

# WIKI MEDIA LEAKS

La relación entre medios  
y gobiernos de América Latina  
bajo el prisma de los cables de WikiLeaks

López San Miguel, por el amor, las lecturas lúcidas y la compañía. A Marcelo Falak, por el ánimo y los consejos, y a Mónica Lucentini.

Por último, estamos agradecidos a Silvia Itkin, por sus oídos abiertos y por la edición cuidada y amable.

## PRÓLOGO

por Santiago O'Donnell<sup>1</sup>

Si sos periodista lo tenés que leer, si no lo sos igual te va a gustar y te va a servir. Becerra y Lacunza escriben muy bien, con un lenguaje rico, denso, lleno de ideas. Al principio hay que ir despacio, prestando atención, pero después te enganchás, porque el libro funciona de espejo. A través de Wikileaks, la filtración más grande del mundo, miles y miles de cables de las embajadas estadounidenses, los autores te muestran lo que no te contaron los diarios. Y claro, lo que no te contaron son todos los negocios que tienen los diarios, los tipos a los que los diarios protegen porque les conviene, y cómo tapan todo con una puesta en escena y un discurso de "periodismo independiente." Eso que vos ya sabés, pero no sabés cómo funciona, porque nadie te lo mostró porque los diarios no muestran eso. Historias divertidas y también muy importantes.

---

1. Santiago O'Donnell es autor de *ArgenLeaks: los cables de Wikileaks sobre la Argentina de la A a la Z*, Sudamericana, 2011. Se desempeña como editor jefe y columnista de la sección "El Mundo" del diario *Página 12*.

Como la de la oposición a Lula, que fue a llorar a la embajada porque O Globo no apoyaba al candidato de ellos. O sea, Serra, el de la derecha. ¿Cómo? ¿No era que los monopolios están con la derecha? Bueno, es más complicado y divertido, y ellos te lo explican. ¿Querés saber cuánto *lobby* metió Microsoft en Brasil para frenar el software libre y cómo le fue? Es una batalla que se repite en todo el planeta y que afecta tu futuro. Vos podés influir en esa disputa con acciones concretas, pero no hiciste nada porque no te enteraste porque los diarios no te lo cuentan, o te lo cuentan mal. Claro que cuando hablamos de diarios acá, es una forma de decir. Estamos hablando de los diarios, las radios, los canales de televisión y de los portales de internet que difunden información, de las grandes bocas que nos van contando la historia. Bocas de grandes conglomerados con múltiples tentáculos, que mutan, se enamoran, se pelean, se juntan para procrear y se canibalizan. Son como pulpos pero con bocas en la punta de los tentáculos, gritándote todas al unísono, pero desde distintos ángulos, lo que tenés que pensar. Así producen metamensaje para su consumidor, que venís a ser vos.

¿Querés saber por qué los yanquis, aunque los buscaron de los dos lados, no se metieron en la pelea por la *ley de medios* en la Argentina? ¿O qué dijeron los dueños del centenario diario *La Nación* cuando fueron a la Embajada de Estados Unidos a quejarse del gobierno? Acá te lo cuentan. El libro pregunta; te lleva a preguntar: ¿Por qué se quejan en la Embajada pero no lo cuentan en sus diarios? Tontos no somos. Ellos tampoco. ¿Entonces por qué no lo cuentan? Porque que los medios se han transformado en extremos, extremos de grandes corporaciones. Los pulpos han copado el espacio público con su metamensaje. Se pelean a gritos y ahogan las demás voces, las que intentan ocupar un espacio intermedio que ya no existe, o es cada vez más chiquito, ese espacio del ágora, del libre debate de las ideas y los principios al que tanta importancia le daban las primeras democracias.

Entonces no pueden contar. No por ellos, no por los dueños del diario, que al fin y al cabo solo son una boca. No pueden porque va en contra de los intereses políticos y económicos de la corporación, va en contra del metamensaje. País por país, este libro te muestra cómo los dueños de las bocas no cuentan que van a quejarse a la Embajada, no porque no sea importante o noticioso, sino porque queda mal. Debilita la imagen. Ayuda al adversario en la pelea. Por eso los "medios" (para mí extremos) cuentan cada vez menos. Por eso tenés que recurrir a libros piolas para enterarte. Porque una vez que tenés alguna idea de lo que está pasando, entonces podés empezar a preguntarte qué pensás al respecto y formarte una opinión. Si no te la forman los pulpos.

El tema de la televisación digital, un negocio multimillonario donde la transferencia de tecnología juega un papel clave, también ayuda a entender cómo se mueven las cosas en esta parte del mundo. Las embajadas empujaron la norma estadounidense en todo el continente, pero fracasaron. ¿Querés saber por qué todos los países de la región menos Colombia eligieron la norma japonesa? Leéte el capítulo de Brasil y te vas a enterar. ¿Querés saber por qué Colombia eligió la norma europea, a contrapelo de sus vecinos, en plena negociación con Estados Unidos para firmar un tratado de libre comercio? Buscalo en el capítulo colombiano.

Hay más historias. En Bolivia los medios viven quejándose del Gobierno en la Embajada. Reconocen que hay libertad de expresión, pero dicen que Evo Morales los presiona. Los norteamericanos, por otra parte, también se la pasan quejando. Pero no se quejan en los medios bolivianos porque no quieren provocar a Evo. Parece que para los empresarios de los medios está bien pedir ayuda a un Gobierno extranjero, siempre y cuando no se sepa. Y para los diplomáticos está bien criticar y escuchar quejas, pero también, siempre y cuando nadie pueda enterarse. Bueno, acá te enterás, que es lo que ellos no querían.

En Chile hay un cable jugoso que dice que ese país está lleno de pluralismo informativo, está lleno de diversidad, hay una prensa vibrante pero... los periodistas no cuentan mucho porque el chileno es por lo general tímido y retraído. Sin embargo nuestros autores no se quedan con la explicación de la Embajada. Señalan y demuestran que los periodistas chilenos contarán poco, no porque sean tímidos, sino porque Chile tiene la estructura de medios más concentrada de la región. La gran mayoría de los medios son afines al actual gobierno derechista de Sebastián Piñera, pero tampoco criticaron a los gobiernos socialdemócratas que lo precedieron, porque fue bajo esos gobiernos que se armó la estructura de medios en Chile. Suena complicado y contradictorio, pero explica mucho mejor lo que pasa con la información en ese país, que los balbuceos de psicología social que aparecen en los cables.

Otro capítulo fundamental de este libro se refiere a Venezuela. En ese país, explican los autores, la relación entre el Gobierno y los principales medios no oficialistas está muy empiojada porque algunos de esos medios y sus directivos alentaron y apoyaron un Golpe fallido en contra de Chávez en el 2002. Por su parte la Embajada considera que estos medios opositores son medios independientes. Además, según los cables citados en este libro, Estados Unidos financia una serie de proyectos e instituciones con el objetivo declarado de perjudicar al Gobierno chavista. Leyendo esto uno entiende mejor por qué Chávez se la pasa criticando a los grandes medios y acusando a Washington de querer voltearlo. El libro también muestra lo que los autores denominan "artillería estatal", el contraataque de Chávez para crear y cooptar su propio pulpo mediático a través del dinero y el poder del Estado. ¿Está bien que Chávez haga eso? ¿Está bien que los medios sean actores políticos y apoyen Golpes? ¿El canal de aire RCTV es un medio periodístico independiente que fue cerrado por Chávez en un acto de censura, o se trata de un canal golpista al que se le venció la licencia?

Eso lo decidís vos. Acá te la cuentan, bien, con todos los detalles, para que vos decidás.

Tras recorrer los distintos países del continente los autores concluyen que las embajadas estadounidenses ya no hacen campañas en contra de los gobiernos a través de la prensa, como sí lo habían hecho en el Chile de la época de Allende. Más bien han tendido a moderar a los empresarios y periodistas que visitaron las embajadas, con el argumento de no provocar represalias. En los cables de Venezuela los diplomáticos todo el tiempo se están agarrando la cabeza por las barbaridades que dicen los medios opositores, incluyendo incitaciones abiertas al golpismo. Y cuando viene la respuesta chavista, la Embajada no sale a defender a los medios opositores, sino que escribe en los cables que ese rol le corresponde a las ONG que ellos discretamente financian. O sea, la Embajada defiende a los medios opositores en Venezuela, pero no quiere que te enteres.

El capítulo mexicano habla mucho del magnate de las telecomunicaciones Carlos Slim, el dueño de Telmex, uno de los hombres más ricos del mundo, y del imperio audiovisual Televisa de la familia Azcárraga. Habla de las prácticas monopólicas de estos grupos, que a los diplomáticos estadounidenses les parecen un horror; de las peleas entre ellos por el control del triple play y de cómo influyen sobre los políticos de todos los partidos, tanto en el Congreso como en la Casa de Gobierno.

Los demás capítulos también están llenos de perlas. Becerra y Lacunza incluyeron un capítulo sobre Honduras porque justo hubo un Golpe ahí hace poco, en 2009, y tanto la Embajada como los medios jugaron un rol clave para que pudiera llevarse adelante. La Embajada, cuenta el libro, se la pasó criticando al presidente democrático, Zelaya, igual que los medios tradicionales muy vinculados en Honduras a una pequeña elite. Pero cuando el Golpe llegó, la Embajada se despegó y hasta parecía en los cables que se ponía del lado de Zelaya, aunque al final Estados Unidos permitió que el golpe

se consumara. Los principales empresarios de los medios hondureños no fueron tan ambiguos. Según la Embajada, formaron parte del núcleo duro de los golpistas.

En Ecuador tenés una pelea entre el presidente Correa y los medios opositores que se viene calentando cada vez más. ¿Y qué dijeron los estadounidenses de Correa? ¿Y que dijeron los medios del intento de Golpe que sufrió el presidente ecuatoriano en septiembre del 2010? Podés imaginártelo pero no hace falta porque está todo en este libro. Como lo de Humala en Perú. Mientras algunos medios peruanos, especialmente el grupo El Comercio, le hacían la vida imposible al hoy presidente peruano, ¿qué hacía, qué decía la Embajada?

Es importante saber todo esto porque habla del rol de Estados Unidos y de los grupos mediáticos en nuestra región. El libro no refiere exclusivamente a los cables de Wikileaks, aunque pivotee alrededor de estos documentos. El relato se completa con un mapa de medios muy detallado de cada país y con una síntesis de lo que venía pasando en la política y la economía de cada lugar mientras los diplomáticos estadounidenses escribían sus cables.

Así podés ver y contrastar los dos lados del espejo: lo que es y lo que se refleja. Y vas a ver que lo que es se parece bastante a lo que se refleja, pero cuando te acercás y tocás el vidrio, te das cuenta de que la imagen es una cosa y la realidad, otra bien distinta. Y aunque muchos mienten, no hace falta. Para deformar la imagen de la realidad alcanza con iluminar un poquito más por acá, opacar un poco por allá, cambiar el foco, cerrar el cuadro. Por eso nos la pasamos tratando de entender cómo se construye la imagen, el relato, el met mensaje. Porque queremos saber. Y Becerra y Lacunza nos lo cuentan.

## PARTE I

*Una pintura sobre las elites políticas  
y mediáticas latinoamericanas*

## INTRODUCCIÓN

Han pasado un año y varios meses desde que se disparó la megafiltración de más de 250 mil cables intercambiados entre el Departamento de Estado norteamericano y sus embajadas en todo el mundo.

Los textos puestos al descubierto por la organización WikiLeaks motivaron crisis de gobiernos, renunciaciones de ministros, expulsiones de embajadores y tropiezos finales para la carrera de muchos personajes públicos. Algunos árabes encontraron en los documentos desclasificados más motivos para salir a las calles a pelear por cambios en el régimen político. Deberá pasar mucha agua bajo el puente para que ciertos lazos, ya sea entre países, figurones o figuritas de la política internacional, vuelvan a ser lo que fueron.

Como los despachos diplomáticos se concentran especialmente en el lapso 2004-2009, el material liberado brinda una magnífica oportunidad para analizar la perspectiva que, desde Estados Unidos, se construye sobre la novedosa y heterogénea realidad política y económica de América Latina. Queda expuesta una trama irresistible a ser contada, pese a lo cual, algunos diques vinculados a los medios de comunicación han resistido el aluvión de información con extraordinaria eficacia.

