

**Las conferencias  
de prensa en la Argentina:  
situación actual y  
herramientas alternativas  
para el diálogo entre  
periodistas y políticos**



**CORNELIA SCHMIDT-LIERMANN  
DOLORES LAVALLE COBO**

**Las conferencias  
de prensa en la Argentina:  
situación actual y  
herramientas alternativas  
para el diálogo entre  
periodistas y políticos**



Konrad  
Adenauer  
Stiftung

© Konrad-Adenauer-Stiftung  
Suipacha 1175, Piso 3º  
C1008AAW  
Ciudad de Buenos Aires  
República Argentina  
Tel: (54-11) 4326-2552  
[www.kas.org.ar](http://www.kas.org.ar)  
[info@kas.org.ar](mailto:info@kas.org.ar)

Diseño: Ana Uranga B.  
Corrección: Jimena Timor

ISBN:

Impreso en Argentina  
Hecho el depósito que establece la Ley 11.723

Prohibida su reproducción total o parcial, incluyendo fotocopia,  
sin la autorización expresa de los editores

Junio 2009

*Para Francisca  
Para Santiago  
Para Delfina y Malena*



# ÍNDICE

- x | Prólogo  
Christoph Korneli
  
- x | Presentación de Jorge Fernández Díaz  
Introducción
  
- x | **CAPÍTULO I. El escenario de la libertad de expresión en la Argentina.**  
**La puja por el acceso a la información en la Argentina**
  - i. El derecho a la información
  - ii. El derecho de acceso a la información
  - iii. La libertad de expresión
  
- x | **CAPÍTULO II. Las conferencias de prensa**
  - a. Características principales de una conferencia de prensa
  - b. Metodologías utilizadas en otros países para el diálogo entre periodistas y políticos: clubes de prensa, BPK, etc.
  - c. Las conferencias de prensa en la Argentina: mirada retrospectiva y situación actual
  
- x | **CAPÍTULO III. El surgimiento de la iniciativa de la Bundespressekonferenz o BPK durante la gestión del gobierno kirchnerista**
  - a. La comunicación política en la Argentina desde el retorno de la democracia
  - b. El estilo de comunicación "K": el presidente Néstor Kirchner y su modo unidireccional de comunicar. El atril

- c. La comunicación política en el gobierno de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner
- d. Voceros que no hablan
- e. Análisis de la conferencia de CFK (agosto de 2008): contexto, reglas, imagen y situación política
- f. Principales repercusiones mediáticas de la conferencia ofrecida por la PRESidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner

**x | CAPÍTULO IV. Origen y evolución del proceso de implementación del modelo BPK en la Argentina**

- a. Primera Etapa: el Congreso de la Nación
- b. El fortalecimiento de la plataforma de comunicación política BPK en la Argentina: Segunda Etapa: los tres poderes de gobierno
- c. Tercera Etapa
- d. Otros debates dentro del Grupo Promotor

**x | CAPÍTULO V. Creación y fortalecimiento del Grupo Promotor: disyuntiva entre prestigio y pluralismo**

- a. Creación del Grupo Promotor
- b. Diferentes etapas de apertura de las conferencias de prensa: la formación de una RED de periodistas
- c. Las enseñanzas de Wimbledon  
*Por Damián Nabot*

**X | CAPÍTULO VI. Preguntar al Poder vs. Info-Entertainment: una alternativa para frenar el desprecio de los medios de comunicación por las instituciones**

- a. El pulso en la relación entre el periodismo, los medios de comunicación y los políticos: tensión vs. presión
- b. La falta del chequeo de fuentes
- c. La "tinellización" de la TV
- d. La BPK como espacio de diálogo entre periodistas y políticos. La importancia de contar con reglas que ofrezcan garantías a ambas partes y que generen confianza
- e. Más allá de la caricatura  
*Por Silvio Santamarina*

**X | CAPÍTULO VII. Información y opinión: la sociedad frente a la información política**



- a) Adaptación del modelo alemán: necesidad del ON.  
Desconfianza ante el uso del off the record
- b) Agenda mediática: reconocimiento de Preguntar al Poder como plataforma de comunicación
- b) Reconocimiento institucional de la iniciativa:
  - Primer ciclo, inaugurado por el presidente de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, Dr. R. Lorenzetti (abril de 2007)
  - Segundo ciclo, inaugurado por el vicepresidente de la Nación, Ing., Julio Cobos

