizo la vida tan difícil a tantísima cantidad de gente y erosionó los zócalos, como dice Alemán (Jorge), de la Nación. Eso irradió consecuencias para la mayoría de la población y creo

que el periodismo, a diferencia de la comunicación durante el menemismo, ahora tiene la herencia de la Ley de Medios. Esta crisis neoliberal nos dio real conciencia de una comunicación antihegemónica más organizada.

La postura de Sebastián Abrevaya es distinta, él no cree que haya existido una “red de colegas” o “red de medios”, pero sí destaca el valor y la utilidad de trabajar junto a otros periodistas durante las coberturas y el modo en que esa labor colectiva, incluso cuando cada uno escriba para medios de líneas editoriales antagónicas, resulta enriquecedora:

No sé si están articulados como red, no veo que haya una articulación en términos de red, sí creo que puede haber una retroalimentación. Pero no hay una red en el sentido de que estén conectados o articulados. Me llevo muy bien con la mayoría de ellos y una cosa que también es para destacar es que hay muchos colegas con los que me llevo muy bien que trabajan en medios que no coinciden con la línea editorial. Tengo varios colegas con los que he trabajado en coberturas y tenemos una buena relación profesional, de respeto que va más allá de las diferencias políticas e ideológicas. Podemos trabajar de alguna manera juntos cada uno para su medio; en la cobertura de las elecciones o congresos tenés que trabajar con periodistas de otros medios. Me parece que incluso es saludable que eso ocurra. Estuve en San Juan la semana pasada trabajando en el mismo escritorio con el periodista de *Clarín*, hablando, compartiendo información con diputados, coordinando cuando vamos a publicar para una determinada cosa para no salir a destiempo. El trabajo es profesional, te diría que con todos los colegas con los que he compartido coberturas. Enriquece cuando vos sabés que el colega es un buen profesional, que coincide con vos o no, pero que vos sabés que trabaja bien y es honesto intelectualmente. Digo Gabriel Sued, Jaime Rosenberg o Maia Jastreblansky de *La Nación*, en *Clarín* Pablo Ibáñez, Ignacio Ortelli con el que no coincidí casi en nada, Pablo Blanco también de *Clarín*, Pablo de León que de hecho laboré con él en un programa de televisión, no comparto pero nos vemos, nos saludamos, tendremos diferencias pero esta idea de que la grieta hace que la gente se deje de hablar no es necesariamente así. La cuestión de diferencias políticas se resuelve en el plano discursivo nada más.

Por otro lado, varios de los periodistas entrevistados, hablaron de otra alianza clave durante estos años y esa se dio con la audiencia. Muchos de los medios donde trabajaron por esa época desarrollaron una novedosa forma de sustentabilidad basada en las suscripciones de sus lectores, oyentes o espectadores. Ari Lijalad explica el caso de *El Destape*:

*El Destape* se sustenta con suscriptores, es un proyecto genial. Nosotros los domingos hacemos el programa por *YouTube* con investigación periodística. Después tenemos el portal, la radio todos los días y ahora tenemos el noticiero por *YouTube*, eso es increíble: *Alta data* tiene más rating que el cable. En *El Destape* debemos ser cerca de 100 empleados, sólo en el programa de radio seremos como quince. Esto se sostiene por suscripciones. Hay pauta pero nosotros tenemos un esquema en el que casi todo se sostiene por suscripciones, aceptamos pauta pero la pauta no condiciona los contenidos.

Quiere Vidal poner pauta, ponela, o Larreta ponela, pero no cambiamos una coma de lo que publicamos. Si esa pauta se va, seguimos al aire. Esa es la clave, andate si no te gusta.

*Futurock* se sustenta del mismo modo. Por eso, una de sus fundadoras, Julia Mengolini, manifiesta:

Vos invitando a los oyentes a que participen concretamente con el aporte económico estás generando ese sentido de comunidad imaginada, que no es tan imaginada cuando los hacés aportar, es mucho más palpable, cuando ponen su guita y forman parte de una base de datos.<sup>65</sup>

Julia explica cómo fue el surgimiento de este mecanismo de sustentación:

Nuestra primera idea fue ir a tocarle la puerta a los intendentes peronistas y también con nuestros propios recursos. Y a los seis meses estábamos a punto de fundirnos pero con una radio con cada vez más éxito. Ahí nos dimos cuenta que era mentira que el rating y eso traducido en las leyes de mercado eran las que designaban los recursos. En realidad el rating, las audiencias no designan los recursos, son otros poderes que hay detrás, son otras roscas las que definen qué medios van a sobrevivir. La idea fue tan colectiva que no sabemos a quién se le ocurrió pero en esa reunión se nos fue armando en la cabeza la idea de que podíamos pedirle una contribución a los oyentes. Fue la garantía de la subsistencia, mañana se me puede caer la pauta de ciudad y no pasa nada, nos hace más fuertes y además hace que nuestro discurso sea más independiente. No nos importa hablar mal de Larreta, de Pampers, Coca Cola o lo que sea. Yo creo que el futuro de los medios que traten de ser más independientes, que traten de romper cierta hegemonía me parece que es recurrir a las audiencias porque sino todo lo otro es el monstruo de *Clarín*.<sup>66</sup>

