

EMANUEL DESOJO*

“Poder económico y *lawfare*”: el plan de cooptación del sistema judicial entre diciembre de 2015 y diciembre de 2019 desde el oligopolio mediático

Es imposible comprender la efectividad y eficacia del Plan Sistemático y Estructural de Cooptación del Poder Judicial, sin comprender su relación con el poder económico, y específicamente con el oligopolio mediático, cómplice de la decadencia institucional del Sistema Judicial que se vivió desde diciembre de 2015 hasta diciembre de 2019. Las declaraciones en medios de comunicación por parte del entonces titular del Poder Ejecutivo y de los miembros del partido oficialista durante el gobierno de Cambiemos impulsaron una campaña de desprestigio y persecución contra distintos magistrados del Poder Judicial Nacional y Federal. Los ataques se llevaron a cabo en sintonía y complicidad con los principales medios de comunicación, quienes también poseían intereses en otras áreas de la economía, asociándose a los intereses políticos del proyecto político liberal del entonces candidato Mauricio Macri, para atravesó del *Lawfare*, como una herramienta de guerra, obtener los objetivos que resultaban imposibles alcanzar mediante el consenso y apoyo de la opinión pública. La complicidad del oligopolio mediático con al advenimiento de Cambiemos al poder termino de sellar un acuerdo que logró que la misma opinión pública sea manipulada y desinformada sobre las implicancias del *Lawfare*, y las relacionadas y prebendas otorgadas por el gobierno de Cambiemos a éstos grupos económicos. Es imposible desplegar una “Justicia a la carta”, sin la alianza entre el entonces presidente Mauricio Macri y los grupos económicos Clarín, La Nación, e Infobae. Este tridente es el que estratégicamente dirigió, a modo de organizador, los ataques a funcionarios judiciales, magistrados y abogados, que fueron realizados en forma coordinada y planificada, para disciplinar a todos aquellos que eran obstáculos a los intereses del entonces Poder Ejecutivo Nacional y de sus socios, los oligopólicos medios de comunicaciones que buscaban conformar un Mercado hegemónico con pocos actores dueños de todas las formas de influir en la opinión pública. Comprender el

(*) Docente FCJS-UNLP en la Cátedra de Sociología Jurídica.

contexto mediático en el que se dieron los ataques a la independencia e imparcialidad del sistema judicial argentino, y la significación que poseyó ese asedio sistemático y planificado a funcionarios judiciales, magistrados y abogados, debe realizarse desde una perspectiva histórica.

Breve referencia histórica

El mapa de medios en Argentina podemos decir que comienza en medio de la dictadura cívico-eclesiástica-militar con la sanción, el 15 de septiembre de 1980, de ley 22.285 de radiodifusión. La citada norma jurídica intentaba configurar un sistema de medios de comunicación comercial que se encontrara controlado por las Fuerzas Armadas, autoras del genocidio argentino acaecido entre los años 1976 y 1983. La ley establecía que solo podían ser titulares de licencias de radiodifusión las personas individuales o sociedades comerciales, impidiendo a las organizaciones de la sociedad civil acceder a poseer radios que permitan difundir ideas de solidaridad que iban en contra del proyecto individual y capitalista instaurado. El 10 de septiembre de 1999, el presidente Carlos Saúl Menem dictó el decreto 1005/1999, conforme pautas que le había solicitado expresamente Héctor Magnetto, presidente del Grupo Clarín, como una forma de devolver el favor por la campaña mediática que había realizado tanto para lograr la caída del expresidente Raúl Alfonsín, como para erigirlo a él como titular del Poder ejecutivo. La modificación solicitaba consistía en eliminar la cláusula que establecía un freno a la posibilidad de tener diversas licencias y licencias cruzadas de radio y televisión, lo que impedía la existencia de monopolios, oligopolios o grupos de comunicación que manipulen a la opinión pública. Así, Menem les concedió a los ya propietarios la posibilidad de ser titulares de diferentes medios de comunicación en varios formatos. En otras palabras, posibilitó al titular de un periódico ser también propietario de una licencia de radio y/o de televisión, lo que se encontraba vedado con la reglamentación anterior. Para el final de la década de 1990, las modificaciones normativas producidas por las políticas neoliberales del menemismo le permitieron a unos pocos medios privados la concentración de una enorme cantidad de medios de comunicación; un pequeño número de empresas conformaron grupos de medios con una importante capacidad para influir en los gustos y la vida política del país. En ese entonces ya controlaban lo que se conoce como “triple play”, o sea, los citados grupos económicos-políticos Clarín y La Nación poseían medios de radiofonía, de internet y de televisión abierta y por cable, además de tener varios operadores propios de cable en distintas provincias. La tendencia a la acumulación, en un mercado donde existen escasos grupos empresarios, confluyó en tácticas de aglutinamiento que terminaron con la conformación de un oligopolio de medios de comunicación que dominó desde entonces a todo el país. Con el advenimiento del macrismo, y a incorporación de nueva tecnología, se le permitió a este oligopolio mediático apropiarse de lo que se conoce como “cuádruple play”, es decir, a los servicios de radio, televisión abierta y por cable e internet se incorporaron los servicios de comunicación de telefo-