**x | CAPÍTULO VIII. Necesidad de posicionamiento del Grupo Promotor y la iniciativa BPK**

- a) La iniciativa BPK y sus aliados: Adepa, Fopea, ARPA, UCES, UCA.
- b) La visión de la iniciativa BPK-Argentina desde el sector académico  
Por Jorge Liotti
- c) La importancia de las repercusiones

**x | CAPÍTULO IX. Propaganda o información pública: redefinir el rol de la prensa**

Por la Dra. Adriana Amado Suárez

**x | CAPÍTULO X. Desafíos para el fortalecimiento de la iniciativa BPK.  
a. Incorporación de nuevos periodistas**

- b. Incentivos para mejorar calidad del periodismo
- c. Federalización e intentos de réplica a nivel provincial:  
Mendoza, Santa Fe, etc.

**x | CAPÍTULO XI. Conclusiones**

Documentos adjuntos

- Declaración de Principios
- Compromiso de Integración de la RED



# AGRADECIMIENTOS

Hemos recopilado nuestras impresiones, acontecimientos y notas, intentando que el lector pueda ubicarse en el clima en el que se gestó y desarrolló la adaptación de la BPK en la Argentina. Si hemos cometido alguna equivocación u olvido, anticipamos nuestras disculpas y será sólo responsabilidad nuestra.

Los aciertos, sin duda, se deben la colaboración desinteresada de las siguientes personas, a las que queremos agradecer.

A Jorge Fernández Díaz, por permitirnos publicar su valiosa reflexión de la presentación oficial de la iniciativa en marzo de 2007, regalándonos la posibilidad de recordar una cita de Borges, enmarcando el espíritu de trabajo en equipo que nos esperaba por delante a todos los que formamos parte de esta iniciativa.

A todos los integrantes del Grupo Promotor, que entienden la necesidad de crear este nuevo espacio independiente para el periodismo y que hicieron y hacen posible seguir adelante en este camino, con el propósito de instalar un camino de largo plazo, desterrando los intereses "cortoplacistas" o "efectistas".

A Silvio Santamarina y Damián Nabot, miembros del "núcleo duro" del Grupo Promotor, no sólo por brindarnos su visión personal en este libro sino, en especial, por su constancia y perseverancia; por estar siempre allí, del otro lado del teléfono o mail, compartiendo desalientos y logros.

A los periodistas que constituyen la RED y a todos aquellos que se irán sumando en el futuro.

## 12 | Las conferencias de prensa en Argentina

A nuestra querida Adriana Amado, minuciosa seguidora de la iniciativa desde sus comienzos, por alentarnos y enseñarnos tanto y ser la inspiradora de acciones que mejorasen el proceso de adaptación de la BPK.

A Jorge Liotti, por su generosidad constante y su laboriosidad incansable para acompañar y concretar las conferencias.

A la UCES y la UCA, universidades que hacen posible la realización de las conferencias, así como a ADEPA.

A los representantes de los tres poderes que concurrieron a las conferencias y a los que pudimos entrevistar, así como a sus voceros, por confirmar que estábamos en el rumbo correcto y por permitirnos reflejar su visión y postura.

A los políticos e invitados que todavía no concurrieron a una conferencia de prensa de Preguntar al Poder, por otorgarnos así la posibilidad de convencerlos y el fundamento para seguir intentando mostrarles que en la Argentina sí es posible contar con ámbitos de diálogo, respetuosos, ordenados y auténticos.

A Guadalupe Barrera, por su apoyo y fervor para concretar la edición de este libro.

A la Dra. Marta B. Rovere, por su invaluable colaboración al integrar el equipo de trabajo durante la primera etapa del proceso de adaptación de la BPK a la Argentina.

Y, finalmente, a Paul Linnarz, Hans Blomeier y Christoph Korneli, que confiaron en nosotras y contribuyeron sucesivamente, cada uno a su manera particular, a gestar en nosotras la idea de una BPK argentina, guiándonos, escuchando y dejándonos la libertad necesaria para volar y poner en marcha un proyecto tan ambicioso.

En física, a veces, el resultado es mayor que la suma de las partes. El tiempo dirá cuál será el resultado de esta alternativa.

# ¿CAUSAS PERDIDAS?

POR JORGE FERNÁNDEZ DÍAZ<sup>1</sup>

Borges decía que un caballero sólo debería pelear por las causas perdidas. ¿Son la calidad institucional y la libertad de información causas perdidas en este país? Estamos aquí para que no lo sean. Estamos aquí para luchar contra el cinismo de la época y contra nuestro propio escepticismo.