El caso de *LatFem* es muy diferente. Su modelo no trabaja aún con suscripciones, sin embargo su propuesta es también muy interesante para analizar modos alternativos de

---

<sup>65</sup>**Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

<sup>66</sup>**Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

hacer periodismo sustentados en el apoyo internacional y en otro tipo de estrategias de búsquedas de capital. Florencia Alcaraz manifiesta al respecto:

Nos sostenemos con financiamiento internacional, con asesorías y con talleres que damos. Tenemos esa forma de sostenimiento, son concursos que nos presentamos y que por lo general no están acá en Argentina. Nos gustaría tener un sistema de suscripciones que no tenemos todavía. Estamos como explorando distintas formas de autogestión y sostenibilidad. Aplicamos fondos en Nicaragua, Alemania, Guatemala, Estados Unidos. *LatFem* es un medio 100 por ciento nativo digital, está pensado como una plataforma online. Con todo lo que hacemos todavía no es un trabajo para todas, nosotras somos una base de nueve personas y dos personas son fijas y no tienen otros trabajos, el resto sí. Es como un gran rompecabezas de becas internacionales y de fondos internacionales a los que aplicamos y después tenemos una gran parte que son consultorías para organismos internacionales sobre temas que tienen que ver con género, con juventud, y sobre políticas públicas también y todo eso se traduce en un medio de comunicación. Después está toda la cuestión editorial de qué temas nos interesan, por donde vamos, qué cosas contamos con un video, qué cosas contamos con una crónica larga, qué vamos a hacer con el femicidio que pasó ayer, con el juicio... todo eso también está en el tetris que es el tetris editorial y cómo hacer que eso conviva y sea sustentable ese es el desafío que tenemos. Sobre todo el año pasado hemos crecido un montón como medio, terminamos el año con una redacción propia, con un espacio físico propio y con dos compañeras que tienen su salario rentados exclusivamente por *LatFem* y que no necesitan tener otros trabajos.

# Capítulo 8.

## Balances y expectativas de transformación postmacrista

Aguante el aguante.

Charly García

En la introducción a esta tesis mencionamos la firma del decreto de necesidad y urgencia (DNU 690<sup>67</sup>), firmado por Fernández en agosto de 2020, que declaró a la telefonía móvil como servicio público y a los Servicios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y el acceso a las redes de telecomunicaciones, como servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia. Esta disposición revivió temporariamente en la agenda el debate entre el gobierno y las grandes corporaciones de medios. Podemos mencionar también la creación del Observatorio de desinformación y violencia simbólica en medios y plataformas digitales NODIO, dependiente de la Defensoría del Público<sup>68</sup> como otra medida que avivó la polémica sobre el rol y el alcance de los discursos periodísticos en la sociedad.

El anuncio de la creación de Nodio, la herramienta propuesta por la Defensoría del Público para proteger a la ciudadanía de las noticias falsas, las publicaciones maliciosas y las falacias, despertó en la oposición mucho de eso mismo que se busca combatir. El podio se lo llevó, fiel a su estilo, Fernando Iglesias. Publicó un tuit crítico a la iniciativa con la foto de Miriam Lewin, la titular de la defensoría, y otra de Joseph Goebbels, esvástica en primer plano. “Miriam tiene más de diez familiares asesinados en los campos de exterminio y estuvo secuestrada y desaparecida en la ESMA con 19 años, donde fue torturada el doble, entre otras cosas, por ser judía”, recordó el sociólogo Jorge Elbaum<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> **Boletín Oficial**. Decreto 690/2020 <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/233932/20200822>

<sup>68</sup> **Defensoría del Público**. NODIO: observatorio de la desinformación y la violencia simbólica: <https://tinyurl.com/y4ugfw43>

<sup>69</sup> **Página 12**- Pirulo de tapa, “Goebbels”, Buenos Aires, 13 de octubre 2020. Fuente digital: <https://www.pagina12.com.ar/pirulo/298537>

Estas medidas y el lanzamiento del canal de noticias IP<sup>70</sup> (dependiente del conglomerado de medios del *Grupo Octubre*) hablan de algunos cambios introducidos durante la gestión de Alberto Fernández en relación al esquema mediático durante su primer tramo de gobierno.