nía. Con estos recursos tecnológicos de comunicación, un pequeño grupo de personas con grandes empresas sumó, a los anteriores, los servicios de comunicaciones móviles y sus tecnologías asociadas; esto se logró por un pacto similar al que en su momento selló Carlos Saúl Menem con Héctor Magnetto, e incorporar más herramientas para manejar las tendencias, los gustos y las modas de gran parte de la población argentina.

Concentración de los grandes grupos económicos

Existen tan solo dos diarios en Argentina que poseen circulación nacional, propiedad de las dos empresas de medios más grandes, que centralizan el manejo de la agenda informativa, y además cuentan con varios canales abiertos de televisión, canales de cable, radios y sitios de internet; también poseen agencias de noticias y periódicos de alcance nacional, que a la vez imponen desde su lugar de proveedor de internet, el contenido y propaganda política a los usuarios. Pero, como si ello no fuera suficiente, son propietarios de pequeños periódicos en todas las capitales provinciales y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, o en su defecto, poseen alianzas estratégicas que obligan a los diarios locales a poner en tapa y en el interior una cierta cantidad de noticias que definen su línea editorial. En ese marco de organización de negocios, surge hace unas décadas el diario digital Infobae quien, con una estrategia de aglutinación y acuerdos estratégicos, entre otros con la Embajada de Estados Unidos, logra imponerse como tercer grupo mediático que conforma el oligopolio actual del sistema de medios en Argentina. El Grupo Clarín, multimedia que en su historia había representado las posiciones e intereses de las clases medias acomodadas, en la década de 1970 otorgó prioridad en su expansión económica con una estrategia pragmática, asociándose con los genocidas de la última dictadura militar logrando a través de maniobras ilícitas apropiarse de diferentes medios de comunicación y de la productora de papel para diarios Papel Prensa S.A. Con el advenimiento de la democracia, dicha expansión fue continuada mediante la extorsión a los distintos gobiernos democráticos gracias a la posición dominante que logró por la complicidad con los genocidas. Por su parte, el Grupo La Nación, cuyo diario ha expresado históricamente la ideología de las clases conservadoras de Argentina, tuvo siempre su referencia editorial en complicidad con los sectores genocidas y oligárquicos, y actualmente con los terratenientes y los commodities agrarios; y fue otro de los socios en la apropiación ilegal de la empresa Papel Prensa S.A. El último de los medios de comunicación que ha tenido una rápida expansión es el que posee el diario digital Infobae, un multimedia fundado en 2002, cuyo periódico insignia es de los más vistos por internet. Este periódico y los medios asociados poseen una línea editorial con conformidad con la Embajada de Estados Unidos, y que ha sabido adaptarse rápidamente a los nuevos medios de comunicación digital. La información publicada por estos grupos en los periódicos (en formato papel o digital) es replicada por un sinnúmero de pequeños y medianos medios de comunicación, tanto radiales, digitales como impresos; también es reproducida por agencias de infor-

mación, por sitios de internet, y que luego es nuevamente replicada por sus “subsidiarias” radiales, televisivas y por operadores de cable en todo el país, lo que les otorga el poder de “imponer la agenda mediática”.