La navegación sobre los 32.000 despachos diplomáticos originados en ciudades latinoamericanas ilumina la actuación de empresarios periodísticos, funcionarios encargados de fijar

políticas de comunicación y cronistas, y el abordaje que de ellos hace el Departamento de Estado. El contraste con lo publicado sobre WikiLeaks por importantes medios latinoamericanos termina de pintar un fresco sobre las elites políticas y económicas, sus ideas e intereses, que es difícil hallar de forma integral en estudios académicos más sistemáticos.

WikiLeaks funciona desde 2007 y se define como una organización sin ánimo de lucro dedicada a difundir noticias e información de carácter sensible al público: "Proveemos un modo innovador, seguro y anónimo para que fuentes independientes alrededor del mundo filtren información a nuestros periodistas". Esta información es colocada en su portal en internet o en sitios espejo. En cinco años, el grupo de Assange difundió cerca de un millón y medio de documentos secretos de gobiernos, la mayoría de ellos de la esfera de la Casa Blanca.

En el caso latinoamericano, la filtración de "los papeles del Departamento de Estado", como se conoció a la tanda liberada en noviembre de 2010, reúne elementos ideales en cuanto a su noticiabilidad. La trama refiere al Gobierno más poderoso del planeta, pero al mismo tiempo involucra a los políticos y dirigencias locales, proveyéndoles así el imprescindible ingrediente de proximidad que reclaman los manuales de la noticia; combina pasado y presente, aludiendo a hechos de la historia reciente que, en muchos casos, repercuten en la actualidad; amenaza con socavar los cimientos de algunas viejas certezas del oficio periodístico, como la necesidad de intermediación profesional para la difusión de información, pero no alcanza a quebrarlas; remite ingeniosamente al imaginario tecnológico digital, con su secuela fetichista que consiste en proyectar sobre la sociedad el funcionamiento reticular de Internet, como si la sociedad fuese una "sociedad-red" y, en consecuencia, induce a muchos a inferir que la conexión equivale a participación y la difusión de la verdad a conocimiento público; repone desde un lugar novedoso la compleja discusión sobre el rol de los grandes grupos de comunicación, sus diversos intereses económicos y sus sesgos y juicios editoriales.

Claro que todos esos ribetes combinados también afectan los intereses de grandes grupos económicos y de líderes políticos, lo que en la práctica sesgó la difusión masiva de los cables estadounidenses hacia los aspectos más espectaculares, pero no necesariamente más incómodos para la imagen pública de los líderes políticos o para el interés corporativo de los medios.

Con su indiscreción, la organización de Julian Assange atizó un debate histórico, pero que venía alcanzando un voltaje inusitado en América Latina. ¿Quién informa? ¿Con qué criterio? ¿Con qué intereses? Y, sobre todo, ¿qué se oculta?

Más a la derecha o a la izquierda, con mayor o menor rigor, muchos medios han sido vehículo de la filtración que disparó el indiscreto australiano, pero en contadísimas excepciones, esas mismas organizaciones periodísticas se atrevieron a publicar documentos diplomáticos que pudieran perjudicarlas, o menos aún, que tan solo aludieran a ellas.

En ciertos países, hasta septiembre de 2011, cuando WikiLeaks facilitó su base de datos para todo el mundo a través de servidores públicos en internet, algunos medios privilegiados tuvieron en exclusividad los textos diplomáticos y fueron abriendo la canilla según les dictaba su conciencia o sus alianzas. En otros casos, la divulgación alcanzó mayor riqueza al involucrar a más de un diario, revista o sitio web.

Para dar a conocer los 251.287 cables del Departamento de Estado a los que accedió y dio difusión, WikiLeaks eligió, en una primera instancia, a cinco medios entre los más renombrados del mundo desarrollado, y que a su vez cubrieran los idiomas más difundidos en los países occidentales.

En el plano ideológico, los aliados de Julian Assange fueron periódicos ubicados en la franja del centro liberal hacia la centroizquierda moderada. Se repartieron el botín cuatro medios europeos y uno norteamericano: los matutinos *The Guardian*, del Reino Unido; *El País*, de España; y *The New York Times*, de EE.UU.; más el vespertino *Le Monde*, de Francia; y la revista *Der Spiegel*, de Alemania.

Si bien ninguno de ellos enarbola una identificación partidaria explícita, los europeos, a excepción del semanario centrista alemán, tienen ostensible afinidad de pensamiento con la corriente socialdemócrata; en tanto que *The New York Times* suele pronunciarse a favor del Partido Demócrata en las elecciones presidenciales.

La asociación con estos diarios permitió a WikiLeaks maximizar la difusión de la megafiltración a niveles que no hubieran tenido lugar sin la transferencia de prestigio editorial, oficio periodístico y credibilidad en la comunidad de profesionales y lectores, que reprodujeron en otros medios la información. Así, en lugar de reemplazo tecnológico, fue la colaboración entre el uso de internet como sinónimo de velocidad y de manejo de gigantescos volúmenes de datos, y los viejos medios con sus competencias editoriales y sus rutinas secuenciales, la que se conjugó como estrategia de alto impacto.

La filtración demuestra así que el mundo digital, previsto como relevo de los medios tradicionales, necesita nutrirse de la credibilidad y el oficio editorial de los grandes periódicos para alcanzar impacto público. Pero la alianza entre lo viejo y lo nuevo, atravesada por intereses corporativos, no es serena.

En efecto, la asociación entre WikiLeaks y los cinco grandes periódicos podría leerse como un peculiar pacto fáustico en el que lo viejo y lo nuevo se alternan en el rol de Fausto y Mefistófeles, y los dos creen compensar sus riesgos con los beneficios del acuerdo. En la versión de Assange, la asociación permitió desplegar una estrategia promocional sin mácula para el alma de su ONG, que necesitaba de una cobertura institucional mayor dada la magnitud de los documentos a difundir; para los medios asociados, se trató de reponer el lugar de la edición periodística para ordenar el desconcierto que promueven los torrentes de bytes digitales.

Corresponde decir que la tarea de ambos (WikiLeaks y las empresas periodísticas) fue facilitada por la óptima factura estilística de muchos de los cables, con lo que la diplomacia

estadounidense (vapuleada por su insegura red de comunicación interna) exhibe, gracias a la filtración, competencias como capacidad de síntesis, identificación de fuentes, fina ironía y suficiencia redactora; cualidades que no son tan frecuentes, por ejemplo, en el campo del periodismo.

En febrero de 2011, la luna de miel entre Assange y sus primeros socios mediáticos se terminó. La causa de la ruptura revela hasta qué punto las viejas industrias culturales, como en la fábula del escorpión y la rana, llevan en “su naturaleza” la traición de sus ídolos cuando resulta un buen negocio priorizar la venta de “su” historia, aun cuando esta incluya la divulgación de cuestiones agraviantes para el personaje.

The Guardian Media Group, editor del diario *The Guardian*, anunció la publicación del libro *Wikileaks - Julian Assange's War on Secrecy*, que ventila discusiones entre el megahacker y los editores del diario y describe a un Assange vacilante entre convertirse en un luchador por la libertad de información o en un delincuente sexual. Tras el anuncio del libro, el australiano rompió el acuerdo de exclusividad con su socio londinense y, despechado, cerró trato con el conservador *Daily Telegraph*. Por supuesto, la temprana ruptura de la sociedad no solo ilustra sobre la “naturaleza” de las industrias culturales, sino que se convierte en toda una moraleja acerca de qué tan consecuente con los principios políticos puede ser el discurso de la transparencia metaideológica.

El caso WikiLeaks demuestra, pues, que la profecía sobre la muerte del periodismo analógico, estructurado por la edición de noticias en diarios, luego amplificadas por radio e instaladas como imágenes por la televisión, está lejos de cumplirse. Si bien es cierto que en términos absolutos el mercado mundial de venta de periódicos disminuye año tras año, con excepciones significativas en países densamente poblados y crecimiento macroeconómico como China, India o Brasil, la influencia de la prensa es reivindicada en todos los estudios contemporáneos sobre construcción de agenda y liderazgo de opinión.



WikiLeaks precisó aliarse con las mencionadas corporaciones periodísticas y este pacto tuvo costo en la independencia editorial. Un ejemplo evidente fue la selección de cables que presentó en los primeros diez días de la megafiltración el diario español *El País*, del grupo Prisa, con intereses económicos en varios países de América Latina en empresas editoriales, radios, TV y prensa, como lo ilustran los capítulos de este libro referidos a Argentina, Bolivia, Chile, México o Colombia<sup>1</sup>.

El lógico privilegio idiomático que correspondió al diario madrileño en la difusión del dossier latinoamericano no evitó que otros de los medios europeos asociados a Assange

---

1. Entre los activos del Grupo Prisa se encuentra la editorial Santillana, una de las principales de Iberoamérica en textos escolares. Otros de sus sellos editoriales son Aguilar y Alfaguara. Prisa también es propietaria de los diarios españoles *El País* (generalista), *Cinco Días* (económico) y *As* (deportivo); las revistas españolas *Cinemanía* y *Rolling Stone*, y la portuguesa *Lux*. Posee 15 por ciento de las acciones del vespertino francés *Le Monde* y mantiene una alianza con el matutino mexicano *El Economista* y el argentino *La Nación*. En cuanto a radios, maneja, entre otras emisoras, las españolas Cadena Ser, Los 40 principales, Cadena Dial, Radiolé, Máxima FM y M80. Fuera de España, el grupo es dueño de Radio Caracol, W y Bésame (Colombia); ADN, Pudahuel y Corazón (Chile); Radiópolis (junto a Televisa), W, Kebuena y Bésame (México); Continental (Argentina); ADN (Costa Rica); Panamá (Panamá); W y Caracol (EE.UU.); Los 40 principales (Ecuador); y Comercial, Cidade y M80 (Portugal). Prisa también declara la propiedad de 250 páginas de Internet. También tiene en su cartera los canales de TV Vime (EE.UU.), TVI (Portugal) y TVI24 (Portugal, noticias). En Bolivia, el grupo vendió los diarios *La Razón* (La Paz) y *Nuevo Día* (Santa Cruz de la Sierra), y el canal de TV ATB. En 2010, a raíz de una deuda exorbitante que llegó a superar los 5.000 millones de euros, Prisa debió desprenderse de activos e incorporar al fondo de inversión Liberty Acquisition Holdings. Mediaset, de Silvio Berlusconi accionista mayoritario del canal Telecinco, absorbió en 2010 el canal de TV Cuatro y pasó a ser accionista, junto a Telefónica y Prisa, del servicio de TV paga Digital Plus con Canal + Liga que ofrece partidos de fútbol español.

detectaran y difundieran algunos de los despachos más impactantes, por ejemplo, referidos a la Argentina<sup>2</sup>.

Los cinco primeros socios de WikiLeaks, los relevos que fueron hallando entre su competencia periodística así como su réplica por parte de muchos otros medios de comunicación, operaron como megaeditores que ampliaron y resignificaron en un mismo movimiento el impacto de la desclasificación.

De hecho, WikiLeaks decidió liberar la totalidad de los cables en septiembre de 2011, tras evaluar que las empresas periodísticas que intermediaban entre las audiencias y los datos realizaban un filtrado intencional, y no siempre representativo del contenido, en sus ediciones. Aún así, pese a la liberación de todos los textos, valiosa información que atañe a las industrias periodísticas y de las telecomunicaciones siguió topándose con el dique de los medios, no solo de los grandes.

Un comunicado conjunto de *The Guardian*, *The New York Times*, *Der Spiegel*, *Le Monde* y *El País* del 2 de septiembre de 2011 se refirió a la ruptura con WikiLeaks: "Lamentamos la decisión tomada por WikiLeaks de publicar sin editar los cables del Departamento de Estado de Estados Unidos, una acción que podría poner en peligro a las fuentes que en ellos aparecen citadas. Nuestras relaciones anteriores se basaron en la premisa de que solo publicaríamos cables sujetos a una edición conjunta e integral y a un proceso de autorización"<sup>3</sup>.

---

2. Por caso, en la primera oleada del dossier argentino, uno de los despachos más ricos, tanto por su contenido como por la ornamentación de los diálogos transcritos, fue el de las confesiones de Sergio Massa, cuando todavía era jefe de Gabinete del Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, en una comida con la embajadora Vilma Socorro Martínez, que salió a la luz en el diario *Le Monde* el 29 de noviembre de 2010.

