

Sistemas mediáticos subnacionales argentinos: heterogeneidad y diferencias en contextos neopopulistas

Sub-national Media Systems in Argentina: Heterogeneity and Differences in Neo-populist Contexts

Ernesto Picco*

Doctorando en Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires. Becario CONICET/Universidad Nacional de Santiago del Estero. Docente Universidad Católica de Santiago del Estero.

Correo electrónico: ernesto_picco20@hotmail.com

Fecha de recepción: diciembre 2012

Fecha de aceptación: marzo 2013

Resumen

Los gobiernos neopopulistas de los países de la región han avanzado en políticas que tienden a combatir las corporaciones mediáticas y democratizar la comunicación. A partir del análisis del caso argentino, este trabajo busca dar cuenta de cómo estas políticas no han tenido aún eco en los sistemas de medios subnacionales. Teniendo en cuenta la relación de las empresas comunicacionales con los gobiernos locales, se propone aquí la clasificación de los sistemas de medios subnacionales en tres tipos: patrimonialistas, donde los gobiernos controlan la mayor parte de los medios locales; polarizados, donde los gobiernos se encuentran con fuerte oposición mediática, pero igualmente cuentan con medios a su favor; e híbridos, ubicados en jurisdicciones más grandes y con características específicas vinculadas a sus contextos políticos y económicos.

Descriptores: sistemas de medios, ámbitos subnacionales, Argentina, política, kirchnerismo.

Abstract

Neo-populist governments in South America have undertaken policies that tend to combat mediatic corporations and democratize communication. Parting from an analysis of the Argentine case, this article seeks to shed light on how these policies have not yet had an effect on sub-national media systems. Taking into account the relationships communications enterprises maintain with local governments, we propose a classification of sub-national media systems into the following three categories: patrimonial, where governments control most of the local media; polarized, where governments face strong opposition from, but still have allies within, the media; and hybrids, which are located under larger jurisdictions and have specific characteristics tied to their political and economic contexts.

Keywords: media systems, sub-national sphere, Argentina, politics, Kirchnerism.

* El autor agradece las observaciones y recomendaciones de dos evaluadores anónimos, las cuales han sido tenidas en cuenta para la versión final de este artículo dentro de las posibilidades de tiempo y espacio para su publicación.

Introducción

Los enfrentamientos entre los gobiernos y las grandes corporaciones mediáticas que han tenido lugar en la primera década del siglo XXI en Latinoamérica han derivado en escenarios de alta conflictividad entre el Estado y los medios. Los gobiernos nacionales de la región, que han sido categorizados como neopopulistas por Follari (2010), han enfrentado a las corporaciones mediáticas que se vieron favorecidas durante el neoliberalismo de los noventa e implementado políticas públicas tendientes a romper con la concentración mediática. Pero detrás de estas iniciativas democratizadoras hay una dimensión velada, que es la que tiene que ver con los sistemas de medios del interior de los países de la región. Se trata de contextos en los que en muchas ocasiones las corporaciones mediáticas locales resultan aliadas de los gobiernos provinciales y favorecen un escenario con un discurso monocrorde sobre los asuntos públicos, que además margina, estigmatiza o directamente invisibiliza discursos alternativos.

En este texto analizaré la relación de los grupos mediáticos y los gobiernos subnacionales presente en el interior de los territorios nacionales. Medios y gobiernos que muchas veces se encuentran en connivencia, aun cuando quienes los presiden apoyan —o dicen apoyar— las políticas antineoliberales y anticorporativas de los gobiernos nacionales de sus respectivos países. Para abordar estas relaciones medios-gobiernos en ámbitos locales, tomaré el caso argentino. Se trata de un ejemplo modelo, ya que los enfrentamientos de los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner con las corporaciones mediáticas llevaron a la sanción de una nueva legislación. Dicha legislación propuso un cambio de paradigma en la concepción de la estructura comunicacional —pasando de una mirada centrada en los mercados a una centrada en los derechos—, la que ha empezado a aplicarse a nivel nacional aunque más lentamente en las provincias.

Debe advertirse que los sistemas de medios subnacionales han sido escasamente estudiados, pese a que existen algunos antecedentes que toman total o parcialmente escenarios del interior. El caso de Rosario ha sido estudiado por Smerling (2010), el de Córdoba por Martínez Luque (2012), el de Santiago del Estero por Picco (2012), el de Jujuy por García, Arrueta y Brunet (2009), los de San Luis, Entre Ríos y La Pampa por Giannoni (2012). Por otra parte, la Red Nacional de Investigadores en Comunicación difundió un documento federal de coyuntura titulado *Medios, hegemonías y alternativas en el marco de la nueva normativa* (2012) que contiene información detallada sobre otras provincias como San Juan, Mendoza, Tucumán y Catamarca.

Este trabajo busca ofrecer una primera descripción y clasificación de los sistemas de medios subnacionales en Argentina durante el período kirchnerista (2003-2012), con datos construidos a partir del material bibliográfico existente, el acceso a los archivos digitales disponibles de los medios del interior y de entrevistas complementarias a informantes clave de las provincias estudiadas.

Hallin y Mancini (2004) han propuesto una clasificación de sistemas de medios nacionales a partir del análisis de cuatro dimensiones: el grado de desarrollo de los mercados de medios, la vinculación de los medios con los partidos o gobiernos (que ellos llaman paralelismo político), el desarrollo del profesionalismo de los periodistas y el grado y naturaleza de la intervención del Estado. Si bien estas dimensiones son puertas de entrada útiles para el análisis, no avanzaré aquí sobre la clasificación de los tipos de sistemas que estos autores proponen, ya que caracterizan escenarios nacionales de países como Estados Unidos y algunos de Europa, lo que supone características sumamente diferentes a las aquí estudiadas. Para nuestro caso, formulo una caracterización basada en tres tipos posibles de sistemas, teniendo en cuenta la dimensión de la relación entre medios y gobiernos locales. Es la caracterización de las relaciones entre unos y otros, la cuestión que tiene mayor incidencia en los ámbitos provinciales, como intentaré mostrar. De todas maneras, podrán aparecer referencias necesarias a algunas de las otras dimensiones señaladas por Halli y Mancini en los casos analizados.