Otra diferencia importante que inauguró la gestión del Frente de Todos fue la postura del Presidente respecto a la concesión de declaraciones y entrevistas. Alberto Fernández no ahorró apariciones en medios de todo el arco editorial antes, durante y después de su elección. Su manejo mediático es diametralmente opuesto al de sus antecesores, Cristina Fernández y Mauricio Macri eran mucho más selectivos a la hora de conceder declaraciones y lo hacían con menor frecuencia que el actual Presidente. Alberto mantiene un vínculo con la prensa más recurrente, prolífico, diverso y fluido que sus predecesores.

En esta lógica, a poco de cumplir cien días de gestión Fernández, en clave de campaña de cara a las elecciones legislativas de medio término, publicó un artículo en el portal *Infobae*. Allí expresó su voluntad de “renovar su compromiso con la Argentina que cuida, que incluye, que crece” y sostuvo que su gobierno tuvo un doble desafío: “Debimos enfrentar la sumatoria de dos crisis: la derivada de la pandemia y la que generó el gobierno anterior”, expresó. Nos interesa reponer un párrafo del comienzo de su escrito donde manifestó:

“Estoy escribiendo estas líneas en un medio de comunicación que día a día abre su espacio para que todos se expresen libremente. Yo celebro que en la Argentina que gobierno no haya voces acalladas, periodistas censurados ni opositores perseguidos. La pluralidad y el disenso deben nutrir nuestra democracia.”<sup>71</sup>

Estas declaraciones y su actitud con la prensa marcaron un nuevo estilo de relación entre los medios. Sin embargo, no todo son rosas, el sector periodístico sigue fuertemente golpeado, las condiciones salariales en medio de la crisis por la pandemia de coronavirus están fuertemente deterioradas, sigue existiendo gran concentración mediática, una importante precarización laboral y un abordaje pendiente en relación con las plataformas tecnológicas y la circulación de la información. Son muchos los interrogantes que aún no están resueltos.

---

<sup>70</sup> **Página 12.** “Se viene IP, la señal informativa del Grupo Octubre”, Buenos Aires, 29 de Septiembre 2020. <https://www.pagina12.com.ar/295297-se-viene-ip-la-senal-informativa-del-grupo-oktubre>

<sup>71</sup> **Fernández, Alberto.** *El día 100*, Diario Infobae, Buenos Aires, 5 de septiembre 2021, Fuente digital <https://www.infobae.com/opinion/2021/09/05/el-dia-100/>

El investigador Agustín Espada analiza comparativamente las políticas de Alberto Fernández y Mauricio Macri en relación a los medios comunitarios y señala:

“Uno de los peores rasgos de la gestión macrista en materia de políticas de comunicación fue su continuo destrato, desfinanciamiento y postergación del sector sin fin de lucro de los medios. En particular, de radios y canales de televisión comunitaria. Es en esta misma área donde podían esperarse los cambios más fuertes con el ingreso de Alberto Fernández a la Casa Rosada y la renovación de autoridades en el Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom), organismo encargado de controlar y aplicar las regulaciones. Sin embargo, ni fue tan grande la renovación de autoridades, ni se notaron grandes cambios en materia de políticas hacia los medios comunitarios”.

Espada reconoce que durante la gestión de la pandemia las empresas mediáticas fueron asistidas desde el Estado con pauta y financiamiento, sin embargo denuncia el sector comunitario de la comunicación fue nuevamente relegado en la asignación de fondos. El investigador alerta al respecto:

“Un trato asimétrico hacia medios que son pilares para la diversidad de expresión y pluralidad de voces, que sostienen agendas alternativas a las de los medios comerciales, que expresan a grandes colectivos sociales, y que trabajan con temáticas locales que suelen ser invisibilizadas”<sup>72</sup>.

En las entrevistas realizadas para esta investigación hablamos con los periodistas consultados sobre sus expectativas en torno a su profesión de cara a la gestión del Frente de Todos, indagando cuáles son para ellos las deudas pendientes que mejorarían las condiciones para ejercer su trabajo. Algunos se refieren a la necesidad de recuperar puestos de empleo perdidos en el sector durante el gobierno de Mauricio Macri. Ari Lijalad expresa lo siguiente:

En términos individuales me ha ido bien económicamente estos años (2016/2019). Pero no es individual. Yo quiero que haya más periodistas. Yo no sigo todos los temas, sigo determinados temas y sé sobre eso. Yo sé dos o tres cosas el resto me informo o pregunto. Necesitamos que haya más periodistas<sup>73</sup>.