La experiencia que trae la Fundación Konrad Adenauer de Alemania puede hasta resultarnos *naif*: una conferencia de prensa organizada por periodistas objetivos, independientes y responsables donde los funcionarios públicos dan explicaciones a la sociedad. Sin embargo, esta sana costumbre del periodismo, que debe estar siempre dispuesto a preguntar desde la objetividad, y del funcionario, que tiene la responsabilidad de responder ante la opinión pública por los actos de gobierno que conciernen a todos, parece un tanto percutida en la Argentina de hoy, donde se ha puesto de moda eludir los cuestionarios, editar las apariciones públicas y practicar el monólogo. El desafío es doble: mejorar la calidad institucional y a nosotros mismos como periodistas. Volver a preguntar, y hacerlo sin vedetismos, ni discursos ideológicos, con información y con vocación de servicio.

La idea, por supuesto, es crear un lugar, un terreno racional y civilizado de intercomunicación. Aquí hay periodistas de izquierda y de derecha, que tenemos visiones incluso antagónicas sobre los procesos políticos. Nos unen el amor y el espanto. El amor por mejorar el acceso a la información, el espanto de que

---

**1** Jorge Fernández Díaz fue miembro fundador del Grupo Promotor de la iniciativa BPK en la Argentina y es secretario de Redacción del diario *La Nación*, además de autor de numerosos libros. Ofreció estas palabras a modo de discurso en el lanzamiento del proyecto y presentación pública del Grupo Promotor el 15 de marzo de 2007.

## **14** | Las conferencias de prensa en Argentina

nuestra sociedad se vuelva cerrada y monocorde. Ojalá logremos estos simples objetivos esperanzadores. Contamos con ustedes para hacerlo.

# INTRODUCCIÓN

La Fundación Konrad Adenauer, comprometida con el desarrollo de los valores democráticos, propone en el marco de su área de acción "Medios de Comunicación y Democracia" la construcción de un ámbito de conferencias de prensa con un proceso de comunicación entre periodistas y políticos diferente al vigente, que privilegia el respeto hacia el invitado, la ética periodística y la sujeción a determinadas reglas que aseguran el pluralismo y la objetividad en la información.

El trabajo que aquí se presenta tiene por objetivo principal plasmar la experiencia de la adaptación en la Argentina de la metodología alemana de conferencias de prensa *Bundespressekonferenz* o *BPK*, así como el análisis del contexto de la comunicación política en la que se enmarca esta iniciativa, con la finalidad de difundir la tarea realizada en conjunto por diversos actores (Fundación Konrad Adenauer, Grupo Promotor, periodistas, asociaciones de medios y de periodistas, universidades y Equipo de Trabajo), considerando que hasta la fecha no hay documentos publicados sobre la materia y, por lo tanto, con la aspiración de ofrecer un trabajo que sea útil para encarar el estudio y debate de temáticas pendientes en relación con las libertades informativas y motivar el interés en replicar la iniciativa en otros países. La Argentina se convirtió en el primer país en intentar adecuar en forma concreta la metodología *BPK*.

En este documento, la Fundación Konrad Adenauer **resume los esfuerzos realizados para promover una nueva forma de comunicación política en la Argentina, partiendo de la base del sistema vigente** en Alemania desde hace más de 50 años: **la *Bundespressekonferenz*. La implementación**

**y adaptación de este proceso de comunicación al sistema argentino surgió** como una manera de colaborar frente al descontento planteado por el periodismo local debido a las restricciones gubernamentales que limitan el flujo de la información y a la ausencia de una plataforma de horizontalidad en su difusión, condiciones que se han ido agravando en los últimos años.<sup>1</sup>

El propósito de este informe consiste en mostrar la evolución de las gestiones realizadas para aplicar y adaptar en Argentina el modelo de comunicación política *Bundespressekonferenz*, el balance del trabajo realizado por el Grupo Promotor de Periodistas, el Equipo de Trabajo y todos los actores que intervienen en este proceso a través de su colaboración en él. Para la redacción de esta compilación se recurrió, como fuentes primarias, a diversos estudios anteriormente realizados para la KAS por las autoras, entre los que cabe destacar "Periodismo y Acceso a la Información Pública en México, Perú, Uruguay y Argentina" (2003)<sup>2</sup> y "Visión de los políticos y voceros de prensa acerca del periodismo y medios de comunicación argentinos" (2008). Este último es frecuentemente mencionado dentro de este trabajo con el nombre "Estudio 2008", en el cual se entrevistó personalmente a ex presidentes de la Nación, voceros de ministros nacionales y provinciales y de gobernadores, senadores y diputados nacionales, legisladores y otros políticos de relevancia en la vida democrática de nuestro país, con el propósito de conocer la mirada de la prensa desde el prisma de la política. Asimismo, el documento refleja el aprendizaje y experiencia obtenidos por la KAS, las autoras y el Grupo Promotor en la implementación de la metodología BPK.