Propongo así la clasificación de los sistemas de medios subnacionales en: 1) *sistemas patrimonialistas*, en los que los gobiernos locales dominan el discurso periodístico en función de las alianzas que mantienen con los grandes medios; 2) *sistemas polarizados*, en los que los gobiernos se encuentran con una fuerte oposición mediática, pero igualmente cuentan con medios a su favor; 3) *sistemas híbridos*, que por las características económicas y políticas de sus provincias presentan situaciones y dinámicas muy específicas.

Para comprender la importancia del tema se debe tener en cuenta que más allá del grado de concentración mediática que se presenta a nivel nacional, existen alternativas discursivas y los argentinos disponen de visiones relativamente diversas de los temas de interés público que atañen al conjunto de la nación. Sin embargo, en el interior del país viven más de veinte millones de personas que conocen los temas públicos, los debates políticos, los conflictos y los hechos de interés de sus comunidades, a partir de medios atados a las decisiones de cerrados sectores de la elite que controlan la economía, la política y la comunicación en sus provincias. Se trata de grupos que mantienen una estrecha relación con los gobiernos que administran los bienes del Estado provincial; relación que constituye, en muchos casos, la única garantía de su supervivencia económica.

El relevamiento y la descripción que aquí se ofrecen deben ser considerados apenas como un punto de partida. Se trata de una clasificación preliminar y discutible, teniendo en cuenta la necesidad de empezar a delinear los trazos gruesos de un mapa integral sobre el cual se pueda luego trabajar con criterios de análisis más amplios, a fin de conocer las especificidades de las relación entre medios y política en el enorme interior argentino.

El kirchnerismo y el contexto nacional

El kirchnerismo ha resultado ganador en tres contiendas electorales. Entre 2003 y 2007 fue presidente Néstor Kirchner, de 2007 a 2011 gobernó Cristina Fernández de Kirchner, quien ha sido reelecta para un segundo mandato, encontrándose actualmente en funciones. En este período de casi una década pueden distinguirse dos etapas bien marcadas en la relación del kirchnerismo con los medios de comunicación. La línea de separación entre una y otra es el “*lockout* de la patronal rural”, como protesta a la iniciativa del gobierno de aumentar las retenciones impositivas de la exportación de soja en marzo de 2008.

Antes del llamado “Paro del Campo”, las estrategias del Gobierno en relación con los medios habían estado dirigidas a instalar la agenda gubernamental en la agenda de los medios de comunicación. Esto señala una primera etapa de relativa coexistencia pacífica. Kitzberger (2011) señala incluso que durante el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) se tomaron medidas que en general favorecieron a los grandes grupos:

[Néstor] Kirchner asumió promulgando una Ley de Bienes Culturales que, al establecer límites al capital extranjero en ‘industrias culturales’, salvó del llamado *cram down* al Grupo Clarín. En 2005 suspendió por decreto el plazo de conteo de las licencias por 10 años, luego de renovarle otro tanto a los dos mayores canales, operación conjunta de Cablevisión y Multicanal, concediendo al Grupo Clarín una posición dominante en el negocio de la televisión por cable (Kitzberger, 2011: 182).

Otras estrategias del gobierno nacional para influir en la agenda de los medios, según Blanco y Germano (2005), tuvieron que ver con el cronograma de un acto/anuncio por día, la utilización del *off the record* oficial y la administración de la publicidad oficial.

Los grandes medios empezaron a alejarse de la cómoda sombra del gobierno nacional, tras salir de la situación de debilidad económica en la que se encontraban desde la crisis de 2001. Becerra y Mastrini (2007) señalan que “el año 2006 ha consolidado la recuperación de los grandes medios de comunicación y del conjunto de las industrias culturales de la Argentina, a partir del crecimiento de los dos vectores más importantes que guían su lógica comercial: las ventas al público y los ingresos por publicidad” (Becerra y Mastrini, 2007: 459).

El “*lockout* de la patronal rural” en 2009 y la construcción que los medios realizaron del caso constituyeron la verdadera divisoria de aguas entre las corporaciones mediáticas y el gobierno. Ackerman, Morel y Sosa (2008) señalan la distinción al analizar dos diarios contrapuestos: *Clarín*, opositor al gobierno y vinculado a los intereses de la oligarquía terrateniente y ganadera, y *Página 12*, más cercano al oficialismo

y cierto sector de la intelectualidad de izquierda. El Grupo Clarín –desde su diario, pero también desde sus canales de televisión de aire y cable y de sus radios– se centró en las masivas protestas en las rutas y los cacerolazos en las ciudades y ungió con la etiqueta de “el campo” a las cuatro entidades de la Mesa de Enlace (Sociedad Rural, Federación Agraria, Confederaciones Rurales Argentinas y Coninagro) dotándolas de homogeneidad y atribuyéndoles ciertas propiedades que lo convertían en el sector que representaba a todo el campo, la argentinidad y la oposición al gobierno. En tanto, Página 12 –uno de los pocos medios que no cargó sus tintas contra el gobierno en ese momento– separó a estas cuatro entidades como espacios diferenciados, con grados de negociación e intereses sectoriales específicos en el marco del conflicto y defendió editorialmente la iniciativa de las retenciones a la exportación de soja.

En el marco de este episodio, que tuvo en vilo al país por los cortes de ruta y los desabastecimientos, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció, ante los embates opositores de la mayoría del arco mediático, que enviaría al Congreso un proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Para ello abrió las puertas a las propuestas surgidas en el seno de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, una organización en la que convergían académicos, ONG y comunicadores populares, que desde 2004 demandaba una reforma de la Ley 22.285, sancionada en 1980 bajo la dictadura militar, y que aún se mantenía vigente¹.

La LSCA fue aprobada en la Cámara de Diputados el 17 de septiembre de 2009, con 147 votos a favor, 4 en contra y una abstención. El 10 de octubre fue ratificada por el Senado, con 44 votos a favor y 24 en contra. Previo a esto, el proyecto de ley del Ejecutivo había recorrido el país en foros populares, y a su paso por el Congreso se consensuaron con la oposición más de un centenar de cambios al original. La nueva normativa redujo la cantidad de licencias de radio y televisión permitidas para un operador, poniendo en marcha un proceso de transferencias de licencias tendientes a la desmonopolización, a la que solo el Grupo Clarín –mediante presentaciones judiciales– ha logrado evadir².