3. *El País* (2011), "Wikileaks anuncia la publicación de todos sus cables diplomáticos sin proteger a sus fuentes", edición del 2 de septiembre, disponible en [http://www.clpais.com/articulo/internacional/Wikileaks/anuncia/publicacion/todos/cables/diplomaticos/protger/fuentes/elpepuint/20110902elpepuint\\_3/Tes](http://www.clpais.com/articulo/internacional/Wikileaks/anuncia/publicacion/todos/cables/diplomaticos/protger/fuentes/elpepuint/20110902elpepuint_3/Tes)

Es decir, el acuerdo entre esos medios y WikiLeaks había implicado un umbral sobre hasta qué punto sería conocido el contenido de los documentos. Fijado el techo de la "información sensible", cada uno aplicó su criterio editorial.

Durante diciembre de 2010 y enero de 2011, los periódicos del hemisferio norte elegidos por el grupo de Assange impactaron en la agenda noticiosa global con un poder para capitalizar las primicias que fue envidiado por el resto de las redacciones del mundo. Los diarios de América Latina, a excepción de Brasil, solo pudieron dedicarse a editar lo ya editado o, en el mejor de los casos, a bucear algo novedoso en los despachos que se iban liberando y que los cinco grandes no habían considerado noticiable, o que habían disimulado ex profeso. Tal dinámica dio lugar a que, en países en los que predomina una lógica política-mediática más bien binaria, tuviera lugar un sesgo indisimulado en la difusión de las wikiesquirlas.

Este libro, centrado en la relación entre medios y política en América Latina a través del prisma excepcional que ofrece la Embajada, reúne un material cuya lectura resulta imprescindible para comprender los cambios y las continuidades de la política y la economía en la América Latina del siglo XXI. Justamente, el eje de las transformaciones en curso combina novedades en materia de economía política y también, de regulación del mercado de la comunicación, junto a la creciente importancia de la convergencia entre medios, telefonía y transmisión de datos, botón que destaca en los intereses de Estados Unidos por tratarse de negocios muy lucrativos que, a la vez, incluyen una dimensión cultural y geopolítica.

Al analizar los despachos de las embajadas estadounidenses en América Latina, se constata la circularidad que existe entre medios de comunicación y política: la diplomacia norteamericana se sirve del testimonio de un arco llamativamente amplio de periodistas y políticos en reuniones reservadas como fuente noticiosa, y a su vez constituye una de las más

calificadas fuentes del periodismo. Al mismo tiempo, los diplomáticos citan la publicación de noticias en los medios, noticias que ellos mismos en algunos casos motivaron como fuente informativa, para evitar que los cables sean puramente subjetivos. Aunque como se ve, se trata en muchos casos de una subjetividad tercerizada.

Los roles se alternan y se confunden: los medios de comunicación y los políticos o diplomáticos pueden ser fuente y recolector de información indistintamente, retroalimentando las versiones que se originan en esos círculos herméticos. En términos de eficacia sistémica, el margen de error en la validez de la información que circula es muy alto por la endogamia que practican los agentes protagonistas.

Los cables de las embajadas en América Latina fueron recibidos por una quincena de medios. No obstante, hay despachos que ningún medio de comunicación publicó, como bien testimonia el libro *ArgenLeaks*, de Santiago O'Donnell<sup>4</sup>.

El trabajo de O'Donnell, como otras ediciones sobre WikiLeaks en el mundo<sup>5</sup>, es testimonio de que la labor editorial sigue siendo fundamental para permitir el acceso de la sociedad a la información, porque el acceso a un océano de cables liberados por WikiLeaks es arduo y requiere de criterios de búsqueda, selección, asociación y contexto.

El presente libro está estructurado en cinco partes. La primera, introductoria, presenta en este capítulo el marco en que se produjo la filtración y analiza sus potencialidades, y en el siguiente, las diferentes formas en que los textos del Departamento de Estado fueron encontrando sus puertos de llegada en los medios de la región, a partir de enero de 2011.

---

4. O'Donnell, Santiago (2011), *ArgenLeaks: Los cables de WikiLeaks sobre la Argentina, de la A a la Z*, Sudamericana, Buenos Aires.

5. Ver por ejemplo el libro de Bergareche Borja (2011), *Wikileaks confidencial*, 800 Books, Madrid.

La segunda parte está dedicada en exclusividad al dossier argentino, que presenta varias singularidades en el contexto regional e importante información que permaneció inédita hasta la publicación de este libro<sup>6</sup>.

En primer lugar, los textos de WikiLeaks confirman que para la Casa Blanca, Argentina no se inscribe en ninguno de los dos grandes ejes que estructuran su relación con América Latina, sean enemigos chavistas/populistas, o amigos promercado.

Los gobiernos de Néstor y Cristina Kirchner no le han garantizado tranquilidad a EE.UU. ni han activado los instintos defensivos u ofensivos más primarios del Departamento de Estado. En todo caso, la lectura de la carpeta argentina deja claro que Washington prefiere no hacer olas que exacerben un conflicto y que existen más áreas de cooperación que las que ambas partes admiten en público. En esto, la política exterior de Washington con la Argentina se asemeja a la que aplica hacia Brasil.

Un segundo factor que marca la particularidad del caso argentino vino dado por la legislación de medios. El proceso de sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n° 26.522 sacudió la agenda de la Embajada y obligó a sus funcionarios a un análisis que, por momentos, logró alejarse de proclamas binarias. En líneas generales, los empresarios de medios, periodistas, editores, columnistas líderes de opinión y políticos golpearon la puerta de la delegación norteamericana para discutir, hacer lobby, pedir auxilio y reclamar sobre la regulación mediática. Los cables diplomáticos lo cuentan con un detalle que no se registra en ningún otro país de la

---

6. Algunos cables referidos a Argentina incluidos en el capítulo correspondiente son inéditos. Otros fueron divulgados o mencionados en el libro de O'Donnell y en los diarios *El País*, *Página 12* y *La Nación* (los medios que recibieron el dossier argentino); y en el sitio web de *Ámbito Financiero*, [www.ambito.com](http://www.ambito.com), una vez que los textos quedaron liberados.

región. Muchos visitantes de la sede norteamericana en el barrio de Palermo se victimizaron pero, en ocasiones, la Embajada relativizó la gravedad de lo escuchado y ensayó largas (a veces lúcidas) explicaciones del contexto.

El análisis de los cables revela, además, que la Embajada en Buenos Aires no solo no operó políticamente contra la llamada *ley de medios* sino que articuló con altos funcionarios gubernamentales parte de su contenido para que no fuese contrario a los intereses de las empresas de medios estadounidenses.

La tercera parte del libro refiere a países de la región con los que Estados Unidos cultiva una relación privilegiada y que, por ello mismo, abordan el vínculo con el sistema de medios con un perfil mucho más bajo. Son gobiernos con intereses convergentes o amigos de los empresarios mediáticos y de la Embajada. Chile y Perú (con el incentivo de desactivar una amenaza "chavista") se destacan al respecto. En Colombia, el alumno más disciplinado, sobre todo durante las presidencias de Álvaro Uribe Vélez (2002-2006 y 2006-2010), la representación norteamericana funcionó como una suerte de confesionario, en el que distintas voces oficiales saldaban sus disputas con el arbitraje de la diplomacia estadounidense, que ofició de tutora durante el último decenio en aquella república vecina de Venezuela y Ecuador. En todos estos casos sobresale un abordaje de los respectivos sistemas de medios desprovisto de intención crítica. Se da, en los países mencionados, un nivel de concentración poco edificante para una democracia, amén de otras severas disfuncionalidades como la endogamia entre propietarios de medios y la conducción política del país, pero rara vez las embajadas en cuestión tienen ojos para dar cuenta de ello. A los "amigos" no se los critica.

La cuarta parte cubre los países en los que existen gobiernos a los que la óptica del Departamento de Estado ve irremediabilmente hostiles: Venezuela, Bolivia y Ecuador.

También se incluye a Honduras, donde la posición de la Embajada durante el Golpe de Estado que desalojó de la Presidencia a Manuel Zelaya el 28 de junio de 2009 confirma que, en determinadas circunstancias, la diplomacia estadounidense ha sido menos agresiva, más contemporalizadora, y desde luego que prefiere opciones menos radicales que las elites locales cuando se hallan frente a gobiernos democráticos de signo populista, nacionalista o izquierdista. No obstante, las embajadas de EE.UU. que en los países "amigos" funcionan como polea de transmisión de mensajes entre fracciones de las elites, en los "hostiles" articulan a la disidencia e incluso intentan seducir a sectores de los propios gobiernos, para quebrarlos. Los cables filtrados por la organización de Julian Assange demuestran que las embajadas estadounidenses, por ejemplo, en Tegucigalpa y Caracas, no siempre midieron bien las consecuencias de coordinar estrategias con ciertos aliados mediáticos. La fábula de la rana y el escorpión que apareció en el frustrado pacto entre los grandes medios y WikiLeaks vuelve a asomar con las delegaciones norteamericanas como compañeras de viaje de organizaciones periodísticas que juegan a todo o nada contra gobiernos adversos. Los textos desclasificados lo cuentan con tal crudeza que parece un sincericidio.

Por último, la quinta parte refiere a Brasil y México, dos países que por su envergadura política, económica y demográfica, y también por su ubicación, sobresalen en el escenario latinoamericano, aunque con realidades muy distintas. México, en su calidad de vecino y socio (en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte), a la vez que el mercado hispanohablante más grande del mundo. La agenda revelada por WikiLeaks permite indagar en el abordaje norteamericano sobre las migraciones, el narcotráfico, la concentración económica en muy pocas familias (hasta un nivel que llega a irritar a la Embajada) y una corrupción estructural que horada la acción de gobiernos que desde la última década del

siglo XX son aliados puros de EE.UU. Las agrias descripciones que realiza la Embajada estadounidense sobre la concentración en el negocio de las telecomunicaciones y la irrestricta capacidad de lobby de los principales actores mexicanos gracias a la protección estatal y, en particular, judicial, podrían llegar a entusiasmar a muchas de las voces latinoamericanas más críticas del establishment.

En cuanto a Brasil, su liderazgo que desborda los contornos regionales para disputar espacios a nivel planetario, y las contradicciones propias de formaciones gubernamentales lideradas por cuadros de izquierda que promueven reformas capitalistas de carácter inclusivo, obligan al Departamento de Estado a actuar con una delicadeza extrema. Los negocios e intereses estadounidenses en una economía pujante como la brasileña orientan buena parte de la labor de los diplomáticos de la Embajada y explican el alto perfil que ostentaron los distintos embajadores en Brasilia. En Brasil, al igual que en la Argentina, existen destacados periodistas, editores y columnistas políticos que nutren el diagnóstico de los diplomáticos estadounidenses con frecuentes visitas a la Embajada en las que no ahorran una perspectiva corrosiva sobre los gobiernos caracterizados como "populistas".

Ambas potencias del mundo "emergente" requieren una pluma precisa en las respectivas embajadas para abordar la dimensión social, política y económica de los principales grupos de las telecomunicaciones de América Latina (Televisa, Telmex y Globo).

## Capítulo 2

# ARGENTINA

Hacia marzo de 2008, la entonces flamante presidenta Cristina Fernández de Kirchner desempolvó los lineamientos de una nueva ley de medios trazados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática.

Cuatro años antes representantes de agrupaciones, sindicatos, ONG, medios comunitarios y universidades habían conformado una coalición y definido veintiún puntos para la redacción de una norma que reemplazara la Ley de Radiodifusión 22.285, promulgada en 1980 por el régimen de facto encabezado por el general Jorge Rafael Videla.

La ley dictatorial plagada de vicios autoritarios se presentaba además anacrónica y superada no bien entró a regir debido al desarrollo de la TV por cable, la radio FM y los cambios demográficos. Ningún actor se animaba a defender en público la vigencia del texto de Videla, ese absurdo entramado legal parecía tener un protector invisible. Incluso, a partir de 1989, distintos gobiernos constitucionales empeoraron la norma dictatorial permitiendo un sistema de medios con niveles de concentración de la propiedad y centralización geográfica de la producción y del lucro que estaban ausentes en el texto de Videla.