Por otro lado, como vimos, durante los años de macrismo se logró “desmontar la arquitectura jurídica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA)”. El rol del

---

<sup>72</sup> Espada, Agustín. *El Enacom y su trato desigual a los medios comunitarios*, La izquierda diario, Buenos Aires, 17 de agosto 2021 <https://tinyurl.com/8j4uvb6y>

<sup>73</sup> *Ibidem*.

Estado consolidó a los grandes actores económicos del mercado audiovisual<sup>74</sup>. Lijalad anhela la recuperación del debate en torno a esa legislación:

Para el macrismo la información no es un derecho humano básico, es una mercancía que se compra y se vende. Yo espero que eso se revierta. Es una agenda que tiene el *Frente de Todos*, Cristina lo pone muy claro en su libro. Alberto tiene una posición pública más conciliadora sobre eso. Alberto arrancó diciendo que la guerra se acabó pero me parece que se dio cuenta que los armisticios no son unilaterales. Tengo esperanza que se vuelva a dar la discusión que se dio durante la Ley de Medios, obviamente hay un cambio de época, hay nuevas tecnologías. A todos los que dicen que la Ley de Medios fue mala, si hubiera sido mala *Clarín* no hubiera chillado tanto. Era buena, era perfectible sí, fue aplicada pésimamente, hay que hacer una crítica a la gestión de Sabatella. Claramente era tan buena que Macri la derogó apenas asumió.

La visión de Amorín respecto de este debate es muy diferente a la de su colega Lijalad:

El otro día lo escuchaba a Horacio Verbitsky decir que fue una guerra, que se terminó y que la ganó *Clarín*. Yo creo que eso es una cuestión de tiempo, de ver si esa batalla, porque la palabra guerra no me gusta, la podemos ganar los comunicadores o las grandes corporaciones de medios. Creo que está bueno mirarlo así que es una batalla cultural, comunicacional y que es un día a día pero lo que fue ese episodio (la disputa entre *Clarín* y el kirchnerismo) no tengo duda que es necesario terminarlo. Le hizo mucho daño al país, con eso no estoy exonerando a los responsables porque creo que le hizo mucho daño a un montón de gente que terminó votando a su verdugo. Yo creo que existe la manipulación comunicacional... pero también creo que hoy en día lamentablemente por el retroceso que tenemos, el deterioro social que tenemos la prioridad debe pasar por volver a ponerle la comida en el plato a la gente, por volver a darle trabajo a los que lo perdieron, por ordenar nuevamente algunas variables económicas y creo que esa batalla mediática, comunicacional que es terriblemente importante que algún día espero que los comunicadores la ganemos en el sentido de que podamos devolver el ejercicio del periodístico libre de tanta manipulación a la gente pero que entorpece mucho. Es un capítulo que es necesario postergar en pos de cierto bienestar social.

Otra clave para el crecimiento de pequeños medios es el fortalecimiento y desarrollo de los servicios de telecomunicaciones. Las grandes corporaciones que manejan el sector deben realizar inversiones y mejorar sus prestaciones. Mengolini sostiene en relación a esta problemática:

Los servicios que necesitamos contratar para funcionar bien, no funcionan bien, los servicios de streaming y demás funcionan mal. Las apps se caen y de pronto estamos

---

<sup>74</sup> **López Cabello, Andrés; Tordini, Ximena.** “Cambiar para destruir. Los medios públicos en el gobierno de Cambiemos” en *INFORME 2019 CELS Derechos Humanos en la Argentina*, Siglo XIX Editores, Buenos Aires, 2019.

diez minutos fuera del aire. Nosotros con el streaming empezamos contratando un servicio chileno que prometía ser el mejor de Latinoamérica, al final terminamos contratando tres por si se cae uno tenemos el otro, no escatimamos en gastos pero aún los servicios son deficientes.<sup>75</sup>

El testimonio de Alcaraz apunta al rol del Estado para apuntalar el despliegue de medios solventados desde la suscripción de sus audiencias:

Creo que hay que recoger algunas experiencias que se dieron estos años, digo *El Destape, Futurock... LatFem* todavía no tiene un sistema de suscripción pero hay experiencias de medios muy interesantes y modelos económicos alternativos, porque me parece que lo que hay que pensar es el modelo de negocios que encontraron medios que por ejemplo son financiados por sus suscriptores, que tienen una independencia y una autonomía por fuera de las tradicionales. Y me parece que ahí lo que hay que pensar es algún tipo de regulación de eso para que puedan tener algún reconocimiento económico en términos de pauta. La comunicación es un derecho y apuntamos a tener pluralidad de voces entonces ver cómo el Estado puede empujar esas experiencias interesantes que surgieron estos años. Estamos en un momento desafiante.