En paralelo al proceso de discusión y sanción de la Ley, el Gobierno buscó equilibrar la correlación de fuerzas mediáticas aliándose a grupos empresarios que compraron o crearon nuevos medios. El de mayor crecimiento desde 2009 ha sido el Grupo 23, de los empresarios Sergio Spolszki y Matías Garfunkel, dueños de los diarios *Tiempo Argentino* y *El Argentino*, la *Revista Veintitrés*, el canal de noticias de 24 horas CN23 y Radio América. Otros *holdings* mediáticos como el Grupo Uno (de los men-

1 Desde el retorno a la democracia se presentaron más de setenta proyectos de reforma de aquella ley. Una reforma parcial realizada por el menemismo en la década del noventa extendió la cantidad de licencias permitidas por los grupos económicos, favoreciendo una mayor concentración y el ingreso de capital extranjero.

2 El proceso de transferencias empezó a planificarse en diciembre de 2012. La nueva Ley no solo prevé la división del espectro audiovisual en tres tercios: uno para los privados, otro para el Estado y otro para las organizaciones sociales; además, fomenta los contenidos nacionales e independientes, las producciones para la niñez, de los pueblos originarios y de las universidades.

docinos Vila-Manzano) o el Grupo Indalo (del multiempresario Cristóbal López) se han alineado al Gobierno y desde entonces han funcionado como un contrapeso al poderoso discurso del Grupo Clarín. A esto, el kirchnerismo ha sumado un importante impulso a los medios públicos, realizando millonarias inversiones y cambios en la programación del estatal Canal 7, la estatización de la transmisión de los partidos de fútbol y creando señales públicas nuevas como el educativo Canal Encuentro, el infantil Paka Paka e Incaa TV.

Este contexto de polarización mediática, lentamente ha equilibrado las fuerzas pero a la vez ha elevado el nivel de enfrentamiento y conflicto. Así las cosas, el sistema de medios argentino ofrece un escenario de pluralidad –por momentos polaridad– discursiva que, como hemos anticipado, e intentaremos profundizar a continuación, no se evidencia en la mayoría del territorio argentino a nivel local.

Comunicación y política: del contexto nacional a los ámbitos subnacionales

Refiriéndose a temas como la democracia y el régimen político, varios autores han señalado ya que dentro de un mismo país pueden coexistir al mismo tiempo sistemas de características diferentes en el ámbito nacional y subnacional. Al explorar los “niveles de democracia” de las distintas jurisdicciones argentinas, Carlos Gervasoni sostiene que se puede “pensar en la democracia a nivel sub-nacional como una característica que corresponde sólo a regímenes provinciales; es decir, independientemente del nivel de democracia gozada por un ciudadano dado en el régimen nacional” (Gervasoni, 2005: 93). En otro texto, el mismo autor señala que en la mayoría de las provincias del interior argentino “la combinación de enormes sectores públicos con débiles sectores privados inevitablemente genera un síndrome estatista en el que buena parte de los ciudadanos, empresarios y medios provinciales dependen del presupuesto provincial” (Gervasoni, 2011: 118).

Otros autores refuerzan esta idea, así al analizar las dinámicas políticas centro-periferia, Edward Gibson (2007) sostiene que pueden existir regímenes nacionales democráticos que tienen en su seno regímenes subnacionales autoritarios. Según su propuesta, estos poderes centrales locales, basados en el control de la caja pública dominarían a los medios de comunicación, y para fortalecerse en su territorio intentarían evitar el ingreso de actores externos al ámbito subnacional, es decir, evitar la nacionalización de los temas locales que pudieran resultar conflictivos. Señala Gibson:

Las elites autoritarias locales fortalecen los límites que minimizan la participación de actores externos en la política provincial, mientras que las oposiciones locales luchan por franquear esos límites y convertir a los conflictos parroquiales en enfrentamientos

políticos nacionales. De este modo, el control del ámbito del conflicto es un objetivo primordial para los participantes en las contiendas sobre la democratización subnacional (Gibson, 2007: 188).

Podemos extrapolar esta idea de coexistencia de distintos regímenes, estructuras o modos de articulación de las luchas de poder en el ámbito nacional y subnacional, y llevarla al terreno específico de los medios de comunicación. Como veremos en el siguiente apartado, se trata de estructuras que se presentan en muchas provincias del interior argentino.

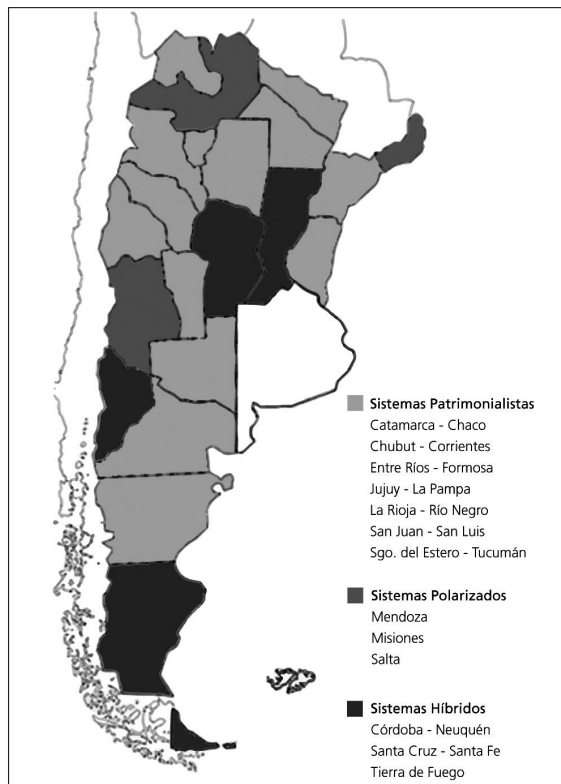
Es importante advertir la contradicción presente en la coexistencia de esquemas de pensamiento y acción política, como el nacional, que aspiran a la desmonopolización de los medios de comunicación, con otros esquemas provinciales que, aun alineados políticamente con el kirchnerismo, han tendido y tienden a favorecer la concentración y la unificación del discurso mediático. Pero se trata de una contradicción aparentemente infranqueable, pues los gobiernos nacionales difícilmente podrían sostenerse sin el apoyo mayoritario de los gobiernos locales ni mucho menos cambiar a su antojo a aquellos con los que tuvieran diferencias. Como señala Gervasoni (2011), para poder sostener su acción política e institucional, los gobiernos nacionales deben sostenerse en los poderosos caudillos del interior, quienes generalmente son los que manejan a los legisladores nacionales de las provincias. Asimismo, la aplicación de las políticas nacionales depende en gran medida del apoyo legislativo, político y burocrático de los gobernadores en las provincias. Así las cosas, el mapa político del interior de la Argentina kirchnerista varía en función de la cercanía y el alejamiento de los gobiernos provinciales respecto del gobierno central.