La mención a los beneficios obtenidos por diferentes grupos mediáticos, especialmente el de Clarín, de manos de la

presidencia de Néstor Kirchner fue moneda corriente en los informes de la Embajada. Cada favor de ida y vuelta mereció un memorándum a Washington con ejemplos pormenorizados, como un relato sobre un acuerdo gestado en las máximas esferas para coordinar una tapa del diario de más ventas de Argentina.

Es por ello que muchos tomaron con descreimiento el impulso dado por el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner a la propuesta de los 21 puntos, que significó un drástico giro en la continuidad de las políticas públicas de comunicación de, al menos, las tres décadas previas, y que abrió un debate inédito en la democracia argentina. La delegación norteamericana se convertiría en testigo estelar y protagonista de ese proceso, y le dedicaría al tema varios despachos entre los 2.233 emitidos desde Buenos Aires que fueron liberados por WikiLeaks. El involucramiento de la Embajada en un proyecto de regulación de medios no registra parangón en la región, probablemente porque en ningún otro país el debate social y político al respecto fue tan extendido ni —a excepción de Venezuela— se llegó a sancionar una nueva ley audiovisual a través del Congreso.

El momento en que se puso en juego la *ley de medios* encontró al frente de la Embajada a Earl Anthony Wayne, acaso el más aquilatado de los últimos representantes de Washington en la Argentina<sup>1</sup>.

El politólogo Wayne escuchó a expertos y partes interesadas, repasó antecedentes, hizo *lobby* por algún artículo ante funcionarios de alto nivel, se alió a grupos privados cuando le convino y prestó su oído para escuchar lamentos de empresarios mediáticos y de connotados periodistas.

---

1. Earl Anthony Wayne llevaba más de 35 años de carrera diplomática, y la interrumpió entre 1987 y 1989 para dedicarse al periodismo en el diario *The Christian Science Monitor*, que hoy se publica solo en versión *online*. Barack Obama le depararía a Wayne dos destinos más calientes que Buenos Aires: Kabul, en 2009 y México D.F., en 2011.

El embajador y sus funcionarios rara vez se comprometieron a hacer algo cuando su interlocutor fue argentino. Su única lealtad, aunque resulta obvio señalarlo, fue con Washington. A menudo, los estadounidenses desmenuzaron lo escuchado para entender las verdaderas motivaciones de sus confidentes y no ahorraron acidez anglosajona para desbaratar los argumentos que llegaban a sus oídos, incluso los de quienes manifestaban explícitamente su adhesión a la potencia del Norte.

El Departamento de Estado también se maneja con algunos preconceptos marcados a fuego. En consecuencia, los analistas de la Embajada, ya sea en la gestión Wayne como en la de su predecesor Lino Gutiérrez y su sucesora Vilma Socorro Martínez, no lograron esquivar lugares comunes. Llegado el caso, la delegación diplomática cayó en la tentación de aquella máxima de la relación de EE.UU. con su "patio trasero": los enemigos de mis enemigos son mis amigos.

Sin embargo, más de una vez, los escribas norteamericanos recapitulaban, volvieron sobre sus dichos y se contradijeron, lo que le agregó complejidad a la carpeta argentina de WikiLeaks.

## DETONACIONES CONTROLADAS

Restaurada la democracia, el gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989) y, en especial, los de Carlos Menem (1989-1999) y sus sucesores hasta 2008, habilitaron por acción u omisión la concentración de medios, un campo del que se valió, por sobre otros, el Grupo Clarín<sup>2</sup>.

---

2. El Grupo Clarín implica el diario homónimo (290.915 ejemplares promedio diario en el tercer trimestre de 2011, según el privado Instituto Verificador de Circulaciones). Otros diarios: *La Voz del Interior* (Córdoba, 52.269), *Día a día* (Córdoba, 11.294), *Los Andes* (Mendoza, 29.257), *Olé* (deportivo, 42.466), *La Razón* (gratuito, 100.000) y

También los breves períodos de Fernando de la Rúa (1999-2001) y Eduardo Duhalde (2001-2003) resultaron beneficiosos para el principal multimedio de Argentina, pero más que estos dos lo fue la presidencia de Néstor Kirchner (2003-2007). En particular, el ex mandatario santacruceño le concedió a los canales de TV abierta, incluido el 13, de Clarín, la prórroga de las licencias sin apertura a nuevos oferentes y autorizó la fusión de las dos principales operadoras de TV paga, Multicanal y Cablevisión, el negocio más redituable del *holding* con el que el Grupo superó del todo el lastre de la crisis de 2001-2002. Este permiso consagró una situación que, en los hechos, ya había sido tolerada por el Estado, y fue firmado por Kirchner el 7 de diciembre de 2007, una de las últimas decisiones que tomó antes de entregarle el mando, tres días más tarde, a su sucesora Cristina Fernández.

Durante el primer período presidencial kirchnerista, la relación con Clarín fue reiteradamente reflejada como "privilegiada"

---

*Muy* (popular, sin datos). Es socio en la impresión y distribución de *El Litonal* (Santa Fe, 32.382), *Época* (Corrientes, 4.851) y *El Diaria* (Entre Ríos, 6.628). Revistas: *Genios* (niños, 65.094), *N* (cultura, 45.405), *Ella* (mujer, 26.946) y *Pymes* (24.107), entre otras. Agencia de noticias: Diarios y Noticias (participación). TV: Canal 13 (36 por ciento de la audiencia de TV abierta en Buenos Aires y alrededores, octubre de 2011, IBOPE), 12 (Córdoba), 7 (Bahía Blanca) y 6 (Bariloche). Representa a canal 10 (Tucumán), 10 (Mar del Plata), 9 (Santa Fe), 9 (Resistencia) y 10 (Río Negro). Radio: Mitre (20 por ciento de la audiencia en Buenos Aires y alrededores, tercer trimestre de 2011, IBOPE), Mitre Mendoza, Mitre Córdoba, Mía (Córdoba) y FM 100 (Buenos Aires). Papel Prensa: 49 por ciento. Canales de cable: TN (noticias), TyC Sports (participación), Metro (venta de espacios), Magazine (entretenimiento, venta de espacios), Quiero (música) y Volver (archivo). Cable: Cablevisión-Multicanal, domina cerca del 65 por ciento del negocio. Web: cerca de 30 sitios. Internet: Fibertel, 27 por ciento del mercado. Productoras: Participación en Pol-ka, Ideas del Sur y Carburando. Editorial escolar: Tinta Fresca. Librerías: Cúspide y Fausto (parcial). En Uruguay el grupo posee Cablevisión, y en Paraguay, los derechos de transmisión del fútbol, el sistema Cablevisión y el canal Unicanal.

por la Embajada. En un cable diplomático del 9 de marzo de 2006 firmado por el entonces embajador Lino Gutiérrez<sup>3</sup>, se remarca que el diario conservador *La Nación* estaba "acostumbrado a ser blanco" del Presidente, pero que *Clarín* "por primera vez, decidió contraatacar", giro que el diplomático atribuye a que el grupo de Ernestina Herrera de Noble había rehecho sus finanzas.

El texto de Gutiérrez menciona "quejas de los periodistas" por la ausencia de conferencias de prensa, y que (el entonces jefe de Gabinete) "Alberto Fernández maneja el presupuesto publicitario, que es distribuido desproporcionadamente a favor del diario pro-Kirchner de izquierda Página 12". Entre las voces críticas sobre la política de medios del kirchnerismo mencionadas en el informe se incluye a la "Sociedad Interamericana de Prensa, una ONG que se dedica a proteger la libertad de expresión —no la nombra—, la Asociación por los Derechos Civiles (una ONG financiada por Open Society Institute)<sup>4</sup> y la Asociación Argentina de Entidades Periodísticas". En todas estas organizaciones, sean de la sociedad civil, empresariales o profesionales, hombres del Grupo Clarín o muy vinculados a él ocupaban (y ocupan) posiciones relevantes para sus declaraciones públicas<sup>5</sup>.

---

3. Cable del 9 de marzo de 2006: "Kirchner se enfrenta a dos diarios influyentes". El texto le asigna a Kirchner y no a Eduardo Duhalde la ley de Bienes Culturales que le había permitido a Clarín no ser absorbido por acreedores externos en el momento agudo de la crisis. El mentor del acuerdo había sido Duhalde.

4. El paréntesis referido a ADC es del cable. Open Society es la fundación del magnate George Soros que financia a organizaciones no gubernamentales de la región, varias de ellas mencionadas en la nota al pie de página nro. 4 del capítulo "Puertos de llegada (Parte I)".

5. En la cámara empresarial ADEPA, filial local de la SIP, Clarín tiene hace décadas una gran influencia. En 2011, le fueron asignadas al grupo la presidencia (Carlos Jorner, de *La Voz del Interior*) y la vicepresidencia (Martín Etchevers, *Clarín*). La alusión a la organización que "se dedica a proteger la libertad de expresión" probablemente se refiera al Foro de Periodismo Argentino.



Por un lado, el grupo mediático tenía un motivo sobresaliente para mantener un vínculo aceitado con la Embajada norteamericana. Ambos bregaban por la norma de TV digital estadounidense en momentos en que el Gobierno argentino deshojaba una margarita poblada, además, por las ofertas japonesa y europea. Esta última era impulsada, sobre todo, por Telefónica de España<sup>6</sup>, quizás el único rival que por la diversificación de su negocio y su envergadura económica podía darle batalla a Clarín.

Como escribió el embajador Gutiérrez en 2006, diversos textos demuestran que la delegación estadounidense compararía la noción bastante expandida de que Clarín, en primera instancia, pacta con los gobiernos no bien asumen, y que una vez cumplidos sus primeros objetivos, se transforma en un crítico tenaz. Tal dinámica quedó expuesta en el vínculo del grupo mediático con las presidencias previas a las de los Kirchner, y también con la de la pareja santacruceña.

Los textos difundidos por WikiLeaks dan cuenta de que la Embajada manejaba además un paradigma que suelen expresar periodistas del multimedios. Clarín ha procurado, al menos desde los años setenta en adelante, ocupar el gran carril central de la opinión pública, de modo que una premisa de sus editores es (o al menos era) no ir en contra de las percepciones primarias de los argentinos o, en un lenguaje que usan los medios del Grupo, "de lo que quiere la gente". Se

---

6. El Gobierno optaría más tarde por la norma japonesa. El Grupo Telefónica posee en la Argentina los canales de TV abierta Telefe (27,12 por ciento de audiencia en Buenos Aires y alrededores en noviembre de 2011, según IBOPE), 5 (Rosario), 7 (Neuquén), Trececho (Córdoba), 8 (Mar del Plata), 8 (Tucumán), 9 (Bahía Blanca), 11 (Salta) y 13 (Santa Fe). Es una de las dos grandes proveedoras de telefonía básica, una de las tres de telefonía móvil y una de las principales de internet. Posee participación accionaria en la controlante de la otra gran empresa de telefonía, Telecom.

trata de un juego de ida y vuelta. Clarín sigue a la gente y mucha gente se informa con medios de Clarín, que ocupa posiciones dominantes en más de un segmento. Así lo entiende la Embajada de EE.UU.

El 2007 fue un año en que comenzarían a quedar blanco sobre negro los indicios de desconfianza y sospecha entre el *holding* y los Kirchner, que en los cuatro años previos habían generado detonaciones controladas. Hasta entonces el CEO de Clarín, Héctor Magnetto, y Néstor Kirchner habían mantenido un diálogo fluido y abierto que les permitía monitorearse mutuamente y acordar<sup>7</sup>.

El 7 de mayo de ese año, pudo concretarse un demorado encuentro entre el nuevo embajador, Earl Anthony Wayne, que ya llevaba casi un año en el cargo, y la plana mayor de Clarín, encabezada por Magnetto; una cita revelada por el periodista de *Página 12* Santiago O'Donnell en el libro *ArgenLeaks*<sup>8</sup>.

Magnetto acudió al almuerzo acompañado del vicepresidente del grupo, José Aranda; el director de Relaciones Externas, Jorge Rendo; el subdirector del diario, Ricardo Kirschbaum; y el jefe de redacción, Eduardo Van der Kooy. Del lado de Wayne estaban el segundo de la Embajada, un asistente de prensa y otros dos funcionarios.