Marina Giacometti rescata la organización conquistada durante los años macristas y espera se profundice el trabajo de sindicalización de los medios cooperativos. En este sentido detalla:

Hace dos años logramos que *SIPREBA* reconociera a las cooperativas. Los sindicatos están acostumbrados a trabajar con empresas digamos. En 2015, 2016, cuando explota el *Grupo Veintitrés* después se empieza a ver el desmán, compañeros que quedaron en la lona, se fueron formando bastantes cooperativas. *Tiempo Argentino* es gigante, en su momento nosotros también lo éramos en cuanto a afiliados que tenía *SIPREBA*, nosotros en su momento éramos cuarenta y fuimos de los primeros en afiliarnos. Entonces iban perdiendo un montón de afiliados porque los trabajadores iban saliendo de las empresas y no conseguían otros laburos o no eran en prensa. La cantidad de afiliados bajó rotundamente y también había que darle respuestas a los compañeros que estaban en otro tipo de medios que no eran empresas. Entonces la discusión era qué intereses va a representar el sindicato en una cooperativa. Esa fue toda una discusión y finalmente logramos vencer esos prejuicios. Entonces los compañeros lograron afiliarse, tener un sindicato que los representara y empezaron a hacer movidas, reuniones bimestrares de medios cooperativos. Los medios que son papel como *Tiempo Argentino* intentaron negociar el precio del papel y desde los otros medios que capaz eran webs o radios tratar de ver el acceso a las pautas. Esperamos ir allanando un poco el camino para

---

<sup>75</sup>**Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBHX4E-EWo>

acceder a eso. Siempre nuestra idea es tratar de hacer cosas en conjunto con medios comunitarios.

Consultado por sus expectativas a futuro Villalobos se refirió a la situación concreta de los trabajadores de *Tiempo Argentino*, realizando un balance de la emblemática experiencia que recorrieron:

El conflicto fue largo, como conflicto en sí fue derrotado, es decir que no logramos que nos paguen en los términos en que estaba planteado y por lo tanto encontramos una vía de continuidad en términos de la cooperativa. Fue un empate digamos. Cruzamos el río digamos, ahora estamos esperando que alguien nos agarre del otro lado la mano cosa que por ahora no está pasando. Somos cien laburantes que quedamos acá, que la peleamos a muerte durante cuatro años. Mirá me emociono (se le quiebra la voz y se le llenan los ojos de lágrimas) que tuvimos hijos, que nos separamos y que fue culpa de ellos y tienen que repararlo: garantizando que siga *Tiempo Argentino*, que podamos cobrar salarios dignos, somos laburantes, ganamos veinticuatro, veinticinco “lucas” por mes, no da para vivir con eso. Nosotros vivimos de los suscriptores, con solo respetar la pauta proporcional de la tirada y de la audiencia de *Clarín* duplicamos los sueldos. Yo si fuera Presidente sacaría un decreto diciendo: “Decreto de reparación histórica a los heroicos trabajadores de *Tiempo Argentino*”, que nos paguen las indemnizaciones y que saquen sus manos de los contenidos. A un problema, que en la inmensa mayoría de los casos es un problema individual, el despido, la falta de indemnización, logramos darle una respuesta colectiva. Hicimos del defecto una virtud, porque capaz si acá aparecían las indemnizaciones estábamos todos con un carrito en la Costanera vendiendo choris. No había opción, estaban echando gente de todos lados, los que se reinsertaban en otros medios están contados con las manos, fue una masacre. Nosotros defendimos cien puestos de trabajo cuando el sector echó cuatro mil. Así que muy orgulloso en general.

# Corolario

Mientras se marchitan cien verdades,  
florece mil preguntas.

Pim Pau<sup>76</sup>

El proceso de realización de esta tesis implicó el análisis y la sistematización de una docena de experiencias profesionales transitadas durante cuatro años (diciembre 2015 a diciembre 2019). Nos parece importante remarcar que los testimonios brindados por los periodistas consultados deben ser leídos como posibles interpretaciones sobre el ejercicio del periodismo y esta investigación se propone tan solo como un aporte al estudio de una actividad por demás contradictoria y compleja.

Como vimos, durante el gobierno de Mauricio Macri se realizaron importantes cambios en el esquema mediático argentino profundizando su concentración, derogando aspectos centrales de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y recortando fuertemente la pauta publicitaria de muchos medios, generando cierres y despidos y precarizando las condiciones laborales para quienes pudieron mantener sus puestos de trabajo. Comenzamos este trabajo señalando que las transformaciones introducidas por el gobierno de Mauricio Macri, no fueron aisladas y que las modificaciones que impulsó en los medios de comunicación durante su mandato se inscribieron en el marco de un proyecto político y económico neoliberal. Su norte era el ajuste, el endeudamiento y la desarticulación de importantes programas estatales en materia de educación, salud, cultura y asistencia social. En el sector periodístico puntualmente implicaron la drástica pérdida de 4500 puestos de trabajo en medios de comunicación<sup>77</sup>.