Como veremos a continuación, en las provincias existen tres tipos de medios, según su propiedad: los que son de empresarios locales, los que son de empresarios de otras provincias y los que son de empresarios nacionales. Veremos que, en general, aquellas provincias que han sido menos permeables al ingreso del capital nacional —que tuvo lugar en la década del noventa— son las que han tendido a consolidar sistemas de medios más cerrados y uniformes, cuya supervivencia gira en torno al Estado provincial.

Como dijimos anteriormente, clasificaremos a las provincias según tengan sistemas de medios patrimonialistas, sistemas de medios polarizados o sistemas de medios híbridos. El Mapa 1 brinda un primer pantallazo al modo como se distribuyen las provincias según sus características generales, lo que desarrollaremos en los siguientes apartados. La base que sienta el criterio de clasificación es la posición que los grupos mediáticos locales toman con respecto a los gobiernos de sus provincias; es decir, si es una línea editorial de apoyo, una línea editorial crítica o bien una que alterna ambas posiciones. Cada sistema será desarrollado por separado, con la caracterización general de los sistemas de medios de las provincias en los siguientes apartados. Dado que

nos centramos en el interior argentino, se ha exceptuado aquí el caso de la provincia de Buenos Aires –donde por otro lado se encuentran afincados los medios nacionales– pero que presentan características demográficas y una articulación política interior que merecería un tratamiento aparte.

Mapa 1: Distinción de sistemas de medios subnacionales en Argentina.



Fuente: elaboración propia.

Sistemas de medios patrimonialistas

La idea de sistemas de medios patrimonialistas se inspira en el concepto de patrimonialismo weberiano, pero se propone para designar a aquellas provincias en las que impera una forma de dominación gracias a la cual el Estado cuenta con el apoyo editorial de la mayoría de los medios, sean públicos o privados, debido a la incidencia política o económica que tiene sobre ellos.

Una característica común es que en la mayoría de estas provincias la televisión está mucho menos desarrollada que a nivel nacional. Algunas provincias tienen un solo canal de aire y algunas otras cuentan hasta con tres; muchas de estas señales, sin

embargo, transmiten pocas horas o con programación de escaso nivel de despliegue y producción. En contextos así, no son los medios audiovisuales los que tienen mayor penetración y poder de agenda –como ocurre a nivel nacional– sino que son los diarios impresos los medios más poderosos e influyentes. De ahí que los diarios continúen marcando la agenda que las radios reproducen por la mañana y que los noticieros transmitirán durante el mediodía o la noche. Además, existe un alto nivel de concentración: generalmente quienes poseen diarios, poseen también algunas radios y canales de televisión. Puesto esto sobre la mesa, realizaremos una sucinta descripción del escenario en cada provincia, para luego definir algunos rasgos comunes que caracterizan a este tipo de sistemas de medios.

Catamarca: Durante el período kirchnerista, esta provincia norteña estuvo gobernada primero por el radical K³, Eduardo Brizuela del Moral (2003-2011) y luego por Lucía Corpacci (desde 2011), ex vicegobernadora proveniente del peronista Frente para la Victoria. Aquí todos los medios dependen económicamente de la pauta oficial para subsistir. Los más importantes son el grupo *La Unión* y *El Ancasti*, cada uno con un diario matutino y una radio homónima. De estos dos, *El Ancasti* mantiene una línea editorial menos condescendiente y de leve crítica sin llegar a hacer oposición. Según señala el documento de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación, ambos se necesitan: “el gobierno no está dispuesto a enemistarse con el diario de mayor incidencia en la provincia y el diario, si bien recibe la mayor tajada de la publicidad privada, tampoco puede darse el lujo de romper relaciones con el proveedor de la pauta oficial más importante” (2012:10). Por otro lado están el diario *El Esquiú*, también aliado al gobierno de la provincia, y varias radios que se encuentran en la misma situación de dependencia. Aunque coexisten tres canales de televisión (Canal 5 Airevisión, Canal 8 y Canal 10), el relativamente escaso desarrollo de este medio hace que su capacidad de instalación de agenda sea mínima y su línea editorial esté en general ligada a la de los medios escritos.

Chaco: Aquí también los medios dependen de la publicidad y en general son benevolentes con Jorge Capitanich, gobernador kirchnerista de la provincia desde 2007 y reelecto en 2011. Una de las singularidades de esta provincia es que los grupos de medios más importantes son de empresarios extraprovinciales: los correntinos Romero Feris (con el *Diario Norte* como medio insignia) y Martínez Llanos, que ha incursionado en la radiofonía chaqueña. El *Diario Chaco* (Grupo Aiquel) y el diario cooperativo *La Región* también se articulan con el oficialismo. Lo mismo ocurre con Canal 9 Chaco y las radios, entre las que se destaca Radio Chaco. No hay medios de gran visibilidad que sean críticos al gobierno provincial.

Chubut: En esta provincia patagónica hubo algunos giros políticos notorios. De 2003 a 2011 gobernó Mario Das Neves, opositor al kirchnerismo y cercano al ex pre-

3 Los medios llamaron radicales K a los gobernadores del radicalismo de varias provincias que se alinearon con el kirchnerismo en la llamada Concertación Plural.

sidente Eduardo Duhalde. En 2011, su candidato a la sucesión, Martín Buzzi, ganó la elección e inmediatamente le dio la espalda y se acercó al oficialismo nacional. Estos giros de ubicación y de nombres han hecho que la línea editorial de los medios locales oscile por momentos, pero a fin de cuentas se posiciona siempre a la sombra del estado provincial. El *Diario Patagónico* y Canal 9 habían sido relativamente favorables a Das Neves. En abril de 2012, el Grupo Indalo (del empresario filokirchnerista Cristóbal López) adquirió el 40% del paquete accionario del canal y también adquirió FM Radio del Mar y el *Diario Patagónico*. Esto terminó asegurando una línea editorial favorable para el kirchnerismo-buzzismo. La provincia cuenta también con el diario *Crónica* y Canal 7, propiedad del Estado provincial.