Este documento ha sido realizado por el Equipo de Trabajo para la Fundación Konrad Adenauer, Dras. Cornelia Schmidt-Liermann y Dolores Lavalle Cobo, en adelante las autoras, quienes impulsan y participan del proyecto. Creemos que compartir desde adentro la experiencia de los orígenes, desarrollo, obstáculos, evolución y perspectivas de este proyecto puede ser de utilidad para mostrar las complejidades de una iniciativa como ésta, pero también que es posible alcanzar objetivos concretos y fructíferos cuando se construye en conjunto, valorando los principios que se tienen en común.

---

**1** Resultados de la I Jornada sobre "Situación de la comunicación política", realizada el 3/06/04 junto al Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales y el Foro de Periodismo Argentino.

**2** En coautoría con la Dra. Marta B. Rovere.



# **CAPÍTULO I. EL ESCENARIO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA ARGENTINA**

## **LA PUJA POR EL ACCESO A LA INFORMACIÓN EN LA ARGENTINA**

### ***i. El derecho a la información***

El derecho a la información garantiza el ejercicio y goce de diversas facultades informativas, conferidas tanto a los emisores como a los receptores que intervienen en el circuito de comunicación de la información, ya sea que se trate de actores públicos o privados. Es por ello que bajo el concepto "derecho a la información" quedan amparados el derecho a ser informado en forma plural, el derecho de acceso a la información pública, la libertad de expresión, etc.

Este amplio escenario supone también obligaciones que recaen sobre el Estado, como por ejemplo el establecimiento de marcos regulatorios claros y precisos para el ejercicio de la libertad de prensa o el derecho a informar. En este sentido, la ley de prensa, libertad de expresión o radiodifusión; las condiciones que se fijan para el otorgamiento de licencias de radio y TV, su implementación y los estándares de calidad que deben observarse así como el régimen de sanciones efectivas por su incumplimiento; la regulación del mercado informativo que tienda a evitar la concentración de medios y de empresas informativas, etc., funciones o competencias que el Estado debe encargarse de reglar fijando las normas a través de las cuales deben ejercitarse estos derechos. Cuando el Estado es reacio a intervenir o actúa en forma cómplice con las empresas de medios, el equilibrio entre calidad, pluralidad de fuentes y concentración corporativa seguramente se verá alterado.

En la Argentina hay numerosas asignaturas pendientes en torno a la regulación de las libertades informativas. La reforma de la ley de radiodifusión sancionada durante el gobierno de la última dictadura militar es el principal tema que ha quedado rezagado, aunque también podemos destacar la ausencia de una ley de acceso a la información pública; la falta de políticas y leyes claras en materia de concentración de medios de comunicación y de otorgamiento de licencias. En síntesis, tanto el Poder Ejecutivo como el Legislativo han desplazado de sus agendas la resolución de estas cuestiones, lo que evidencian que no constituyen asuntos prioritarios.

Sin entrar en un análisis profundo de la temática, recordaremos que durante el gobierno del Dr. Kirchner hubo una renovación de las licencias de TV por 20 años más (hasta 2025) mediante decreto presidencial, que contribuyó a mantener el status quo de competencia y no introdujo incentivos para desalentar la concentración de medios. Este esquema se mantiene durante la actual gestión presidencial. Es más: debido a la ausencia de un marco regulatorio estricto, en los últimos días de diciembre de 2008 se publicó la noticia de una eventual fusión entre las dos principales empresas que manejan el negocio de la telefonía en la Argentina, que implicaría un monopolio en el área: “el posible ingreso de Telefónica a Telecom, lo que generaría una fuerte concentración en el sector”.<sup>1</sup>

## ***ii. El derecho de acceso a la información pública***

El auge del derecho de acceso a la información pública se ve reflejado en su incorporación en las constituciones de varios países y en la sanción de leyes que reglamentan su utilización. Actualmente, aproximadamente 75 países en el mundo han sancionado una ley de acceso a la información.