Como estudiamos *Cambiamos* dispuso, además, un esquema de comunicación simplificado y verticalista y sus lógicas de acción se correspondieron siempre con una visión mercantilista

---

<sup>76</sup> Harvez, Eva. Milocco, Lucho. Carvalho, Cássio. *Pim Pau. Arte y educación en las infancias*, Umacapirú Ediciones, Buenos Aires 2021.

<sup>77</sup> SiPreBA. *Relevamiento de situación laboral en los medios de CABA durante 2018-2019*, Buenos Aires, 2019. Fuente digital: <https://tinly.co/fligl>

de la información y los medios. En sintonía con esta concepción pueden leerse las declaraciones de la heredera más insurrecta y polémica de la familia Mitre quien en 2021, en medio de la pugna por la sucesión del diario *La Nación*, denunció que el ex presidente le habría querido comprar el diario a su padre y “le tiró dos portafolios”<sup>78</sup>. Esmeralda sostuvo también que, tras la muerte de su progenitor, Macri logró apoderarse veladamente de un paquete accionario del grupo mediático: “Yo tengo que hablar en potencial pero yo lo estaría sabiendo perfectamente. Estaría siendo un hecho que él y dos personas más pusieron 5 millones de dólares cada uno”<sup>79</sup>, indicó en una aparición televisiva en *C5N*.

La pugna discursiva, durante el macrismo, fue marcadamente desigual pero, sin embargo, aguda. Desde varios frentes se dio una lucha por propagar mensajes periodísticos críticos a la gestión. Es claro que el oficio periodístico implica siempre para los trabajadores de medios tomar posición dentro de un mapa complejo de articulaciones entre los intereses económicos y políticos de las empresas de medios en las que se desempeñan. Con ese marco, esta investigación evidenció que los entrevistados reconfiguraron sus modos de difusión de noticias y en algunos casos impulsaron sus propios proyectos periodísticos, valiéndose de las tecnologías digitales para ampliar su alcance y hacer llegar sus voces a una audiencia afín, receptiva y deseante de escucha.

Por otro lado, el presente estudio, pudo reconocer, a partir de los testimonios, algunas tácticas de ampliación de agenda. Las denominamos a partir de sus espacios de origen. La primera, “*desde el escritorio o el estudio*”, siguiendo las palabras de Nicolás Fiorentino, es aquella que “no corrió detrás de la noticia” sino que buscó “enfoques alternativos para contarla”. Una segunda táctica, produjo información “*desde el territorio*”, poniendo el cuerpo en la calle durante las manifestaciones. Se disputó también “*desde el feminismo*”. Los movimientos de mujeres dinamizaron las discusiones y fueron protagonistas, como nunca antes, de un espacio en la agenda pública. Por último, observamos, que “*desde el humor*” también se construyó una herramienta de acercamiento a las audiencias.

Pese a todo, el retroceso y el daño que implicaron esos años aún no se han podido recuperar. Como analizamos, Fernández mantiene un vínculo más recurrente, prolífico, diverso y fluido

---

<sup>78</sup> **Ámbito Financiero.** *Esmeralda Mitre: “Macri le quiso comprar el diario a mi padre y le tiró dos portafolios”*, 4 de septiembre 2021, Buenos Aires <https://tinyurl.com/54dbbr3c>

<sup>79</sup> *Ibíd*em

que sus predecesores con la prensa. Pero el sector periodístico sigue fuertemente golpeado, las condiciones salariales no presentan mejoras, sigue existiendo gran concentración mediática, desregulación, una importante precarización laboral, un abordaje pendiente en relación con las plataformas tecnológicas y la circulación de la información y falta de financiamiento a los sectores de la comunicación comunitaria. En un entorno de crisis que se agudizó con el surgimiento de la pandemia de COVID 19 siguen abiertos y pendientes muchos interrogantes para los trabajadores de prensa y habrá que diseñar nuevos modos de proyectar el futuro. Alcaraz señala con sagacidad:

Hay toda una nueva discusión y nuevas resistencias que armar de cara a este gobierno. Era mucho más claro con el macrismo a lo que nos oponíamos, lo que denunciábamos, lo que demandábamos... ahora es un desafío. Nos toca imaginar el mundo en el que queremos vivir y eso es un montón.

El propósito de este trabajo fue abrir lecturas y repasar un tiempo muy corrosivo para la práctica periodística desde las voces de sus realizadores. Para definir nuevos modos de desarrollar el periodismo en una sociedad es importante repasar su pasado, sus historias y entonces poder concebir las “nuevas resistencias”.