Los jefes de Clarín regalaron a los norteamericanos música para sus oídos: criticaron a Hugo Chávez y se quejaron de "la falta de compromiso del Gobierno argentino con el diálogo político", la ausencia de conferencias de prensa, el tosco control del Comercio Exterior y la manipulación de la inflación.

---

7. Mochkofsky, Graciela, *Pecado original, Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*, Planeta, Buenos Aires, 2011.

8. O'Donnell, Santiago, *ArgenLeaks, los cables de WikiLeaks sobre la Argentina de la A a la Z*, Sudamericana, Buenos Aires, 2011, Págs. 93 a 101. Cable del 17 de mayo de 2007: "Quejas sobre los Kirchner ante el embajador, de un magnate de los medios".



En el despacho que resume el encuentro, Wayne le atribuye a Clarín la "representación de la elite industrial" y que, de última, su objetivo es "hacer negocios".

De acuerdo al cable, el principal multimedios argentino "que no siempre —opinó el embajador— es manejado del modo responsable que nos gustaría", incorporó a su agenda, tras desatenderlo por cuatro meses, el escándalo de corrupción de la empresa sueca Skanska, contratista de obras de infraestructura. Como escribiera el embajador Gutiérrez, su sucesor coincide en el cable en que "la recuperación de las finanzas de Clarín marcó el fin del período de gracia otorgado a Kirchner".

En el cierre del encuentro, el diplomático sondeó cómo EE.UU. puede ayudar a la Fundación Noble.

El Gobierno de Néstor Kirchner entraba en la recta final, pero subía, por la misma senda, la senadora Cristina Fernández de Kirchner. Más ascendía y más crecía la desconfianza entre Clarín y el Ejecutivo.

En ocasión del lanzamiento de la candidatura presidencial de Cristina Fernández en el Teatro Argentino de La Plata, un texto del 20 de julio de 2007 firmado por Wayne ilustra a qué nivel, según los informantes de la Embajada, se llevaba a cabo la negociación diaria entre el kirchnerismo y Clarín<sup>9</sup>:

"De acuerdo a un contacto de prensa de la Embajada, el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, había contactado al CEO del gigante Clarín, Héctor Magonetto, para negociar una cobertura positiva del discurso de la primera dama".

9. Cable del 17 de mayo de 2007: "Quejas ante el embajador de un magnate de los medios sobre los Kirchner".

10. Cable del 20 de julio de 2007: "Argentina: la primera dama lanza su candidatura presidencial".

El despacho cita que "una fuente de prensa" informó sobre este pequeño pacto pese al deterioro del vínculo que ocasionaba el foco puesto por el diario "en casos de corrupción del Ejecutivo". Un hecho fuera de cálculo, como fue la muerte del escritor y humorista gráfico de Clarín Roberto Fontanarrosa, impidió al diario cumplir con el compromiso de darle a la candidata presidencial la tapa completa, afirmó Wayne.

Cristina Fernández ganó el 28 de octubre de 2007 con más de 45 por ciento de los votos, a veintidós puntos de su principal rival, y asumió el 10 de diciembre siguiente. A las puertas de que se desatara el conflicto por las retenciones a las exportaciones del campo en marzo de 2008, Ricardo Kirschbaum, subdirector del diario, daría su versión ante la Embajada sobre cómo seguían las cosas<sup>11</sup>:

"La presión sobre la prensa es menor bajo el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, pero aún existe y permanecerá porque la prensa cumple el rol que en otras democracias cumple la oposición. Clarín muestra su independencia más selectivamente que La Nación, cuya base de lectores es más claramente opositora; en cambio Clarín todavía comparte con el Gobierno algunos temas en particular".

Mientras tanto, ya en los últimos meses de Néstor Kirchner en la Casa Rosada, venía levantando el perfil el Subsecretario de Medios, Gabriel Mariotto, un nombre que ocuparía el centro del ring en el proceso que estaba por abrirse.

9. Cable del 17 de mayo de 2007: "Quejas ante el embajador de un magnate de los medios sobre los Kirchner".

10. Cable del 20 de julio de 2007: "Argentina: la primera dama lanza su candidatura presidencial".

11. Cable del 23 de abril de 2008: "El Gobierno argentino y los medios; ¿Preocupaciones de información sesgada, conspiración y monopolios?".

## UN POSGRADO INTENSIVO EN MEDIOS

Pasado el primer trimestre de 2008, a Cristina Fernández se le iba de las manos el choque con la dirigencia rural por los impuestos a las exportaciones de soja. La intención del Gobierno de subir la tasa de las retenciones a la oleaginosa en la medida en que aumentaba su cotización internacional dividiría las aguas en la sociedad argentina. Tendría lugar una brusca caída en la popularidad de la Presidenta de la que comenzaría a recuperarse un año y medio más tarde.

Los medios de Clarín darían voz y apoyo al reclamo rural. Hacia abril de 2008 los Kirchner se veían confrontados, por primera vez en su ciclo al mando de la Casa Rosada, por masivas manifestaciones en su contra y por cortes de ruta. Una pulseada que encontró en la vereda de enfrente del Gobierno a la mayor parte de las clases medias urbana y rural ("la gente", principal nicho del mercado de los medios de Clarín). Para los clarinistas y aledaños, el multimedio no hizo más que reflejar la reacción social, como era su función. Para los kirchneristas y aledaños, el *holding* tergiversó la información motivado por sus propios intereses como empresa en el negocio del campo y los de sus directivos.

Tuvo lugar entonces un choque político de raíz ideológica y tintes clasistas con una intensidad que parecía olvidada en la Argentina. Cuando se dividieron las aguas, Clarín y el Gobierno coincidieron en algo. Ambos parecieron apelar a una premisa de George W. Bush: "O estás con nosotros, o estás contra nosotros".

El kirchnerismo estaba convencido de que la reacción social en contra de los mayores impuestos a las explotaciones rurales era fogoneada por Clarín. En ese mismo abril de 2008 sería oficializada la designación de Gabriel Mariotto como titular del Comité Federal de Radiodifusión, la autoridad regulatoria en la materia que, en 25 años de democracia, se había mostrado como un ente, como mínimo, indolente. Al

mismo tiempo que funcionario en la Casa Rosada, Mariotto era decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Lomas de Zamora, puesto desde el que bregó, como muchos en el ámbito académico, por los veintiún puntos de la Coalición por la nueva ley de medios.

El nombramiento de Mariotto en reemplazo del peronista histórico Julio Bárbaro, quien no había desentonado con la gris gestión de sus predecesores, cristalizó la declaración de guerra.

No obstante, los nuevos enemigos mantendrían algún canal de diálogo por un año más<sup>12</sup>. La voladura de todos los puentes tendría lugar en el segundo semestre de 2009 tras la derrota electoral del kirchnerismo en las elecciones de medio término, los posteriores avances del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (conocida como *ley de medios*) y la negociación con la Asociación del Fútbol Argentino de un mejor contrato para la televisación de los partidos. Ese negocio también estaba en manos de Clarín, que los emitía en su sistema de televisión por cable y su acceso era, así, restringido.

Designado Mariotto en el Comfer, la Embajada se tomó en serio el asunto y empezó a desentrañar el proyecto de ley de medios. Le dedicaría a esta iniciativa varias reuniones, se interesaría en pormenores de la estructura mediática.

El embajador Wayne pintó un amplio panorama al respecto, el 23 de abril de 2008<sup>13</sup>, en un texto que destaca que Néstor Kirchner permitió a Clarín la fusión de Cablevisión y Multicanal, "que le dio una presencia dominante en el sector". Ese factor, que perjudicaba a las señales norteamericanas que habían quedado con poco margen para negociar, ya que solo había un

12. Mochkofsky. Op. cit.

13. Cable del 23 de abril de 2008: "El Gobierno argentino y los medios: ¿Preocupaciones de información sesgada, conspiración y monopolios?"

operador dominante que imponía precios y condiciones, sería uno de los que llevaría a la Embajada a no confrontar con la *ley de medios*, como detallaremos más adelante.

En esas líneas el diplomático repasa tópicos como que Clarín "puede voltear gobiernos"; alude al recurrente rumor de que el ex chofer de Kirchner, "ahora un próspero empresario" (Rudy Ulloa), presionaba por comprar el canal de TV Telefe —uno de los líderes de audiencia— al Grupo español Telefónica; y detalla el conflicto por la propiedad de Telecom, para muchos, la verdadera razón que divorció a Magnetto, CEO de Clarín, y los Kirchner.

Telecom, una de las dos empresas de telefonía básica, vivía un litigio extenuante entre sus socios principales, el grupo argentino Wertheim (segundo accionista) y el italiano Telecom (primero). Los argentinos sostenían que los italianos estaban controlados por Telefónica de España (de hecho, esa firma posee un porcentaje accionario y un importante control de la gestión de la compañía madre), dueña a su vez de la otra gran empresa de telefonía de la Argentina.

Según el ex presidente Kirchner, Magnetto intentó extorsionarlo para que forzara la venta de Telecom a Clarín<sup>14</sup>. Por el contrario, el grupo mediático proclamaba que era Kirchner quien quería quedarse con la empresa a través de empresarios allegados<sup>15</sup>.

En el largo memorándum, Wayne menciona las quejas contra el Gobierno de Cristina Fernández de una asociación de periodistas —no la nombra— y, acto seguido, cita la explicación sobre la pelea con los Kirchner que le había

14. Kirchner lo dijo en el programa 678 de Canal 7, en enero de 2010.

15. Para sorpresa de muchos los Wertheim y Telecom Italia velaron las armas y sellaron un acuerdo, con la aprobación del Gobierno, en octubre de 2010, y siguen siendo los principales accionistas de Telecom argentina.

— dado un editor de *Clarín*, al que también deja en el anonimato. Cita Wayne a su fuente:

"Estábamos dedicándonos solo a informar cuando llegó, por sorpresa, esta ofensiva crítica. Solo podemos concluir que ellos preferían elegir un enemigo con el que pelearse antes que perseguir a la gente (que protestaba por los impuestos al agro) por las calles. Además, probablemente quieran dominar a los medios los próximos años".

El diplomático deja de lado estas explicaciones edulcoradas y pasa a verter su perspectiva. Tres párrafos sintetizan su verdadero pensamiento.

"La parte irónica del presente conflicto es que el Gobierno tiene alguna razón acerca del Grupo Clarín. Este tiene una enorme influencia por su presencia dominante en la prensa, TV, cable y radio. Muchos otros actores de la prensa han deplorado este hecho ante nosotros".

"Hay todavía bastante libertad de prensa en la Argentina, como lo evidencia todo el debate y la cobertura sobre lo que el Gobierno está haciendo con respecto a los medios".

"Nuestra firme sospecha, sin embargo, es que el Gobierno está motivado por la revancha y el deseo de tener una prensa bajo control, no la defensa de la pluralidad".

Aunque menciona que el Ejecutivo de Cristina Fernández "no cerró ningún medio" ni cometió actos de censura grave, advierte que "algunos periodistas creen que el Gobierno tiene pinchados sus teléfonos":

"Podemos ver que los Kirchner podrían tentarse a tomar algunas medidas contra la prensa si la situación se deteriora, pero que ello sería contraproducente e improbable en esta sociedad con altos niveles de educación".

Acaso por sus pasadas tareas como columnista en un diario norteamericano, Wayne dedica algunos párrafos a criticar el nivel del periodismo argentino:

“No hay dudas de que los medios y los diarios tienden a criticar al Gobierno, y de que ponen más el foco en rumores y afirmaciones no chequeadas que lo que indicarían los mejores estándares del periodismo... La habilidad y voluntad de los medios para hacer investigaciones es limitada... La mayoría de los medios tiende a evitar la confrontación seria con el Gobierno”.

Estos pecados contrastan, en la visión del diplomático, con “un comportamiento de los periodistas bastante sumiso en comparación con el que llevan a cabo en otros países”.

Para brindar un panorama más amplio sobre el papel de Clarín y la intención del la Casa Rosada, Wayne cita opiniones de terceros recabadas por la Embajada.