Corrientes: Como en su provincia vecina, aquí pisan fuerte los empresarios locales Romero Feris (de familia de ex gobernadores y políticos con fuerte influencia durante los noventa), dueño del diario *El Litoral* (el más antiguo y de mayor tirada) y Martínez Llanos, propietario del diario *El Libertador* y varias radios FM. Ambos han apoyado la gestión del gobernador Ricardo Colombi, otro radical K que está en el poder desde 2001, con un breve interinato de su hermano Arturo (2005-2009). En general, esta es la misma línea que siguen el Canal 13Max (el más antiguo de la provincia) y Canal 5 Corrientes.

Entre Ríos: Provincia gobernada por los peronistas Sergio Busti (2003-2007) y Sergio Urribarri (2007-2011 y 2011-2015). Los dos diarios más importantes son propiedad de grupos extraprovinciales *El Diario* de Paraná, ex propiedad de la familia Etcheverne –vinculada a la Sociedad Rural Argentina–, fue adquirido en 2010 por el empresario santafecino Walter Grenón, y a principios de 2012 éste se lo vendió al rosarino Ramiro Nieto, también dueño del diario *La Calle* de Concepción del Uruguay y propietario de una empresa de transmisión satelital llamada VTS Rosario-Santa Fe, que vende sus servicios al gobierno provincial. El *Diario Uno* es propiedad de los mendocinos Vila-Manzano, por tanto es favorable al kirchnerismo. Existen dos casos singulares en el mercado televisivo. El de Canal 9, propiedad del Grupo Clarín, que a pesar de estar enfrentado a nivel nacional con el kirchnerismo, no es opositor del urribarrismo en la provincia. En tanto, el Canal 11 de Paraná es el único medio con un discurso crítico al oficialismo.

Formosa: En esta provincia, que limita con Paraguay, la vida política ha sido hegemónizada por el peronista Gildo Insfran. Gobernador desde 1995, reformó la constitución en 1999 y habilitó la reelección indefinida. Menemista en los noventa y kirchnerista en los 2000, sostiene económicamente a los diarios *La Mañana* y *El Comercial*. Lo mismo ocurre con Canal 11 Lapacho TV, Canal 7 Ibarreta, el estatal Canal 3, así como con una red de numerosas radios FM.

Jujuy: Otra provincia hegemónizada por el peronismo. Gobernada por Eduardo Fellner (2003-2007), Walter Barrionuevo (2007-2011) y nuevamente Fellner (2011-2015). Los dos principales diarios son *El Pregón* y *El Tribuno*. Quienes han estudiado

al primero señalan que, desde los noventa “a través de alianzas partidarias y un sistema consolidado de publicidad oficial, el ‘diario de Jujuy’ se transformó, abiertamente, en el principal vocero del oficialismo” (Vargas, Arrueta y Brunet, 2009: 12). En tanto, *El Tribuno* es una empresa perteneciente al Grupo Romero, de Salta. Su director editorial, Rubén Rivarola, fue diputado por el radicalismo en los noventa, pero esto no le impidió alinearse luego con el discurso del medio cercano al oficialismo local. Los investigadores jujeños señalan que “el rol asumido por el diario no fue el de vocero oficial, sino el de sostén del statu quo, sujeto a conveniencias económicas y políticas” (Vargas, Arrueta y Brunet, 2009: 14). El otro grupo mediático importante es Radiovisión Jujuy, del empresario Carlos Jeneffes, quien también a adecuó su línea editorial a los gobiernos de turno para garantizar la subsistencia del Canal 7 y varias radios.

La Pampa: Durante el período kirchnerista esta provincia ha estado gobernada por los peronistas Carlos Verna (2003-2007) y Oscar Jorge (2007 hasta la actualidad). El primero mantuvo algunas diferencias con el oficialismo nacional y el segundo se alineó al gobierno central. El *Diario de La Pampa* y *La Arena* son los de mayor circulación y ambos apoyan al gobierno provincial. El primero propiedad del empresario Jorge Nemesio, quien ha acompañado a distintos gobiernos locales. El segundo, dirigido editorialmente por Sergio Santesteban, se ha manifestado abiertamente kirchnerista: en 2009 este medio renunció a la Asociación de Entidades Periodísticas Argentina (Adepa) por considerar que defendía la posición de las grandes corporaciones que se enfrentaban al Gobierno. En esta provincia existen siete canales de televisión aunque no todos transmiten con regularidad, y algunos solo lo hacen con señal de ajuste. El más consolidado es el Canal 3 del estado provincial.

La Rioja: La provincia de la que surgió el ex presidente Carlos Menem fue gobernada desde mediados de los noventa por el peronista Ángel Maza, hasta ser destituido por la Legislatura durante su tercer mandato. En 2007 asumió la gobernación el kirchnerista Luis Béder Herrera. Al igual que en la mayoría de las provincias norteñas, con mayor o menor énfasis, los medios más importantes acompañan editorialmente al gobierno local. Es el caso de los diarios *El Independiente* y *Nueva Rioja*, Canal 5 Vida TV, y varias decenas de radios.

San Juan: Esta provincia es gobernada desde 2003 por José Luis Gioja, quien fue reelecto en dos oportunidades consecutivas, siempre manifestándose aliado del kirchnerismo. Aquí tiene gran presencia el Grupo Uno, propietario de Canal 8, el semanario *San Juan 8* y la distribuidora de cable. Según el documento de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación, también está el “llamado informalmente Grupo Gioja, vinculado a la esfera oficialista, que reúne diferentes medios, como el diario *El Zonda*, [...] la radio AM 1020, la FM Radio del Sur [...] y Canal de aire 5 Telesol”. *El Diario de Cuyo* es el de mayor tirada, propiedad del Multimédios Montes, de fuerte discurso oficialista. Aquí tiene importante presencia también el Canal 4, que pertenece al Arzobispado local.