# Bibliografía

**Ámbito Financiero.** *Esmeralda Mitre: "Macri le quiso comprar el diario a mi padre y le tiró dos portafolios"*, 4 de septiembre 2021, Buenos Aires <https://tinyurl.com/54dbbr3c>

**Acuña, Claudia ed.** *El fin del periodismo y otras buenas noticias*, Editorial lavaca, Buenos Aires, 2006. Fuente digital: <https://tinyurl.com/y4xov4nq>

**Baldoni, Micaela.** La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante, Revista QUÓRUM ACADÉMICO Vol. 9, Nº 2, julio-diciembre 2012, Pp. 213-245 Universidad del Zulia ISSN 1690-7582

**Baldoni, Micaela.** "Poder mediático y notoriedad periodística: Bernardo Neustadt y el periodismo político en la década de 1990". En *Revista de Sociología e Política*, 27 (70), 1-20, Buenos Aires, 2019.

**Baldoni, Micaela; Schuliaquer, Iván.** "Los periodistas estrella y la polarización política en la Argentina. Incertidumbre y virajes fallidos tras las elecciones presidenciales" en *Revista Más poder local*, ISSN-e 2172-0223, Nº. 40, 2020 (Ejemplar dedicado a: #EleccionesArgentinas2019. Entre la verdad y las encuestas, los medios), págs. 14-16, Fuente digital <https://tinyurl.com/y5b36zu7>

**Becerra, Martín.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y2ygs6p2>

**Becerra, Martín.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5yejvni>

**Becerra, Martín.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5g9em2c>

**Berardi, Franco.** *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*, Buenos Aires 2017 Editorial: Caja Negra

**Calvo, Ernesto.** *Anatomía política de Twitter en Argentina*, Editorial Capital Intelectual, Buenos Aires, 2015.

**Defensoría del Público.** NODIO: observatorio de la desinformación y la violencia simbólica:

<https://tinyurl.com/y4ugfw43>

**El Destape Web.** *El sugestivo mensaje mafioso que le dejaron a Cynthia García en su departamento*, 9 de agosto 2016, Buenos Aires <https://tinyurl.com/y3cybdcs>

**Espada, Agustín.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5xaffpa>

**Espada, Agustín.** *El Enacom y su trato desigual a los medios comunitarios*, La izquierda diario, Buenos Aires, 17 de agosto 2021 <https://tinyurl.com/8j4uvb6y>

**Fernández, Alberto.** *El día 100*, Diario Infobae, Buenos Aires, 5 de septiembre 2021, Fuente digital: <https://www.infobae.com/opinion/2021/09/05/el-dia-100/>

**García, Cynthia.** Entrevista a Daniel Cantieri. Buenos Aires, diciembre 2017. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=rHEbTyAcbNM>

**González, Horacio.** "Saberes de pasillo", *Revista Artefacto Número 7*, Buenos Aires, 2012.

**Grinbank, Daniel.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/yvjoww4x>

**Hall, Stuart.** "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico» " en CURRAN, James y otros (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981. Fuente digital: <https://tinly.co/EUvLU>

**Harvez, Eva. Milocco, Lucho. Carvalho, Cássio.** *Pim Pau. Arte y educación en las infancias*, Umacapirúa Ediciones, Buenos Aires 2021.

**Heguié, Jonathan.** "Nuestra agenda es contra las corporaciones" en *Revista Kranear*, Entrevista: Franco Alinovi. Buenos Aires, Agosto 2020. Fuente digital: <https://tinyurl.com/yysdrppp>

**Jenkins, Henry.** *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2008.

**Kohan, Martín.** *Entre Macri y el lenguaje hay un cúmulo de dificultades incalculable*, Buenos Aires, 2017, Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=GGIj08lmjS0>

**López Cabello, Andrés; Tordini, Ximena.** “Cambiar para destruir. Los medios públicos en el gobierno de *Cambiamos*” en *INFORME 2019 CELS Derechos Humanos en la Argentina*, Siglo XIX Editores, Buenos Aires, 2019.

**Macri, Mauricio.** *Asunción Presidencial*, Buenos Aires, 10 de diciembre 2015. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=GQEUgRqGVHI>

**Macri, Mauricio.** *Pasaron cosas*, Buenos Aires, 17 de junio de 2018. Fuente digital: [https://es.wikipedia.org/wiki/Pasaron\\_cosas](https://es.wikipedia.org/wiki/Pasaron_cosas) Fuente audiovisual en *Macri en 3*, Semana 132 <https://www.youtube.com/watch?v=iV5vYWPYdm4>

**Marino, Santiago.** “Telecomunicaciones: necesidad, urgencia y servicio” en Portal *Letra P*, Buenos Aires, agosto 2020. Fuente digital: <https://tinyurl.com/fhksjm8u>

**Martini, Stella; Luchessi, Lila.** *Los que hacen la noticia: Periodismo, información y poder*, Buenos Aires, Editorial Biblos, 2004.