Por ejemplo, Daniel Vila, dueño del grupo Uno de TV, cable y prensa, y Román Lejtman (entonces director periodístico), anticipan que aspiran a competir con *Clarín* avanzando desde medios provinciales<sup>16</sup>:

“Cristina Kirchner no conectó con la gente; su retórica dura y combativa enoja y profundizó el resentimiento de muchos sectores... (Los funcionarios del Gobierno) no

16. El Grupo Vila es dueño total o parcialmente de los diarios: *Uno* de Mendoza (17.887 ejemplares promedio diario en el 3º trimestre de 2011, según el Instituto Verificador de Circulaciones), *La Capital* de Rosario (37.500), *Uno* de Santa Fe (5.471) y *Uno* de Entre Ríos (8.026). Radios: Nihuil (Mendoza) y La Red (Buenos Aires, 12,55 por ciento de la audiencia en el 3º trimestre de 2011, según IBOPE), Rosario y Cerealista (Rosario). TV: América (14 por ciento de audiencia en Capital y alrededores, octubre de 2011). Cable: Supercanal, cerca de 500.000 abonados.

tienen una percepción de lo que realmente está pasando... En los medios, el Grupo Clarín es dominante. Ello es malo para la democracia y la competencia”.

Daniel Hadad (dueño del canal de cable C5N, Radio Diez e Infobae), es citado diciendo<sup>17</sup>:

“El Gobierno todavía maneja muchas palancas para salirse con la suya en relación a la prensa. No ha cambiado bajo Cristina Fernández de Kirchner... El Grupo Clarín utiliza su posición dominante para hacer valer su influencia sobre otros medios, y ello debería ser encarado”.

Wayne especifica sobre Hadad, un empresario al que la oficina de prensa de la Embajada trataba con guantes de seda:

“Ha trabajado por años en estrecha colaboración con Néstor Kirchner y ha construido un grupo de medios pro-Kirchner... Es señalado como un potencial beneficiario de la batalla “Gobierno vs. Clarín”.

Por su parte, el entonces columnista de contratapa del diario *Ambito Financiero*<sup>18</sup> Bernardo Neustadt (hoy fallecido) sostuvo:

17. Radio 10, 30,93 por ciento de la audiencia de Capital Federal y Gran Buenos Aires en el 3º trimestre de 2011, según IBOPE. Hadad también posee las emisoras de música Pop, Mega, Vale, y TKM. El canal Vesvi emite en señal de prueba de alta definición y C5N es el segundo canal de noticias en audiencia, detrás de TN de Clarín. Infobae.com es una de las páginas informativas líderes en cantidad de visitas, detrás de clarín.com y cerca de lanacion.com. El grupo Vi-Da, que comparten Hadad y su esposa Viviana Zocco, supone las revistas *TKM*, *Por un mundo mejor* y *Tendencia*, el programa de TV homónimo, y varios portales de internet, entre otros.

“El Gobierno actúa como una mafia, y si bien no hay más corrupción que durante los años del presidente Menem, está mejor organizada y controlada por la elite gobernante... En cuanto a los medios, el dominio de Clarín en prensa, radio y TV es una seria amenaza para el pluralismo y la libertad de prensa”.

Otro texto enviado el 5 de mayo de 2008 describe con precisión los vicios de “la ley de la dictadura militar de la guerra sucia” y cita el progreso de Clarín hasta ser “el primer conglomerado mediático de la Argentina”, un país que está ubicado, a juicio de la Embajada, “por encima del promedio de concentración de medios de América Latina”<sup>19</sup>. En cuanto a consideraciones personales, Wayne se limita a dudar si el anuncio del proyecto de sancionar otra ley de medios es una “estrategia de corto plazo”, dada “la tendencia de los Kirchner de vilipendiar públicamente a enemigos para obtener beneficios políticos”<sup>20</sup>.

#### CITA RESERVADA CON LOS SAGUIER

Se incrementaban semana a semana los escarceos por el reemplazo de la Ley de Radiodifusión de la dictadura n° 22285/1980. En un contexto de ánimos alterados por el

18. Propiedad, desde 2008, del empresario Orlando Vignatti. El Grupo incluye los diarios *Ámbito Financiero* (lidera el segmento de la prensa económica), *Buenos Aires Herald* (inglés) y *El Ciudadano* (Rosario), entre otros medios.

19. Cita un “estudio de las universidades de Buenos Aires y Quilmes”, seguramente, el de Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín, *Periodistas y magnates, estructura y concentración de las industrias culturales*, Prometeo, Buenos Aires, 2006.

20. Cable del 5 de mayo de 2008: “Grupos de medios preocupados por el impulso del Gobierno a una nueva ley de radiodifusión”.

conflicto con la dirigencia rural, el 28 de mayo de 2008 tuvo lugar una “conversación informal” entre el CEO de *La Nación*, Julio Saguier; el subdirector del diario, Fernán Saguier y el embajador Wayne, en la que los ejecutivos denunciaron “intimidaciones” de parte del Gobierno Nacional, se quejaron por el esbozo de la *ley de medios* y otras regulaciones, mencionaron una “sutil advertencia” que el Ejecutivo les había enviado a través de un medio del empresario Hadad, y hasta llegaron a plantear sospechas por graves “delitos” cometidos contra periodistas del diario, como un asalto y un secuestro virtual<sup>21</sup>.

Según el cable, rotulado como “confidencial”, el encuentro fue en las oficinas del diario “a pedido de ellos”. Ocurrió dos semanas después de un diálogo de similar tono que habían mantenido dos de los dueños del diario *Crítica*, el abogado Gabriel Cavallo y el periodista Jorge Lanata, el 16 de mayo en la Embajada<sup>22</sup>.

Los directivos de *Crítica* habían denunciado que el Gobierno *hackeaba* la web del diario, intervenía los teléfonos a sus periodistas y espantaba avisadores, por lo que solicitaron a la Embajada una mediación ante las empresas norteamericanas. Según la versión de Lanata, el Poder Ejecutivo lo había extorsionado para que dejara ingresar al diario a un veedor de la Casa Rosada.

El diario *Crítica* estuvo en la calle entre marzo de 2008 y mayo de 2010. Compitió, sobre todo, en el segmento de izquierda con *Página 12*, que venía apoyando muchas medidas

21. Cable del 9 de junio de 2008: “La Nación al embajador Wayne: Prevén más presión sobre los medios”. Según el privado Instituto Verificador de Circulaciones, el diario *La Nación* vendió, en el tercer trimestre de 2011, 164.075 ejemplares promedio diario. También edita las revistas *Brando* (12.978), *Hola* (52.954), *Oblalá* (61.271), *Living* (87.961), *Lugares* (42.508), *Susana Giménez* (55.397), *Maru* (18.849) y *Rolling Stone* (41.430). Papel Prensa: 22 por ciento.

22. O'Donnell, op cit. Págs. 185 a 195.

del Gobierno kirchnerista. El periódico de Lanata vivió dificultades financieras y cambios en sus cúpulas empresarial y periodística no bien salió a la calle, lo que impidió el desarrollo sostenido de las buenas ideas de muchos de sus redactores.

A diferencia de la reacción exhibida por Wayne ante Lanata y Cavallo, más bien distante, el embajador se involucró un poco más con lo que escuchó de boca de los Saguier y resaltó los méritos editoriales que veía en *La Nación*, el segundo diario que accedería al dossier argentino de WikiLeaks, semanas después que *Página 12*<sup>23</sup>.

Según el texto firmado por el propio Wayne, los Saguier le indicaron que el Gobierno estaba buscando enemigos “a los que culpar de sus problemas”... “Uno de ellos será probablemente la prensa”... “El otro podrá ser el Gobierno estadounidense”, agregaron ante el embajador norteamericano.

Wayne reflexiona:

“La Nación adoptó una postura de ‘solidaridad’ con su competidor, Clarín, y evidenció un contacto amistoso sobre estos temas en las reuniones de directorio de ‘Papel Prensa’, la planta de papel de propiedad conjunta (en la cual el Gobierno argentino también posee participación) que abastece a ambos periódicos”.

Luego cita una anécdota:

“(Los Saguier) habían escuchado de sus colegas de Clarín que el Gobierno argentino los había acosado por publicar una foto de Cristina Fernández de Kirchner con Hugo Chávez en la Cumbre de Lima, en la que las piernas de la Presidenta aparecen gordas”.

23. Ver más información en el capítulo “Puertos de Llegada”.

Las “piernas gordas” de Cristina reaparecerían en boca del jefe del Grupo Clarín, Héctor Magnetto, tres años después. La revista semanal *Noticias* informó, en su edición del 30 de septiembre de 2011, sobre una reunión presidida dos días antes por Magnetto ante los principales gerentes y jefes de las redacciones del grupo, de cara a la inevitable reelección de la Presidenta que alcanzaría el 54 por ciento de los votos. En esa cita, según *Noticias*, el CEO se lamentaría de la falta de reacción de la opinión pública contra el Gobierno: “Nosotros no pedimos subir a un ring. El tema es lo que está dispuesta a tolerar la gente. No es cuestión de mostrarle las piernas gordas a Cristina, nuestro trabajo no se trata de eso”.

Pasados los primeros intercambios anecdóticos, los Saguier comenzaron a puntualizar ante el embajador Wayne sus preocupaciones centrales: los proyectos de restringir la venta de diarios a los quioscos y la *ley de medios*. Según Julio Saguier, CEO de la empresa, el jefe de la bancada de senadores oficialista, Miguel Ángel Pichetto, y otros dos legisladores le habían transmitido su “compromiso de pelear contra el borrador de la ley” de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>24</sup>.

Al respecto, Wayne parece avalar la preocupación por ambas normas:

“El control del Congreso por parte de los Kirchner le permite amenazar con cambios legislativos como una herramienta de intimidación”.

Otra de las “intimidaciones” mencionadas por los hermanos directivos de *La Nación* fue un bloqueo a la salida del diario el 30 de mayo previo por parte de sindicalistas afines al jefe de la Confederación General del Trabajo, Hugo Moyano. Wayne agrega un paréntesis:

24. Miguel Ángel Pichetto votó y argumentó el 9 y 10 de octubre de 2009 a favor de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

“(En realidad, la distribución del diario continuó, sin interrupciones)”.

El documento revelado por WikiLeaks también menciona que *La Nación* publicó contactos del director general de Operaciones de la Secretaría de Inteligencia, Jaime Stiuso, con el funcionario del Ministerio de Planificación Claudio Uberti, apenas se produjo el hallazgo de la valija con casi 800.000 dólares que portaba el empresario venezolano-estadounidense Guido Antonini Wilson<sup>25</sup>. En referencia al caso, los Saguier apuntaron que el diario *Buenos Aires Económico*<sup>26</sup> (BAE, al que Wayne califica como “pro-Gobierno”), entonces propiedad del empresario Hadad, había publicado que el ex ministro Gustavo Béliz sería enjuiciado por revelar en cámaras el rostro del espía oficial Stiuso. Los Saguier lo consideraron una “sutil advertencia” del Gobierno —vía Hadad— hacia ellos por meterse con el agente.

Avanzaba el diálogo y las denuncias contra los Kirchner de boca de los hermanos directivos de *La Nación* crecían a borbotones. Según la versión dada a Wayne, el Gobierno no ahorraba municiones.

25. Hacia fin del 2007 *La Nación* lideró la agenda informativa sobre el hallazgo de una valija, el 4 de agosto de ese año en plena campaña electoral, del empresario venezolano-estadounidense Guido Alejandro Antonini Wilson con 790.550 dólares en efectivo. El decomiso se produjo en el Aeroparque de Buenos Aires, tras el arribo de un vuelo en el que viajaban Antonini Wilson, el entonces titular del Órgano de Control de Concesiones Viales (OCCOVI) y responsable de negociaciones con el Gobierno venezolano, Claudio Uberti, y otros funcionarios y empresarios de Venezuela y Argentina.

26. BAE pasaría por manos del empresario Sergio Szpolski hasta llegar al Grupo Olmos, propietario de los diarios populares *Crónica* (Buenos Aires) y *El Atlántico* (Mar del Plata), y con participación en el canal Crónica TV.

Entre otros supuestos ataques del Gobierno de Cristina Fernández, los directivos de *La Nación* informaron que el accionista de la petrolera YPF, Enrique Eskenazi, al que el diario identificaba como un “empresario kirchnerista”, estaba influyendo para que la firma suspendiera avisos publicitarios, elemento que más tarde se haría explícito en las páginas del medio y que motivaría réplicas de la petrolera.