En relación con otros países, la Argentina se encuentra en una posición más débil respecto de la protección y regulación del derecho de acceso a la información pública. La Constitución nacional solamente reconoce explícitamente este derecho a los partidos políticos (art. 38) y a los consumidores y usuarios (art. 42). No obstante, el derecho a la información es una garantía constitucionalmente

---

<sup>1</sup> Ver Infobae, 30 de diciembre de 2008. Aun cuando la empresa Telecom Argentina afirme que su paquete accionario es diferente del de Telecom Italia, “[s]i entre todos los accionistas hay un socio que va a saber del tema, en este caso con millones de usuarios y el resto van a ser bancos e inversionistas, sabemos quién será el que imponga estrategias”, sostuvo Aguiar, ex secretario de Comunicaciones de la Nación durante el gobierno de la Alianza, en una entrevista concedida al canal de TV C5N, por lo que señaló que la campaña de Telecom Argentina es “una verdad a medias”.

protegida en nuestro país, especialmente en la cláusula 75, inciso 22, de la Constitución Nacional. Tal artículo otorga a los tratados internacionales sobre derechos humanos categoría constitucional y los posiciona en un rango superior a las leyes nacionales, es decir, a la legislación interna. Los tratados en cuestión son: el Pacto de San José de Costa Rica; Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; Declaración Universal de los Derechos del Hombre y la Convención de los Derechos del Niño. Tales tratados establecen que el derecho a la información es un derecho humano y fundamental. A través de esta vía, los tribunales argentinos aceptaron y protegieron el derecho de acceso a la información pública en numerosos litigios judiciales.

Si bien hace más de 15 años que se presentan proyectos de ley de acceso a la información, el Congreso nacional no logró aprobar el dictado de una ley que regule sus principios básicos ni incluirlo en la agenda parlamentaria. Ello a pesar de la intensa labor realizada por las ONGs, la Oficina Anticorrupción y otras instituciones de la sociedad civil en favor de esta norma.

Argentina<sup>2</sup> y Bolivia son los únicos países en el mundo que regulan el procedimiento de acceso a la información a través de un decreto del Poder Ejecutivo. Esta situación se replica en nuestro país en algunas provincias argentinas, entre ellas Entre Ríos, Misiones y Santiago del Estero.<sup>3</sup> El Poder Ejecutivo Nacional dictó el decreto 1.172/03 de acceso a la información pública, que establece el procedimiento para transparentar diversas cuestiones atinentes al accionar estatal: por ejemplo, el procedimiento de audiencias públicas; la publicidad de la gestión de intereses (*lobby*); la elaboración participada de normas; el procedimiento para acceder a la información pública; las reuniones abiertas de los entes reguladores de los servicios públicos; asimismo, estableció la gratuidad de la edición electrónica del día del Boletín Oficial.

---

**2** El Presidente de la Nación, en uso de sus atribuciones constitucionales, goza de la facultad de dictar decretos para reglamentar la actividad interna de la administración pública.

**3** El dictado de decretos por parte del Ejecutivo se debe, en parte, a la deficiente labor parlamentaria, que no logra consensuar el texto de una ley de acceso a la información pública, lo que da lugar a dos situaciones complejas: a) un vacío de poder que es ocupado por el Ejecutivo, que aprovecha la situación para reglar discrecionalmente la forma de relación entre sociedad y Estado y b) un Ejecutivo que quiere transparentar su gestión pero que en ausencia de legislación parlamentaria decide no demorar la reglamentación de la materia y avanzar con su propia norma administrativa, si bien los alcances de un decreto solamente son obligatorios para los sujetos que dependen del Poder Ejecutivo (a diferencia de una ley, que puede establecer el deber de evacuar los pedidos de información presentados ante los tres órganos de gobierno: ésta puede ser una de las razones del retardo legislativo).

Sin embargo, el Decreto 1.172/03 constituye una norma de jerarquía jurídica inferior a la ley (por ejemplo, la Ley Nacional de Procedimientos Administrativos o la Ley Nacional de Protección de Datos Personales), y las dependencias públicas con frecuencia guían su accionar por la aplicación de leyes nacionales, para cuidarse de cometer errores en la entrega de información y abstenerse de brindarla a los requirentes y, de esta manera, continuar con la cultura del secretismo en el Estado. Por otro lado, los decretos poseen cierta fragilidad jurídica, ya que pueden ser modificados o anulados por decretos o leyes posteriores, lo que puede generar inseguridad jurídica.

El funcionamiento del Decreto 1.172/03 refleja la ausencia de unidad de criterios entre los distintos ministerios nacionales, tanto en el procesamiento como en la entrega de información. Su aplicación y cumplimiento son heterogéneos, ya que la respuesta depende de cuál es la institución ante la cual se formula el pedido y existen demoras y reticencia en entregar la documentación solicitada. Probablemente esta situación se deba al tiempo que necesitan las instituciones públicas para asimilar los cambios culturales en el tiempo. En ello trabaja en forma consistente la Subsecretaría para la Reforma Institucional y Fortalecimiento de la Democracia, mediante la capacitación a funcionarios públicos y el dictado de resoluciones que esclarecen la correcta aplicación del decreto.