San Luis: Desde el retorno a la democracia en 1983, esta provincia ha sido gobernada alternativamente por los hermanos Adolfo y Alberto Rodríguez Saa, o algunos de sus lugartenientes, como María Alicia Lemme (2001-2003) o Claudio Poggi (desde 2011). Esta provincia se ha declarado bastión del antikirchnerismo. El único diario impreso de la provincia es *La República*, dirigido por Feliciano Rodríguez Saa, hija de Adolfo. En tanto, el único canal de aire pertenece al estado provincial, Canal 13 San Luis Televisión, con veinticuatro horas de producción propia y una línea fuertemente oficialista. Existen algunas radios de ONG que ofrecen un discurso opositor, pero no constituyen contrapeso para el poder oficial.

Río Negro: Esta provincia ha estado siempre alineada al kirchnerismo. Primero durante los dos períodos del radical K Miguel Sainz (2003-2011) y desde 2011 con el peronista Carlos Soria, asesinado por su esposa en 2012 y reemplazado por el vice gobernador, Carlos Weretilneck. Aquí también los dos principales diarios, *Río Negro* y *Al Día*, subsisten al amparo del gobierno provincial, aunque con menor dependencia económica que en otras provincias. El estatal Canal 10 es el más importante. El Grupo Clarín está presente a través del Canal 6 de Bariloche, pero es favorable al gobierno provincial a pesar de pertenecer a la emblemática corporación antikirchnerista.

Santiago del Estero: En 2004 el presidente Kirchner mandó intervenir la provincia por una serie de denuncias contra el gobierno del matrimonio Juárez. En 2005 asumió la gobernación el radical K Gerardo Zamora, quien fue reelecto en 2009. Existen dos multimedios importantes y ambos son filozamoristas. El Grupo Ick posee el centenario diario *El Liberal*, el Canal 7 de aire y dos radios FM. Ofrece diversos servicios financieros y de seguros al estado provincial y es dueño de la empresa local de energía. El Grupo Cantos posee el *Nuevo Diario*, la radio LV11, la AM más escuchada. Es contratista del Estado en rubros como el transporte y los fármacos. El Grupo Cable Express (el único de capital extraprovincial), que posee el Canal 4 de cable, también es favorable al gobierno provincial ya que sus principales ingresos son de publicidad oficial.

Tucumán: El peronista José Alperovich gobierna la provincia desde 2003, habiendo sido electo tres veces consecutivas en el cargo. El gobernador es dueño de las dos radios más importantes, LV12 y LV7. En esta provincia el medio más importante es el centenario diario *La Gaceta*, propiedad de la tradicional familia García Hamilton. El informe de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación señala que “si bien no es un diario que apoye abiertamente al gobierno de Alperovich, históricamente representa a la burguesía liberal con una moral conservadora. Es un diario que aglutina a los sectores empresarios, tanto de la construcción y a los terratenientes” (2012: 13). Otros diarios, como *El Siglo* o *El Tribuno*, no han podido hacerle sombra a *La Gaceta*. *El Siglo*, por ejemplo, debió abandonar la edición en papel y persistir en su versión digital. Existen publicaciones que hacen crítica pero tienen una tirada menor, como *Contexto* o *El Periódico*. En televisión están Canal 8 y Canal 10. El pri-

mero pertenece a la red de medios de Telefé, que apoya abiertamente a los gobiernos nacional y provincial. Uno de los periodistas principales de este medio es Carlos Rojkes, hermano de la senadora Beatriz Rojkes de Alperovich y cuñado del gobernador. Es curioso el caso del Canal 10, cuyo accionista mayoritario es el estado provincial, aunque el Grupo Clarín también posee una parte de las acciones. Así las cosas, en esta señal conviven retrasmisiones de la Televisión Pública nacional y de Canal 13.

Sistemas de medios polarizados

Se trata de tres casos que presentan diferencias entre sí, pero comparten la característica de que los gobiernos locales no tienen un dominio general sobre los medios de comunicación, como ocurre en los sistemas patrimonialistas. En estos tres escenarios existen grandes medios jugando el rol de opositores discursivos y los gobiernos cuentan con la propiedad o el apoyo directo de algunos medios que realizan el contrapeso editorial. Los tres casos corresponden a provincias donde gobiernan líderes alineados con el kirchnerismo. Se trata de contextos en los que se replica –con matices– el conflicto medios versus gobierno que se presenta a nivel nacional.

Mendoza: Es la provincia de Julio Cobos, ex gobernador radical K entre 2003 y 2007, quien como vicepresidente de la nación votó en contra del proyecto oficial de las retenciones a la exportación de soja en 2009, impidiendo que se aplicara el proyecto del kirchnerismo. Fue sucedido por los peronistas Celso Jaque (2007-2011) y Francisco Pérez (en ejercicio desde 2011). En esta provincia pisan fuerte el Grupo Clarín y el Grupo Uno. El primero posee al diario *Los Andes*, el más antiguo y acérrimo crítico del gobierno provincial. El segundo, originario de esta provincia, posee –además de varias empresas de servicios– el *Diario Uno*, que a pesar de ser aliado al kirchnerismo, alterna buenas y malas en sus alusiones al gobierno local. Esta misma línea editorial se repite en sus otros medios: en Canal 7 Mendoza y Radio Nihuil. El grupo Alonso es también crítico del oficialismo con su *Periódico El Sol*, Canal 10 y LV10. Esta provincia, de mayor actividad económica y fuentes diversificadas de financiamiento, encuentra a un oficialismo que debe gobernar con la mayoría de los medios en contra.

Salta: Desde 2007 gobierna el peronista aliado al kirchnerismo Juan Manuel Urtubey, que le arrebató el mando al menemista y empresario mediático Juan Carlos Romero, en el poder desde 1995. El Grupo Romero posee los medios más importantes de la provincia: *El Tribuno* y la AM Radio Salta, acérrimos críticos de Urtubey. El Canal 2, del Grupo Clarín, es también una voz discordante. Son los medios opositores los que marcan la agenda, aunque existen también algunos medios, medianos y pequeños, que apoyan al gobierno como Canal 9 Salta, el *Nuevo Diario* y Cable Express.