No todo lo denunciado fueron alusiones elípticas, presiones económicas o jaloneos políticos. La cúpula del segundo diario de la Argentina transmitió sus sospechas de que el Gobierno estaba detrás de delitos penales de diverso tipo, incluso violentos. Como Lanata, Julio Saguier también informó que tenía la certeza de que los teléfonos y las computadoras del diario estaban siendo intervenidos y *hackeadas*.

Fernán narró que él mismo había sido objeto de un “secuestro virtual” la semana previa:

“Mientras estaba tomando un café, su esposa recibió una llamada avisando que él había sido secuestrado. Quienes llamaron tenían datos certeros del auto que estaba usando. Su esposa no lo pudo ubicar porque su celular estaba inalcanzable. El episodio duró un par de horas. Pese a que la Policía les dijo que era probablemente un intento delictivo (común), ellos tenían serias dudas”.

Otro hecho que generó sospechas a los directivos de *La Nación* tuvo por víctima al periodista de la sección política Mariano Obarrio:

“Ladrones irrumpieron en la casa de Obarrio, cerca de un año atrás, el mismo día en que había retirado una suma en efectivo para comprar un nuevo departamento. Los ladrones tenían cierto conocimiento previo, ellos creen, basados en pruebas de escuchas telefónicas y en que aparentemente habían podido entrar (al domicilio de Obarrio) con llaves”.



En sus conclusiones, Wayne recuerda “la relación conflictiva de *La Nación* con los Kirchner”; y menciona que “los ataques públicos al jefe de redacción José Claudio Escribano quizás causaron su retiro”. También alude a que varios periodistas “incluido Joaquín Morales Solá, fueron blanco de ataques verbales de ambos Kirchner. No obstante, Morales Solá ha disfrutado de acceso privilegiado a los Kirchner en la Casa Rosada”.

Las consideraciones sobre Joaquín Morales Solá, uno de los periodistas con contacto más fluido con la Embajada, varían. Lino Gutiérrez lo había calificado como “el columnista más prestigioso de la Argentina”, pero en otro texto revelado en *ArgenLeaks*, Wayne daría cuenta del sinsabor que le producía el recorte arbitrario que efectuaba el periodista a los diálogos con él mantenidos<sup>27</sup>.

El cable agrega que Fernán Saguier encomendó a “Morales Solá seguir el caso con el jefe de prensa (de la Embajada) para profundizar sus preocupaciones”.

El entonces embajador recuerda la conversación con Lanata, a quien le había reclamado, con cierta ironía, que publicara sus graves denuncias en su diario *Crítica*. En cambio, Wayne destaca a favor del diario fundado por Bartolomé Mitre:

“(Desde el inicio del kirchnerismo), con estas idas y vueltas, *La Nación* se mantuvo firme, resistió la presión y publicó libremente lo que sus periodistas escribieron, como lo hace hoy... Las palabras amables acerca de Clarín sugieren que los dos principales diarios de Argentina comparten expectativas de que el Gobierno redoblará sus intentos contra la prensa independiente”.

Sin embargo, luego matiza:

---

27. O'Donnell (2011), *Op. cit.*, Pags. 173 a 176.

“*La Nación*, Clarín, *Crítica* y otros medios continúan investigando, informando y criticando los actos y las políticas del Gobierno. Las represalias del Gobierno que ellos denuncian son solapadas y difíciles de probar. No sería sorprendente que esta administración aplicara acoso de baja intensidad para ir detrás de sus críticos antes que mano dura como censura, cierre de medios, encarcelamiento de periodistas”.

Wayne lamenta que este “acoso de baja intensidad” pudiera derivar en “autocensura”.

### INTERCAMBIO DE FIGURITAS CON MARIOTTO

El conflicto con las entidades del campo y el proyecto de la ley de medios seguían su curso. Como es lógico, la Embajada prestaría su oído a las productoras y canales de TV estadounidenses radicados en la Argentina, producto del histórico desarrollo de la televisión paga (fundamentalmente, el cable) en el país y de que muchas de ellas habían centralizado en Buenos Aires su operatoria para Latinoamérica. Wayne en persona comenzaría a buscar la forma de incidir en la *ley de medios* a favor de esas compañías<sup>28</sup>.

La delegación estadounidense organizó un encuentro entre Omar Szulak, “principal asesor de Mariotto”, y representantes de empresas como Fox Latin American Channel, Turner Broadcasting, MTV, Disney, HBO y Discovery, que según el texto, habían invertido ochocientos millones de dólares en los dos años previos y empleaban en forma directa a 2.700 personas. Los textos de Wayne no se cansaron

---

28. Cables del 29 de mayo de 2008: “La Embajada aboga por intereses de Estados Unidos en la nueva ley de radiodifusión”; y del 17 de junio: “Importantes temas en juego en el nuevo proyecto de ley de medios”.



de elogiar "el talento altamente capacitado, creativo, multicultural y multilingüe" de los recursos humanos locales.

El encuentro con Szulak y los ejecutivos, gestionado por la Embajada, duró cuatro horas. En esa cita, las firmas estadounidenses explicaron un dato que sería la punta por la cual Wayne terminaría compartiendo la motivación primordial del proyecto que definían por entonces Gabriel Mariotto y un reducido grupo de especialistas, como el profesor de la UBA Damián Loreti:

"Las empresas estadounidenses explicaron por qué la publicidad es la principal fuente de ingresos para la TV paga (en Argentina), ya que las tarifas pagadas por los operadores de cable a los canales están tendiendo a cero, debido a la concentración de la propiedad que ha resultado de las fusiones y adquisiciones en el mercado".

Es decir, la fusión de Cablevisión y Multicanal había dejado contra las cuerdas a las señales estadounidenses.

Dos semanas más tarde, el 17 de junio de 2008, el embajador cuenta un encuentro con Mariotto, quien viajaría a Estados Unidos del 19 al 20 de ese mes para encontrarse con funcionarios de la Casa Blanca, legisladores y autoridades de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), el ente regulador en la materia de ese país. "Tenemos una excelente oportunidad para influir positivamente en el borrador de la ley de medios", subraya el cable.

En esa cita, Wayne hizo *lobby* en contra de la idea que sobrevolaba de que el 60 por ciento de las señales de TV paga iban a tener que ser argentinas. El diplomático le dijo a Mariotto que buena parte de las señales norteamericanas para Latinoamérica se producían desde Buenos Aires, por lo que eran, de facto, "made in Argentina". Mariotto, según el despacho, respondió que entendía el argumento, pero que debía hacer frente a la presión de las firmas argentinas.

Al respecto, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada considera como producción nacional a aquellas señales que, aún en coproducción con capital extranjero, empleen en un porcentaje no inferior al 60 por ciento a trabajadores argentinos. El artículo 65, inciso 3, que hace referencia a las cuotas del cable, no incluye el requisito que tenía Wayne.

El diplomático transmitiría dudas al titular del Comfer:

"Hay tópicos legítimos sobre monopolios que se ponen en juego, pero también existe una preocupación extendida en la prensa local de que el gobierno buscará imponer control sobre los contenidos".

Mariotto insistió ante Wayne en que la *ley de medios* no afectaría la libertad de expresión.

Sobre el mismo tema, otro documento difundido por *WikiLeaks*, fechado en octubre de 2009 y firmado ya por la actual embajadora Vilma Socorro Martínez, sucesora de Wayne, menciona que Cristina Kirchner, ante un reclamo formulado en Nueva York por representantes de Fox, del grupo de Rupert Murdoch, se comprometió a verificar que en la *ley de medios* no hubiera discriminación a las señales de cable extranjeras.

## INTERCAMBIO DE FIGURITAS CON CLARÍN

La cargada agenda de la Embajada por la *ley de medios* tuvo espacio, como era previsible, para un fluido intercambio con hombres de Clarín.

El 21 de julio de 2008, cuando el Gobierno de Cristina Fernández ya había perdido la votación parlamentaria sobre el impuesto a las exportaciones de soja, en un dramático desempate en el Senado a cargo del ex vicepresidente Julio Cobos, el

encargado de Relaciones Externas del Grupo, Jorge Rendo, y uno de sus principales colaboradores, Martín Etchevers, transmitieron sus crecientes inquietudes ante el embajador Wayne<sup>29</sup>.

En un largo glosario de explícitos reparos al proyecto de *ley de medios*, que incluyó todos los tópicos que por entonces proclamaban los principales periodistas del Grupo, los ejecutivos procuraron desmentir ante la Embajada el argumento de Mariotto de que una de las fuentes del proyecto de *ley de medios* era precisamente la legislación antimonopólica norteamericana. En particular, apuntaron contra los artículos que "prohíben a una misma empresa tener un canal de aire y un servicio de cable":

"Una restricción que dijeron que no existe en ninguna democracia del mundo. Otros aspectos propuestos limitarían el mercado del cable en base a la cantidad de suscriptores... lo que establecería un tope para Clarín en el 35 por ciento (sic) de sus clientes actuales y obligaría al grupo a vender cerca de un millón de sus tres millones de abonados... La mayor preocupación expresada por los ejecutivos de Clarín fue sobre la libertad de expresión. Argumentaron que la nueva ley habilitaría una amplia discrecionalidad para denegar y otorgar licencias, y establecería un sistema similar al de Venezuela".

La primera parte del argumento de Clarín era respondida por los defensores de la *ley de medios* con el criterio de que cada mercado debe dotarse de la legislación antimonopólica que le es útil. Citaban, por ejemplo, que en Estados Unidos hay claras restricciones a la propiedad de un medio gráfico y un canal de TV en una misma zona geográfica. De aplicarse

29. Cable del 29 de julio de 2008: "Argentina: El Grupo Clarín comparte preocupaciones sobre la ley de medios".

ese principio, extendido en países desarrollados, sería más lesivo para los intereses de Clarín que lo que establecería el texto de la nueva ley argentina.

Rendo y Etchevers indicaron a la Embajada que, hasta ese momento, los medios "financieramente independientes se limitaban a *La Nación*, *Perfil*<sup>30</sup>, Telefónica/Telefé y el diario *El Cronista*<sup>31</sup>", y que, por el contrario, la Ley que impulsaba el Gobierno era para beneficiar a los medios de Daniel Hadad y Sergio Szpolski<sup>32</sup>, a los que venía beneficiando con la publicidad oficial.

El director de relaciones externas arriesgó que la "Guerra con Clarín" no lograba persuadir al público y que, de hecho, las audiencias de los medios del grupo se habían incrementado. En rigor, desde esa época hasta fines de 2011, el diario perdió cerca de un 20 por ciento de sus lectores.

Para trabajar en conjunto, Rendo le solicitó a la Embajada que le acercara a expertos en medios. La respuesta de la

30. Perfil es una editorial propiedad de Jorge Fontevecchia que publica el bisemanario homónimo (36.521 de circulación promedio semanal en el trimestre agosto-octubre de 2011, según el Instituto Verificador de Circulaciones) y las revistas *Caras* (famosos, 57.081), *Noticias* (57.069), *Fortuna* (economía), *Hombre* (erotismo), *Mía* (mujer), *Semanario* (rosa, espectáculos), *Super Campo* y *Weekend* (tiempo libre).

31. *El Cronista* (el diario económico más antiguo de Argentina, segundo en difusión en su rubro) pertenece al poltico del peronismo de centroderecha Francisco de Narváez, accionista del canal de TV América 2, junto a Daniel Vila y otros. También edita la revista económica mensual *Apertura*.

32. El grupo Szpolski, hoy asociado al de Garfunkel en varios rubros, edita los diarios *Tiempo Argentino* (generalista), *El Argentino* (gratuito, 150.000 ejemplares según el Instituto Verificador de Circulaciones), *Diagonales* (suplemento de La Plata) y *Miradas al Sur* (dominical); y las revistas: *Veintitrés* (actualidad, 28.374, según el IVC, agosto-octubre de 2011), *Veintitrés Internacional*, *Newsweek*, *Forbes* y *Siete Días* (generalista). TV: CN23. Radio: América.

Embajada fue más bien escueta. Como quedó claro en otros textos, la oficina de Wayne, si bien no confiaba en las intenciones del Gobierno, no compartía del todo la visión y los temores de *Clarín* y *La Nación*. El diplomático cierra el cable reiterando que sus próximos pasos serían para proteger los intereses de las señales norteamericanas.

Un abordaje diferente, menos alarmado y más irónico, es el que tuvo en octubre siguiente el vicepresidente del Grupo Clarín, José Antonio Aranda, en un despacho con un título llamativo: "Magnate de medios argentinos sobre la ley de medios, y la ley de la selva de los medios argentinos"<sup>33</sup>.