El derecho de acceso a la información pública es una herramienta muy valiosa para el ejercicio de la labor periodística. Pero en la Argentina, el conocimiento y utilización de las normas de acceso a la información por el periodismo son aún limitados (Rovere, Lavalle Cobo, Schmidt-Liermann, 2003). Esta situación se fue revirtiendo paulatinamente en los últimos años y se observa un leve aumento de la presentación de pedidos de información ante las oficinas públicas, así como en la difusión mediática de este derecho, orientada a la generación de una mayor conciencia ciudadana en torno a él.<sup>4</sup> Asimismo, hay escasas presentaciones judiciales y no se puede referir a una “tendencia” por parte del periodismo a accionar ante la Justicia en casos de denegación de información: se trata de casos aislados y, en general, de periodistas del interior.<sup>5</sup>

---

**4** Del total de solicitudes de acceso a la información pública presentadas ante el Ejecutivo, un 3,95% de ellas corresponde a pedidos realizados por parte los periodistas. Fuente: [www.mejordemocracia.gov.ar](http://www.mejordemocracia.gov.ar).

**5** Ver casos Lontero, Oscar; Gadano; La Voz del Interior; Bracco; Diario Crónica de Trelew, por mencionar algunos.

### **iii. Libertad de expresión**

Si bien puede afirmarse que en Argentina existe libertad de expresión, las crecientes dificultades del periodismo en el acceso a la información y sus fuentes constituyen un importante desafío que repercute sobre el derecho a la información de la ciudadanía y también sobre la calidad de la actividad periodística. Según lo resumió un importante empresario de medios consultado, “este gobierno no tomó aún ninguna medida normativa restrictiva de la libertad de expresión, ni presentó proyectos de ley que tiendan a cercenarla, es decir, no hemos sufrido ataques de tipo legislativo ni judicial, pero han limitado fuertemente el acceso a las fuentes y las calificaciones públicas en tono despectivo contra los medios y el periodismo están a la orden del día”.

La Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), entidad que nuclea a las empresas de medios de comunicación gráficos de todo el país, ha alertado en reiteradas ocasiones acerca de las crecientes dificultades que amenazan la libertad de prensa en nuestro país. En particular, “manifestó su preocupación por la descalificación de legítimas opiniones periodísticas” que advierten sobre “la intolerancia del Presidente de la Nación, Dr. Néstor Kirchner”.<sup>6</sup>

Con posterioridad, ADEPA declaró que “[c]on una frecuencia cada vez mayor, el Presidente de la Nación hace referencias negativas a la prensa escrita desde las tribunas políticas que su sector interno erige aquí y allá en el fragor de una destemplada campaña preelectoral”.<sup>7</sup> Asimismo, expresó: “Esta tendencia del Dr. Kirchner, que la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas advirtiera con preocupación y puntualizara en distintas oportunidades, adquiere en estos días singular intensidad y peligrosidad. Esta recurrente actitud presidencial echa sombras sobre la pluralidad de ideas, enfoques y opiniones, que constituyen el sustento de una moderna democracia republicana que la Argentina necesita como insustituible plataforma de su definitivo desarrollo”.<sup>8</sup> Tal postura crítica se replica en la gestión de la actual presidenta de la Nación, Dra. Cristina Fernández de Kirchner.

Más recientemente, en su último Informe sobre Libertad de Prensa, ADEPA ahondó sus inquietudes en torno a diversas faltas de respeto a la libertad de

---

**6** Informe de la Comisión de Libertad de Prensa e Información, Punto 3; 127a. Junta de Directores de ADEPA. Buenos Aires, 31 de marzo y 1º de abril de 2005.

**7** Declaración de ADEPA: “Rechazo a declaraciones de Kirchner y reclamo por irrestricta libertad de prensa”, Buenos Aires, 6 de agosto de 2005.