Misiones: Otra provincia gobernada por un radical K. Maurice Closs, integrante del Frente por la Concordia, fue elegido gobernador en 2007 y reelecto en 2011. Ahijado político de su predecesor Carlos Rovira, quien gobernara desde 1999. El diario más importante de la provincia es *El Territorio*, que no es crítico del gobierno a diferencia de *Primera Edición*, que carga sus tintas con dureza contra el gobierno de Closs. El mismo rol crítico cumple el poderoso canal Misiones 4, de importante desarrollo y alcance en toda la provincia. El Canal 6 es relativamente favorable al gobierno provincial y el Canal 2 retrasmite la programación de Telefé. El otro actor importante es Multimedios Sapem, cuyo accionista mayoritario es el estado provincial, con el Canal 12 –que cuenta con el 80% de producción local– y LT17 Radio Provincia.

Sistemas de medios híbridos

Aquí nos encontramos ante casos de provincias que, por su tamaño, estructura económica y dinámica política, presentan sistemas de medios con características particulares. Entre estas provincias se encuentran algunos de los distritos más grandes y de los más pequeños, y la mayoría no está gobernada por expresiones del kirchnerismo.

Córdoba: Después de Buenos Aires es el distrito más grande del país. Ha sido gobernado por un sector conservador del peronismo, en constante tensión con el kirchnerismo. Juan Manuel de la Sota gobernó entre 2003 y 2007 y de 2011 a la actualidad, con un mandato de su ex vicegobernador, Juan Schiaretti, entre 2007 y 2011. Los dos medios más importantes son *La Voz del Interior* (Grupo Clarín, que además posee Canal 12) y Cadena 3, que han sido tradicionalmente favorables al gobierno local. Sin embargo, existe una gran cantidad de medios de segunda línea que ofrecen discursos más equilibrados y que por momentos se han animado a la crítica, sin ser acérrimos opositores. Aquí ha tenido fuerte presencia el Grupo Uno, con los diarios *La Mañana* y Canal 10. Existen además otros periódicos de buena tirada y calidad como *Día a Día*, *El Alfíl* y *Comercio y Justicia*, y tiene importancia el Canal 8, de la Universidad Nacional de Córdoba.

Neuquén: Esta provincia ha sido controlada por el Movimiento Popular Neuquino (MPN) impulsado por la familia Sapag desde la década del sesenta. Desde 2007 gobierna Jorge Sapag, aliado al kirchnerismo. Lo hace con un escenario de medios que no ahorra críticas a su gestión. El diario *La Mañana* ha sido más cercano al intendente Horacio Quiroga, del partido Nuevo Compromiso Neuquino. Sin embargo, este medio alterna buenas y malas en relación al gobierno provincial y el municipal. Lo mismo ocurre con Canal 8 de aire. En general las radios FM son favorables al gobierno provincial. En el actual contexto, Neuquén se diferencia de otras provincias pequeñas que han sido tradicionalmente hegemónicas por un dirigente o sector

político en que tales sectores no mantienen un dominio mayoritario del sistema de medios.

Santa Cruz: Durante los años en que Kirchner fue gobernador, por sus características económicas y políticas, esta provincia mantuvo un sistema de medios más similar al patrimonialista. Esta característica se mantuvo relativamente presente durante los gobiernos de Sergio Acevedo (2003-2006) y Carlos Sancho (2006), hasta 2007 año en que asumió el actual gobernador Daniel Peralta, que progresivamente empezó a entablar diferencias con el kirchnerismo. Así, el gobierno local ha sufrido los embates de algunos de los medios más importantes de la provincia, como *El Periódico Austral* (del ex chofer de Kirchner, Rudy Ulloa, que también posee algunas radios) y *La Opinión Austral*. Peralta se apoya principalmente en el estatal *Canal 9* y el periódico *Tiempo Sur*.

Santa Fe: Gobernada por la socialdemocracia representada por Hermes Binner (2007-2011) y Antonio Bonfati (desde 2011), quienes llevaron a la provincia el modelo de Rosario, la ciudad más importante, donde el Partido Socialista gobierna desde la década del 80. A diferencia de lo que ocurre en otras provincias, el gobierno local no posee el apoyo incondicional de grandes medios. En esta provincia tiene mucha fuerza el Grupo Uno (que posee los diarios *La Capital*, *El Ciudadano* y varias radios AM y FM), con una línea que suele ser crítica al oficialismo. Similar es la línea de los diarios *El Litoral* y de *Rosario/12*. La publicación que es más benevolente con el gobierno local es *Mirador Provincial*, perteneciente al Grupo Clarín, que desde 2011 ha empezado a dar cartel a nivel nacional a Binner, quien se ubicó segundo en las elecciones presidenciales de ese año. En esta misma línea se ubican el Canal 3 y el Canal 5 de Rosario.

Tierra del Fuego: La provincia más pequeña y austral del país es gobernada desde 2007 por Fabiana Ríos, sobreviviente de la casi extinta Coalición Cívica. Mantiene una relación de coexistencia pacífica con el gobierno nacional. El gobierno local no tiene un control mayoritario sobre los medios. Existen varios diarios de tirada pequeña como *El Sureño*, *Tiempo Fueguino* y *Provincia 23*.

Breves conclusiones sobre los heterogéneos sistemas de medios subnacionales

En función de la descripción realizada expondré algunas interpretaciones provisorias, que merecen mayor análisis, pero que parecen insinuarse a la luz de los primeros datos elaborados. En primer lugar debe señalarse que la tendencia democratizadora de la comunicación que caracteriza a los gobiernos neopopulistas a nivel latinoamericano y concretamente en el caso argentino, no ha logrado hasta el momento penetrar en los niveles subnacionales. Las corporaciones locales –y transprovinciales, como el Grupo

Uno, los Romero, los Romero Feris, Cadena 3, entre otros— presentan sistemas de medios sumamente concentrados. A esto se suma la propensión al patrimonialismo que existe en catorce provincias argentinas, donde muchos medios son poco más que boletines oficiales de los gobiernos locales, y no hay margen económico ni político para la aparición de voces alternativas.