Ley de servicios de comunicación audiovisual

En un contexto de extrema concentración mediática como la descrita, durante 2008, organizaciones sociales, culturales, políticas, ambientales, agroforestales, económicas, universitarias, mutualistas, sindicalistas, fueron agrupadas en la Coalición por una Comunicación Democrática, que materializaron una iniciativa: “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”. Esta iniciativa de la sociedad civil organizada proponía democratizar los medios de comunicación, lo que generó una fuerte y agresiva respuesta por parte de los multimédios del Grupo Clarín y Grupo La Nación, quienes abonaron permanentemente a la creación de un clima de tensión, crispación y odio entre compatriotas, reiterando en forma ininterrumpida el libreto de una “grieta” entre los argentinos que dividía a la sociedad. En ese marco de fuerte propaganda política en favor del conflicto social y de la división de los argentinos, la iniciativa es apropiada por la autoridad política nacional de ese entonces, y la propuesta surgida de los “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación” se lleva al Congreso de la Nación. Esta propuesta fue debatida por meses en foros públicos, por especialistas y ciudadanos en general, todo ello a lo largo y ancho de la República Argentina, en la búsqueda de poder reflejar el federalismo que impera en el país y tomar las particularidades de cada región. El 10 de octubre de 2009, el Congreso sancionó la ley 26.522, que regulaba los servicios de comunicación audiovisual, cuyo objetivo, entre otros, resultaba ser la desconcentración mediática. La implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se sumaba a una serie de iniciativas por la democratización de los medios de comunicación, a fin de desarticular” oligopolios mediáticos que se conformaron durante cincuenta años. En ese sentido, fue oportunamente presentada una propuesta ante el Congreso de la Nación para declarar de interés público la producción, la distribución y la comercialización del papel para diarios, lo que significaba la posibilidad de que todos los medios escritos del país adquirieran un insumo fundamental a un mismo precio, manejado en forma monopólica por Papel Prensa S.A.

Modificación del mapa de medios en Argentina y su democratización

Junto con las iniciativas descritas, entre los años 2009 y 2015, se promovió la democratización y el acceso a diversos medios de comunicación, en forma gratuita, a través de la implementación de diversos programas estatales. Así, se instaló y promocionó la Televisión Digital Abierta, además de sumarse como política pública el programa de Fútbol Para Todos, “liberando” lo que se denominó el “secuestro” por parte de la televisión por cable mediante el Pay Per View (paga por ver) del fútbol y sus goles. Ello implicó, que la Asocia-

ción del Fútbol Argentino (AFA) rescindiera un contrato con el Grupo Clarín, que era uno de los pilares que poseía el grupo para mantener su poder de dominación y de sometimiento con contratos leoninos a las empresas de cable del interior del país, y así llegar a todas las localidades, hasta las más pequeñas, imponiendo su línea editorial. Sin perjuicio de ello, es dable destacar que muchas empresas de cable del interior del país ya habían sido adquiridas por su empresa Cablevisión perteneciente al Grupo Clarín. Esto no solo produjo el fin del negocio del cobro del fútbol por televisión mediante el sistema Pay Per View, sino que también le restó influencia al grupo citado respecto de la manipulación mediática que podía ejercer en el interior del país, liberando a operadores y medios de comunicación de una relación de explotación comercial que venían sufriendo desde hacía años. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fijó, además, la división del espectro radioeléctrico en tres partes iguales: un tercio para los medios comerciales, otro para los medios sin fines de lucro y otro para los medios públicos. Finalmente, estableció la obligatoriedad, para los grandes grupos empresarios, de desprenderse de los medios de comunicación cuando superaran una cantidad fijada por la norma, con la intención de terminar con el oligopolio. Así, los grupos debían presentar sus planes de adecuación a la norma, y la autoridad de aplicación (la Agencia Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual), la que luego de una revisión, aprobaría el desprendimiento de esas "unidades" empresariales.

El grupo Clarín

En el momento de aprobarse la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el Grupo Clarín poseía 236 licencias de televisión, controlando así un 35% del mercado potencial, cuando la ley exigía que un grupo no podía poseer más del 10%. Había, además, una serie de incompatibilidades: el grupo que era licenciatario de un operador de cable por lo que no podía ser propietario de una señal de televisión abierta, de acuerdo con lo que establecía la nueva legislación. Por eso, aludiendo entre otras cosas a que la ley atacaba la libertad de expresión, el Grupo Clarín interpuso una serie de acciones y pidió medidas cautelares en distintos juzgados del país, generando una manipulación judicial y buscando a un "juez de conveniencia" que le permitiera suspender la aplicación de la ley, lo que luego intentar que fuera declarada inconstitucional, especialmente en los artículos que limitaban la multiplicidad de licencias, llegó con la suspensión de su aplicación al máximo tribunal del país. La Corte Suprema de Justicia de la Nación demoró cuatro años en definir la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y mantuvo así durante este tiempo la indemnidad de la posesión de los medios pertenecientes al Grupo Clarín. Recién el 29 de octubre de 2013, cuatro años después de sancionada la ley 26.522, la Corte Suprema se expidió declarando su constitucionalidad, por lo que dictada la sentencia debía iniciarse el procedimiento de adecuación (o sea, la segmentación y la venta de los excedentes del grupo económico). Las trabas que impuso el oligopolio en la faz práctica para realizar su adecuación lo favorecieron con el paso del tiempo. Con este retraso, fue posible que se realizaran las elecciones presidenciales del año 2019 sin que