**8** *Ibidem*.

expresión en el país.<sup>9</sup> Afirmó que “[l]a libertad de prensa en la Argentina se ha visto ensombrecida durante este año por reiterados episodios dirigidos contra los medios de comunicación y provenientes del poder político. Este deterioro obliga a ADEPA a mantener una actitud de alerta y vigilancia... y que la conflictiva relación del Poder Ejecutivo Nacional con el periodismo se agravó a partir del prolongado conflicto con el sector agropecuario”. Este escenario incluye desde acusaciones infundadas y *escraches* en la vía pública provenientes de sectores vinculados al oficialismo, violación de correos electrónicos, contra medios de comunicación y periodistas, hasta movilizaciones y paro del transporte a cargo del reparto de medios gráficos. También cuestionó duramente la distribución de las partidas asignadas para la publicidad oficial en el presupuesto nacional y las reiteradas expresiones descalificadoras del oficialismo hacia la prensa.

En sentido similar se ha manifestado la Asociación de Corresponsales Extranjeros (ACE), cuyos integrantes formularon reclamos en forma repetida debido al “bloqueo informativo” infligido desde el Poder Ejecutivo. Señalaron que “no conceden entrevistas ni aceptan responder en conferencias de prensa”.<sup>10</sup> En algunos casos, incluso no pueden acceder a información pública básica, como datos acerca del PBI.<sup>11</sup> En sentido similar, puede añadirse la caída de la credibilidad en la medición de datos que realiza el Instituto de Estadísticas y Censos (INDEC) acerca de información sensible como los índices de inflación, desempleo, pobreza, precios de alimentos básicos, etc.

El escenario descrito fue ratificado por el periodismo a través de los resultados obtenidos en diversos proyectos de trabajo y eventos relacionados con la libertad de información y la comunicación política en los que hemos trabajado. En especial, cabe mencionar el Proyecto de Investigación Regional “Periodismo y Acceso a la Información Pública”, Estudio de Casos: México, Perú, Uruguay y Argentina (año 2003). Más allá de las diferencias detectadas entre los distintos países objeto de estudio –centradas fundamentalmente en los aspectos culturales relativos al periodismo, los medios de comunicación y la sociedad civil–, existió coincidencia acerca de las dificultades de orden cultural referidas al Estado, en particular la cultura del secreto u ocultamiento de la información.

---

**9** Ver ADEPA, Informe sobre Libertad de Prensa, 30 de septiembre de 2008, 46ª Asamblea de ADEPA.

**10** “Medios extranjeros se quejan por el bloqueo informativo”, *La Nación*, 30 de octubre de 2005, pág. 17. Ver también, “La mala imagen que se exporta”, revista *Noticias*, pág. 32, Año XXII, Nº 1.499.

**11** “La mala imagen que se exporta”, revista *Noticias*, pág. 32, Año XXII, Nº 1.499.

- En relación con el diagnóstico de los obstáculos identificados en la región, hubo coincidencia en que la *cultura del ocultamiento de información que rige en el Estado* es la que mayor envergadura reviste, posiblemente como reflejo y resabio de sistemas autoritarios que antaño imperaron en los cuatro países analizados.
- La contratación de publicidad oficial o estatal afecta indudablemente a los medios de comunicación, ya sea en su situación económica, su independencia de criterio y/o en la cobertura periodística de la gestión gubernamental. Esta situación se intensifica en tiempos electorales.
- Una pobre valoración de la información. Otro elemento que incide en la cuestión cultural es la pobre valoración de la información como bien jurídico protegido en el derecho argentino. No hay un sistema jurídico que proteja la información como un bien mayor de los ciudadanos. Esto se ve reflejado en la ausencia de normas civiles y administrativas que regulen el flujo de información, el acceso, la organización, sistematización, preservación y archivo de los documentos públicos.<sup>12</sup>
- La falta de voluntad política encuentra sustento en un concepto personalista y privado de la información pública y la documentación oficial. Su difusión por los funcionarios públicos que la tienen en su poder está ligada a la conveniencia política y posibles beneficios que puedan derivarse de aquella, como por ejemplo un ascenso laboral. El principio que rige es el de retener y ocultar la información y no el de darla a conocer.

Por otra parte, los alarmantes índices de aumento de percepción de la corrupción en la región acentúan la necesidad de reforzar los procesos de concientización sobre la necesidad de promover herramientas de transparencia (en particular leyes y mecanismos que garanticen y reglamenten el acceso a la información) y su difusión y aplicación efectiva.

La adaptación y posterior implementación del modelo alemán denominado *Bundespressekonferenz* o Conferencia Federal de Prensa en la Argentina apunta a instalar un espacio para el ejercicio independiente del periodismo, donde no exista injerencia alguna de parte del Estado, así como a permitir el acceso a la información en iguales condiciones por todos los periodistas y medios de comunicación, transparentar el proceso de obtención de la información y hacer visible la aplicación de los principios de la ética periodística.