**McCombs, Maxwell.** “Establecimiento de la agenda de atributos y encuadre” en *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2006.

**Mengolini, Julia.** "Los grandes medios son cómplices de la devastación macrista" en *Tiempo Argentino*, Buenos Aires, 14 de Julio de 2019 <https://tinyurl.com/y47llmu7>

**Mengolini, Julia.** “Transformaciones en la industria radiofónica” en *Tercer encuentro virtual de Diálogos sobre Industrias Culturales* (ciclo organizado por la Maestría en Industrias Culturales, Política y Gestión de la Universidad Nacional de Quilmes y el Programa de Investigación ICEPUNQ) Transmitido en vivo el 1 jul. 2020. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=3lBHX4E-EWo>

**Mengolini, Julia.** en *Transformaciones en la industria radiofónica* Transmitido en vivo el 1 jul. 2020 Maestría en Industrias Culturales- UNQ Fuente digital: <https://tinyurl.com/y2awp8x3>

**Merritt, Davis. McCombs, Maxwell.** *The Two W's of Journalism: The Why and What of Public Affairs Reporting*, Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum, 2003.

**Morin , Edgard.** *Para salir del Siglo XX*, Editorial Kairos, Buenos Aires, 1981.

**Moyano, Mariana.** *Trolls S.A.: La industria del odio en Internet*, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2019.

**Revista Cítrica.** "Si hubiesen podido matarnos a todos, lo hacían" entrevista a Daniel Cantieri por Adrián Pérez, 13 de enero de 2018. Fuente digital: <https://tinyurl.com/4cu8ms4m>

**Schejtman, Natalí.** "Tan esencial como hiperbólica" en Portal *La Agenda Revista*, Buenos Aires, Julio 2020. Fuente digital: <https://tinly.co/uL98V>

**Serres, Michel.** *Pulgarcita*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2013.

**SiPreBA.** *Relevamiento de situación laboral en los medios de CABA durante 2018-2019*, Buenos Aires, 2019. Fuente digital: <https://tinly.co/fLig>

**Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y2tbdmdm>

**Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y4frhnpq>

**Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y6kkzev3>

**Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5ae87s8>

**Szpolski, Sergio.** Fuente digital: <https://tinyurl.com/yyxb63yq>

**Tiempo Argentino.** *Crónica del violento intento de silenciar a Tiempo Argentino*, Buenos Aires, 6 de Julio 2016 <https://tinyurl.com/y2o32hww>

**Orozco, Enrique.** "El cementerio de elefantes" en *Revista Crisis N° 4*, Buenos Aires, Mayo 2011. Fuente digital: <https://www.revistacrisis.com.ar/notas/el-cementerio-de-los-elefantes>

**Página 12.** Pirulo de tapa, "Goebbels", Buenos Aires, 13 de octubre 2020. Fuente digital: <https://www.pagina12.com.ar/pirulo/298537>

**Página 12.** "Se viene IP, la señal informativa del Grupo Octubre", Buenos Aires, 29 de Septiembre 2020. <https://tinyurl.com/3ekt9mte>

**Parnet, Claire ; Deleuze, Gilles.** *Diálogos*, Editorial Pre-textos, Valencia, 1980.

**Prat Gay, Alfonso.** *La grasa de la militancia*, Buenos Aires, 13 enero 2015, Fuente digital [https://www.youtube.com/watch?v=wWMLP4kqa60&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=wWMLP4kqa60&feature=emb_title)

**Pavlovsky, Eduardo.** *Sólo brumas*, Obra de teatro, Buenos Aires 2009. Fuente digital: <https://www.youtube.com/watch?v=KCtyIQUlqAk&t=7s>

**Verbitsky , Horacio; Sztulwark, Diego.** *Vida de Perro: Balance político de un país intenso del 55 a Macri*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 2018.

**Vinelli, Natalia.** *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contrainformación*, Editorial Cooperativa El Río Suená – El Topo Blindado, Buenos Aires, 2014.

**Vinelli, Natalia; Rodríguez Esperón, Carlos (ed.)** *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires, Edición electrónica disponible en [www.dariovive.org](http://www.dariovive.org), 2008 (1ra edición, 2004).

**Wikipedia.** *Escándalo de aportantes electorales de Argentina de 2018*. Fuente digital: <https://tinyurl.com/y5hygof2>