se hubieran desprendido de ninguna licencia. En ese contexto, con un espacio político a favor de la democratización de los medios y otro a favor de la concentración, el grupo económico-mediático concretó una alianza estratégica con Mauricio Macri candidato a presidente de éste último grupo. Se realizó un “periodismo de guerra” desde la sanción de la ley y que perdura hasta la actualidad, conforme fuera descripto por uno de los editores jefes del periódico Clarín, buscando desprestigiar aquel oficialismo y en una activa campaña proselitista en beneficio de Cambiemos, pero soslayada en un eslogan de “periodismo independiente”. Como contraprestación a la imposición de la hegemonía mediática al servicio de la elección, y de Mauricio Macri en particular, éste dejaría sin aplicación la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, además de otorgar otros beneficios extras. A esta alianza política se sumó el Grupo La Nación, cuya línea editorial coincide con los principios liberales y oligárquicos que representa el espacio político de Cambiemos, y su figura principal, Mauricio Macri. Así, una vez obtenido la vitoria en las urnas por un margen muy escaso, y a los 19 días de haber asumido la función el nuevo presidente, con fecha del 29 de diciembre de 2015, se publica en el Boletín Oficial el decreto 267/2015, con el que se derogaban los aspectos cuestionados por el Grupo Clarín de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual mediante la acción judicial. Lo que no había logrado mediante la acción judicial lo lograba mediante la alianza política con la oposición a aquel gobierno que había impulsado la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, y la manipulación mediática de la opinión pública, con estrategias de un periodismo de guerra. El articulado del citado decreto modificaba la ley sustituyendo el primigenio art. 41 y eliminando el 45, lo que en definitiva posibilita la realización de cadenas mediáticas de televisión y radio, al eliminar los topes de señales que puede poseer cada Grupo Económico, también se eliminaron los topes en la cantidad de ciudades en las que puede operar una empresa de televisión por cable. El decreto también prescindió de las restricciones a la “propiedad cruzada”, o sea, quitó la veda para que un licenciatario de señales de televisión por cable pueda ser también de TV abierta y de radiofonía. Incluso por el decreto se establece que los licenciatarios de TV y radio podrían pedir la extensión del plazo de licencia que poseían por diez años más, lo que mejoró la posición que tenían las empresas oligopólicas con anterioridad a la vigencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En definitiva, antes de cumplirse un mes de gestión, el entonces presidente Mauricio Macri ya había vuelto a permitir la formación de oligopolios (que nunca llegaron a desconcentrarse) y, con ello, posibilitaba la manipulación de la opinión pública y la instalación de un libreto hegemónico por parte de dos grupos de medios que manejan el mercado y habían sellado una alianza estratégica con Cambiemos, herramienta fundamental para llevar adelante el Law Fare que estaba programado. Pero esta situación de concentración fue profundizada aún más hacia fines de 2016, cuando se dicta otro decreto que permite la “convergencia plena” en el área de telecomunicaciones a partir de enero de 2018, o sea, el “cuádruple play”. Esto significa que se habilita a las empresas oligopólicas de medios de comunicación —además de a ofrecer servicios de TV, TV por cable, radio AM, radio FM, tener las empresas de cable, empresas de internet y agencias de noticias, sin limitación de cantidades—

a brindar servicios de telefonía fija y móvil, y todo concentrado en la misma red. Un gran "pulpo" que determina los gustos, las modas y la opinión pública de los argentinos. Así, con este último decreto se terminan de enterrar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la intención de democratización el acceso a la información y los servicios de comunicación audiovisual, dejándolo todo en manos de solo dos empresas privadas.