En la visión de Aranda, por la debilidad en la que había quedado el Gobierno de Cristina Fernández dada la derrota contra la dirigencia rural, "no habrá un impulso serio a la nueva ley, al menos este año". "La ley no es posible", aseveró el vicepresidente. Poco antes, el CEO de Clarín, Héctor Magnetto, le había asegurado a Wayne: "El Congreso no la aprobará". Tal era la seguridad que, meses más tarde, el diario *Clarín* anticipaba en tapa que el Gobierno se disponía a adelantar la entrega del poder si, como era previsible, perdía las elecciones de medio término.

En el diálogo con Wayne, Aranda se permitió mofarse de Mariotto:

"Bromeó que Gabriel Mariotto está todavía de gira por el país buscando apoyo a la nueva ley en 'provincias remotas' como Tierra del Fuego... y el Gobierno seguramente sabe que no tendrá chances de hacer algo con la ley este año".

El número 2 del directorio de Clarín pintó ante Wayne un excelente panorama de negocios para su Grupo y, en contraste,

33. Cable del 2 de octubre de 2008: "Magnate de medios argentinos sobre la ley de medios, y la ley de la jungla de medios argentina".

remarcó la "baja circulación del diario de izquierda Página 12"<sup>34</sup> y de otros medios a los que identificó con el kirchnerismo.

Una vez más, un directivo de Clarín arremetió ante la Embajada contra el empresario Hadad, dueño de Radio Diez, popular emisora de derecha que, en un movimiento extraño, sin desandar su ideología, se transformó desde 2003 en un canal privilegiado de algunos prominentes funcionarios del Gobierno. Aranda criticó que Hadad poseyera muchas más emisoras, en una misma localidad (Diez, Pop, Mega, Amadeus y Vale, todas de Buenos Aires), que las permitidas por la ley todavía vigente, la de la dictadura. Entretanto, Mariotto, al frente del organismo regulador de radio y TV aseguraba que estaba llevando a cabo un censo para ratificar, por ejemplo, cuáles eran los medios de Hadad.

Más allá de todo, el espacio concreto de acuerdo entre Clarín y la Embajada pasaba por la norma de la TV digital. "Estamos del mismo lado", le había dicho el directivo Rendo a Wayne un tiempo antes.

Un texto emitido a Washington unas semanas después revela que, a sugerencia del accionista Aranda de Clarín, la oferta del estadounidense Advanced Television Systems Committee (ATSC) incluyó digitalizar el Canal 7 estatal, para competir con la oferta japonesa<sup>35</sup>.

El cable del 19 de noviembre, en ocasión de una visita al país del presidente del ATSC, Robert Graves, explicita que este incluyó la sugerencia de Aranda en la propuesta hecha a Tristán Bauer, entonces presidente del Sistema Nacional de Medios Públicos.

34. *Página 12* no está afiliado al Instituto Verificador de Circulaciones, por lo que hay diferentes versiones sobre su difusión, que van de los 12.000 a los 40.000 ejemplares. En textos anteriores, la Embajada menciona a *Página 12* como propiedad de Clarín.

35. Cable del 19 de noviembre de 2008: "Oportunidad aprovechada para impulsar la norma digital de TV ATSC".

De su encuentro con Mariotto, a Graves y a los funcionarios de la Embajada les quedó la impresión de que habían seducido al funcionario.

En un apartado de otro texto, Wayne se pregunta: "¿Por qué Clarín se preocupa por este tema?". Y se responde que es por los beneficios que le traería a Canal 13, la emisora de aire del Grupo<sup>36</sup>.

"De acuerdo a la industria local y a los analistas, Clarín, como otros medios, prefieren la norma ATSC porque es la más barata, la de mejor calidad y la opción más eficiente para emisoras y consumidores. Es importante destacar que para Clarín y otras empresas, la ventaja de ATSC es más evidente para su canal de aire que para el sistema de cable. El sistema de cable de Clarín ya está utilizando la ATSC, y la dirección de Clarín dijo a la Embajada que si el Gobierno eligiera otra norma, ellos podrían convertir sus operaciones con gastos relativamente mínimos. Pero para la operación de aire (Canal 13), la norma de ATSC es claramente la mejor opción en términos de costos, mayor cobertura y futuros beneficios".

## PRONÓSTICOS

Aunque resultó osado y erróneo el pronóstico esbozado por directivos y periodistas de Clarín sobre un naufragio inminente del Gobierno y de la *ley de medios*, fue acertada la percepción de que el Ejecutivo no tenía margen en 2008 para avanzar con el proyecto en el Congreso.

36: Cable del 2 de octubre de 2009: "Argentina: TV digital, escenario final".

La Casa Rosada levantó el pie del acelerador. En un año de crisis internacional y brusco freno económico, el kirchnerismo se embarcó en una fallida y caótica estrategia de campaña de cara a las elecciones legislativas del 28 de junio de 2009, en las que cayó derrotado. Las heridas que había dejado la famosa resolución 125 por las exportaciones agrarias y las demandas sociales no satisfechas tras media década de crecimiento habían erosionado el apoyo al Gobierno.

Pasado ese trance, desde el segundo semestre de 2009, el Ejecutivo dio impulso a una serie de leyes y medidas de alto impacto. En particular, la legislación de medios fue una de las herramientas que le sirvió al kirchnerismo para romper las fronteras que le habían fijado las urnas.

El trámite legislativo resultó agitado y con alta participación de diversos actores sociales. En el medio, el oficialismo logró avales legitimados más allá de sus filas, en el país y en el exterior, como Reporteros Sin Fronteras y la Relatoría para la Libertad de Expresión de Naciones Unidas.

A la hora de los votos en el Congreso, el Gobierno concedió algunos parches para conseguir apoyos de otras bancadas. El más importante fue prohibir a las empresas de telefonía brindar servicios de TV por cable. Algunos críticos sostenían que los Kirchner procuraban sentar las bases para que Telefónica y Telecom ampliaran su horizonte de negocios. Con la modificación introducida, se clausuró esa posibilidad.

Finalmente, el 16 de septiembre de 2009, el proyecto llegó al recinto de la Cámara de Diputados y allí quedó exhibida una mayoría que excedió ampliamente al oficialismo. Los apoyos llegaron desde espacios de centro y centroizquierda, para los que la norma formaba parte de sus reivindicaciones históricas. El resultado fue 147 votos a favor, cuatro en contra, una abstención y cerca de 100 opositores ausentes.

Semanas más tarde, el 10 de octubre, en la votación del Senado se alcanzaría un apoyo aún más amplio y transversal, con 44 votos contra 24. Quedaría claro que la voluntad de

poner límites a Clarín atravesaba a buena parte del arco político, incluido un sector del centroderecha. Había viejas deudas por cobrar. Senadores kirchneristas, conservadores, socialistas, de centroizquierda no peronista y de fuerzas provinciales dedicaron párrafos agrios contra los "monopolios de prensa".

Aunque hubo enfáticos opositores a la norma a los que Clarín puso sus medios a disposición, especialmente en las filas del principal partido opositor, la Unión Cívica Radical, y de la Coalición Cívica, liderada por la dirigente Elisa Carrió, ninguno de ellos pareció sacar rédito en la opinión pública por las banderas enarboladas.

Entre la aprobación de la Cámara baja y la del Senado, la nueva embajadora Vilma Socorro Martínez envió un largo despacho en el que reafirmó sus agudos reparos hacia el kirchnerismo<sup>37</sup>. Sus textos y los del segundo de la Embajada, Thomas Kelly, tomarían más a menudo que Wayne ciertos argumentos de la oposición.

El extenso cable del 2 de octubre indaga sobre los principales aspectos de la ley. Se equivoca al informar que la norma reservaba un tercio de las frecuencias al Estado (un tópico que repetían muchos medios y que también fue mencionado por la presidenta Cristina Fernández por cadena nacional) y reitera su preocupación central: las inversiones norteamericanas en el sector.

Al respecto, dedica varios párrafos a prever los perjuicios de las cuotas de pantalla, a los límites a la propiedad extranjera de los medios y a los minutos de publicidad para los canales de cable.

Así como Wayne había cuestionado en varias oportunidades "la posición dominante de Clarín", Martínez sostiene en este cable que ese grupo, "si bien es el principal actor de los

---

37. Cable del 2 de octubre de 2009: "Informe sobre la ley de medios argentina".

medios, de ningún modo es un monopolio". Toma para ello un argumento que difundían los gerentes de Clarín. Rubro por rubro (radio, TV, prensa gráfica, internet), el multimedio ocupa importantes segmentos, pero no la totalidad de cada uno de ellos. Incluso, la embajadora matiza que el dominio de Clarín no es tan pronunciado en el cable, un aspecto en el que casi nadie tiene dudas:

"Si bien Clarín tiene cerca de la mitad del mercado de cable, solo provee el 10 por ciento del contenido. De todos modos, no hay dudas de que Clarín, de acuerdo a sus propios cálculos, puede perder 236 de las 264 licencias que maneja".

La diplomática transita argumentos de uno de los periodistas que con mayor asiduidad intercambió pareceres con la Embajada: el principal columnista del diario *La Nación*, Joaquín Morales Solá.

"La ley de medios podría llegar a ser uno de los últimos gritos de los Kirchner. Incluso después de que el proyecto de ley sea aprobado por el Senado, es probable que quede enredado en problemas judiciales interminables. Morales Solá le dijo al segundo de la Embajada (Kelly) que él y otros críticos de la ley esperan que salga del Senado tan horrible como sea posible, así serán más fáciles las trabas en los tribunales. En el futuro, ya sea el nuevo Congreso (que asumirá en diciembre, de acuerdo a los resultados de junio) o más probablemente el Gobierno que reemplace a los Kirchner en 2011 desechará la ley e intentará hacer otra".

La Ley quedó sancionada por el Senado en la mañana del 10 de octubre y, como anticiparon la embajadora Martínez y Morales Solá, la estrategia de Clarín y de políticos de la oposición fue acudir a los tribunales. Del primer alboroto judicial quedaron en pie medidas cautelares, irresueltas a inicios de

2012, que congelaron el plazo de un año para la adecuación fijado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para aquellos que excedieren las licencias permitidas. El pronóstico se cumplió solo en parte. La ley quedó vigente, pero el aspecto que más le interesaba al kirchnerismo, desarticular el dominio de Clarín, estaba todavía en veremos al cierre de la edición de este libro.

Tan solo dos semanas después del despacho anterior, Martínez se desdice en otro título: “¿La aprobación de la controvertida legislación sobre medios significa que los Kirchner están de vuelta?”<sup>38</sup>:

“La aprobación de la ley fue vista por muchos como un indicio de resurgimiento del poder de los Kirchner, que se creía irremediamente debilitado por la derrota de las elecciones de medio término”.

En otro párrafo, Martínez cuenta:

“Las empresas de radiodifusión estadounidenses han expresado a funcionarios del Gobierno argentino su preocupación en voz baja sobre las disposiciones no relacionadas con el conflicto Kirchner-Clarín, que esperan se tratarán en la reglamentación... Los funcionarios les advirtieron que si expresaban su oposición al proyecto antes de la aprobación sus preocupaciones serían ignoradas”.

Y en otro párrafo, Martínez concluye:

“Había mucho de hipérbole en ambos lados del debate extremadamente partidista, con las fuerzas del Gobierno

---

38. Cable del 15 de octubre de 2009: “¿La sanción de la controvertida legislación sobre medios significa que los Kirchner están de vuelta?”.

argumentando sobre las virtudes de la ley para desbaratar a los monopolios y la oposición insistiendo en que es el acta de defunción de la libertad de prensa. Al final del día, sin embargo, creemos que el ámbito de los medios de Argentina, de aquí a uno o dos años, será bastante parecido al de hoy: muchos medios cubriendo una gama de opiniones, algunos muy críticos del poder, y otros cooptados por la publicidad gubernamental”.

El cable, fechado en 2009, intuía que la profundidad de la ruptura entre el Gobierno y Clarín podría ser mucho más honda que la que los propios actores reconocían, y que ello podría impactar en el tipo de aplicación que tendría la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. A más de dos años de formulado ese ejercicio de prospectiva, algunos de sus conceptos siguen siendo válidos.