Hemos visto que la dominación de los gobiernos provinciales en los sistemas de medios patrimonialistas se ejerce por tres posibles razones: a) porque la publicidad oficial es la principal fuente de ingresos en provincias con una estructura económica poco diversificada y sin fuentes de ingresos privados importantes; b) porque los empresarios mediáticos poseen empresas de otros rubros (construcción, transporte, servicios financieros, u otros) que tienen negocios con los estados provinciales, lo que los obligan a sostener el apoyo editorial; c) porque los funcionarios de las gobernaciones son los propietarios de los medios.

Es importante dejar claro que estos escenarios no son resultado de las políticas nacionales impulsadas por los gobiernos neopopulistas de la última década en Argentina, cuyo alcance se ha ejercido más bien sobre los medios de penetración nacional instalados en Buenos Aires. Estos escenarios representan más bien la herencia persistente de antiguas elites locales, cuya dominación política y económica precede a la nueva estructura de poder del país, a cuya sombra muchos dirigentes y empresarios provinciales se han acomodado, para poder preservar su estructura de control local.

Entre las ocho provincias cuyos sistemas de medios no son patrimonialistas se encuentran los distritos más importantes en términos demográficos, como Santa Fe, Córdoba, Mendoza y Salta, que reúnen el 30% de la población del país. Hay que recordar que otro 40% de los argentinos vive en Buenos Aires y el 30% restante se distribuye entre las otras 18 provincias. Estas provincias principales son también las que tienen los mayores índices de Producto Bruto Geográfico⁴. Asimismo, entre las provincias cuyos sistemas de medios no son patrimonialistas se encuentran algunas de las más pequeñas: Neuquén, Tierra del Fuego y Santa Cruz, que reúnen aproximadamente el 2% de la población, la misma cantidad que Misiones por sí misma.

Lo que tienen en común las provincias con un sistema de medios polarizado (Mendoza, Salta y Misiones), donde las empresas de comunicación más importantes adoptan un rol opositor a los gobiernos, es la alineación de los mismos con el kirchnerismo. Esto es un rasgo común, pero no significa que dicha característica sea necesariamente la que determine la dinámica de polarización del sistema mediático.

Las otras cinco provincias, con sistemas híbridos, presentan escenarios de mayor pluralidad, por lo tanto más complejos y precisan un análisis de mayor detalle y perspectiva histórica. Cuatro de ellas están gobernadas por expresiones políticas no alineadas al kirchnerismo. Este mapa de pretensiones descriptivas es una primera

4 Córdoba es la segunda provincia con mayor PBG, Mendoza la tercera, Santa Fe la quinta y Salta ocupa el puesto 22.

aproximación integral a los sistemas de medios subnacionales. Integralidad que se expresa a riesgo de que algunos perfiles y datos puedan ser superficiales. La importancia radica en comprender la coexistencia de sistemas diferentes que deben ser estudiados con mayor profundidad.

Lo que queda expuesto claramente es que las políticas democratizadoras de la comunicación que han impulsado los gobiernos neopopulistas argentinos aún no han logrado hacerse tangibles en las provincias. Dar cuenta de esto ha sido el principal objetivo del presente trabajo, en pos de llamar la atención sobre la necesidad de pensar estrategias y alternativas en políticas de medios para los ámbitos subnacionales que vayan en consonancia con el espíritu democratizador que se ha manifestado a nivel nacional.

Bibliografía

- Ackerman, Sebastián, Paula Morel y Martina Sosa (2008). “La construcción mediática del surgimiento del ‘campo’ como actor político (marzo-julio 2008)”. *Memorias de las XII Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación* N°12. Visita 4 abril 2013 en <http://tinyurl.com/ck669jf>
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2007). “La concentración mediática en Argentina: de eso no se habla”. En *Derechos humanos en Argentina. Informe Cels 2007*. Centro de Estudios Legales y Sociales: 459-464. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Blanco, Daniela y Carlos Germano (2005). *20 años de medios y democracia en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo.
- Follari, Roberto (2010). *La alternativa neopopulista*. Rosario: Homo Sapiens.
- García Vargas, Alejandra, César Arrueta y Marcelo Brunet (2009). “Medios masivos: tramas y complicidades en Jujuy. Una mirada desde la década del 90”. En *Jujuy bajo el signo neoliberal. Política sociedad y cultura en la década del noventa*, Marcelo Lagos (Dir.). En <http://tinyurl.com/c9ajnmo>
- Gervasoni, Carlos (2011). “La política nacional es política provincial: cambios y continuidades subnacionales del menemismo al kirchnerismo”. En *La política en tiempos de los Kirchner*, Andrés Malamud y Miguel De Luca (Coord.): 115-128 Buenos Aires: Eudeba.
- (2005). “Poliarquía a nivel sub-nacional. Aspectos conceptuales y normativos en el contexto de las democracias federales”. *Revista Colección* N°16: 83-122
- Giannoni, Matías (2012). “Medios de comunicación y democracia subnacional: conflicto político, elites familiares y trayectorias históricas en La Pampa, Río Negro y San Luis. Un estudio comparado”. Tesis de Grado, Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales de la Universidad Torcuato Di Tella.
- Gibson, Edward (2007). “Control de límites: autoritarismo subnacional en países democráticos”. *Desarrollo Económico*, N° 186, Vol. 47:163-191

- Red Nacional de Investigadores en Comunicación (2012). “Documento Federal de Coyuntura Medios, hegemonías y alternativas en el marco de la nueva normativa”. Visita 13 de diciembre 2012 en <http://www.redcomunicacion.org>
- Kitzberger, Philip (2011). “La madre de todas las batallas: el kirchnerismo y los medios de comunicación”. En *La política en tiempos de los Kirchner*, Andrés Malamud y Miguel De Luca (Coord.): 179-192. Buenos Aires: Eudeba.
- Martínez Luque, Santiago (2012). “Movidito, movidito, juntitos todos juntitos. Apuntes sobre las estrategias expresivas de emisoras orientadas a sectores populares de la ciudad de Córdoba”. *Question*, N° 35, Vol. 1: 372-386.
- Picco, Ernesto (2012). *Medios, política y poder en Santiago del Estero 1859-2012*. Santiago del Estero: Editorial Indes - Universidad Nacional de Santiago del Estero.
- Smerling, Tamara (2010). “Diez años de concentración de la propiedad de los medios en Rosario: del decano de la prensa argentina al Multimedia La Capital”. *Signo y Pensamiento*, N° 57, Vol. 59: 520-536.