La reconfiguración del mapa mediático

En la actualidad, el mapa de medios se encuentra regido por una sumatoria de decretos dictados por el entonces presidente Mauricio Macri, quien consolidó el monopolio de los dos grandes grupos empresarios de medios de comunicación, desde los que afianzó su poder político utilizándolo en una sociedad simbiótica para el disciplinamiento de opositores, posibilitando la ramificación del discurso hegemónico de vertiente neoliberal y el manejo de la opinión pública a todo el país en una voz única. Pero también fue utilizado para atacar, desacreditar, someter y sancionar a los funcionarios del Poder Judicial, a los del Ministerio Público, a los abogados y a los demás operadores del sistema judicial que no reprodujeron el discurso jurídico del Poder Ejecutivo Nacional ni se doblegaron a sus intenciones, siendo víctimas de diferentes procesos por los que se conformó una "Justicia a la Carta". En este proceso de aglutinamiento por parte del poder económico respecto de la adquisición de medios de comunicación que en el marco de las políticas liberales los pequeños canales, periódicos y radios, que no podían soportar la competencia desleal que se realizaba desde estos grandes grupos socios del poder político que los perseguían de forma legal e ilegal, finalizaron cerrando sus puertas, vendiéndose a alguno de los medios hegemónicos o iglesias evangélicas; en paralelo a ello, se desmantelaba todo vestigio de política pública de acceso gratuito a medios de comunicación, como la Televisión Digital Abierta y sus señales de contenidos, o el desguace de la agencia estatal de noticias Télam, cuyos trabajadores fueron despedidos, en un plan de eliminación de "competidores estatales" de los citados grupos Clarín y La Nación, socios políticos privados de Cambiemos. Este plan incluyó también una persecución y un ataque directo a los medios de comunicación que pudiendo resistir, con muchas dificultades a las políticas neoliberales y distribución arbitraria de propaganda política, no se ajustaban a las políticas impulsadas desde el partido gobernante Cambiemos, llegando a la encarcelación de los dueños del más importante grupo de medios opositor no sólo como represalia, sino como demostración de poder para todo el resto de medios no alineados, que observaron cómo se podía armar una causa penal y encarcelar a quien no cediera ante las ordenes presidenciales y hegemónicas de los grandes grupos económicos. Así, el mapa mediático después de la asunción de Mauricio Macri a la presidencia tuvo como hechos protagónicos la compra y/o fusión de empresas propietarias de medios de comunicación, de modo que Clarín y La Nación crecieron aún más en ese oligopolio obscuro. El primero, en particular, se conformó como el grupo dominante por excelencia. Las políticas de Cambiemos, así como la distribución direccionada de la pauta de publicidad oficial, tornaron inviables los

medios de comunicación chicos y medianos, ya sea por falta de financiamiento o por la ausencia de políticas que aseguraran su sustentabilidad. Cientos de radios debieron dejar de transmitir o fueron adquiridas por alguno de los grupos económicos que impiden la pluralidad de voces, lo que generó la capacidad de imponer un libreto que invalida cualquier otra visión. Como epílogo, se puede demostrar lo expuesto al verificarse que el periódico Clarín (del grupo económico del mismo nombre) es el de mayor tirada en la prensa en español de América Latina, y que acrecentó su incidencia en la opinión pública gracias a la fusión de Cablevisión y Multicanal, que se suma a la fusión que pudo realizar luego con la empresa de telefonía Telecom. Todo esto lo convirtió en el mayor conglomerado de telecomunicaciones de Argentina, y el primer operador de “cuádruple play” (telefonía fija y móvil, video e internet), a tal punto que logró imponer a un periodista suyo como ministro de Hacienda de la Nación. En conclusión, lo que este medio expone como noticia (real, falsa o tergiversada) es reproducido y repetido por un millar de medios de comunicación, en la prensa escrita y digital, en los programas de televisión por aire, por cable y por Televisión Digital Abierta, en portales de internet, Facebook, Twitter e Instagram, entre otros. Huelga decir que los decretos dictados fueron cuestionados judicialmente por distintos actores de la ciudadanía, pero no tuvieron respuesta por parte de un sistema judicial tomado por un plan sistemático y estructural de cooptación y disciplinamiento, que posibilitó la persecución a opositores políticos, la impunidad para el “clan Macri” y la instalación de políticas neoliberales que estaban en pugna con la Constitución y las leyes de la nación.

Preguntas sobre la actualidad con un nuevo gobierno

Pese al gran aparato mediático, político y el apoyo económico del FMI que poseía el gobierno de la coalición Cambiemos, ante el fracaso estrepitoso de las políticas liberales, se volvió a un gobierno de cohorte popular, el cual a los 3 meses de haber asumido se vio inmerso en una de las más graves epidemias que ha tenido que afrontar el país. Sin embargo, ello no es óbice para haber desperdiciado una oportunidad histórica, incluso podría haberse visto favorecido el momento histórico para volver a poner en vigencia la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, recordemos que la misma fue suspendida por un Decreto de Necesidad y Urgencia, por lo que con una herramienta de igual jerarquía se puede volver a poner en vigencia, y se destaca que la constitucionalidad de la misma ya fue sancionada por el máximo tribunal, por lo que su operatividad quedaría exenta de impedimentos judiciales. La restitución de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no solo mejora la calidad democrática del país, sino que genera miles de empleos al diversificar las voces, permitir la apertura de miles de radios y periódicos, de comenzar a desandar un camino de un discurso hegemónico por un plural, y que los caminos de esos negociados espurios fruto de la connivencia de un Estado corrupto con unos grupos hegemónicos de poder, comiencen a perder peso la opinión pública.