---

**12** Ver, Schmidt-Liermann, Lavalle Cobo, Rovere, "Periodismo y Acceso a la Información Pública en México, Perú, Uruguay y Argentina", diciembre 2003. Estudio realizado para KAS, Programa Regional para Latinoamérica Medios de Comunicación y Democracia.





## **CAPÍTULO II. LAS CONFERENCIAS DE PRENSA**

La diversidad de herramientas para la optimización de la comunicación es sumamente extensa; entre ellas se encuentran las gacetillas de prensa, las conferencias de prensa, los *newsletters*, la publicidad en la vía pública o en los medios de comunicación, etc. El factor tiempo es clave para comprender la importancia de una conferencia de prensa. Los comunicados y las conferencias de prensa son los canales de comunicación utilizados con mayor frecuencia, ya que simplifican la labor de los emisores y receptores de la información: en un tiempo breve, se entrega o se obtiene la data. Finalizada la conferencia, el periodista se ve urgido por informar más y mejor, pero sobre todo antes que los demás. Ofrecer la primicia de una noticia importa ante todo y es un hecho que los medios siempre se ocupan de destacar ante sus audiencias.

La conferencia de prensa es un evento mediático en el cual quien tiene información para difundir convoca a los medios de comunicación para presentarla y, generalmente, ofrece un espacio para preguntas. Este acontecimiento mediático puede ser de naturaleza política, artística, deportiva, etc., según quien sea la figura que la convoca.

Las conferencias de prensa tienen objetivos muy precisos: i) cumplir con la obligación de informar a los destinatarios o a la audiencia. Cuando se trata de conferencias de prensa convocadas por políticos, la organización y frecuencia con que se las llama adquiere una relevancia especial, toda vez que su regularidad es la constatación efectiva del cumplimiento del deber de comunicar los actos públicos: es una muestra real de la voluntad de ponerse a disposición del periodismo para responder a todas las inquietudes acerca de las medidas de gestión anunciadas, que luego serán retransmitidas a la sociedad. Es darle un espacio de respeto a la libertad de expresión en sentido amplio: a la del periodismo y a la de la

ciudadanía; ii) es una estrategia efectiva para aprovechar el tiempo utilizado en la comunicación: en lugar de atender numerosas entrevistas o llamadas telefónicas, en las cuales las preguntas formuladas posiblemente se repetirán, se hace un llamado abierto a todos los periodistas y medios de comunicación para concentrar los esfuerzos y economizar el tiempo destinado a despejar las consultas periodísticas; iii) otro propósito que se pretende alcanzar mediante una conferencia de prensa es la notoriedad o protagonismo mediático.

La conferencia de prensa no está destinada a satisfacer exclusivamente los requerimientos de los medios de comunicación ni el interés del *speaker* en divulgar determinada información. El fin último reside en el interés público de las distintas audiencias que, debido a su derecho a la información, tienen derecho a estar informadas y a recibir información de múltiples fuentes.

## **A. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE UNA CONFERENCIA DE PRENSA**

### ***i. Calidad de las preguntas***

La calidad de las preguntas realizadas al conferencista es uno de los ejes de mayor incidencia para obtener información cualitativamente valiosa para el público, siempre que haya buena predisposición para responderlas. Una buena pregunta no equivale a una buena respuesta, pero permite sentar las bases para lograr la información deseada. En este sentido, las preguntas no deberían apuntar a conseguir una declaración del *speaker*, sino a lograr el pleno entendimiento del tema por los periodistas y las audiencias.

### ***ii. Periodistas bien informados***

Un periodista profesional no obtiene la información de una sola fuente, sino que desarrolla su labor consultando a otras fuentes, por ejemplo voceros gubernamentales y otros informantes, y debe siempre otorgarle la posibilidad de explicación al involucrado directo de la noticia. Si bien estos principios básicos también valen para una entrevista personal, un periodista bien informado es sinónimo de buenas preguntas: su credibilidad y su prestigio frente a la ciudadanía están en juego; por lo tanto, formular al invitado preguntas sin respaldo informativo serio o superficiales no está en su naturaleza.

Por otra parte, periodistas adecuadamente informados le plantean al invitado la necesidad de estar preparado para responder a sus requerimientos. Evadir

las respuestas no constituye una buena política comunicacional: en algún momento, las audiencias lo perciben ya sea el secreto o la "sanata". Esta es una postura que a mediano plazo tiene consecuencias negativas sobre la imagen y la reputación del funcionario, cuando no sobre el gobierno.

Además, cuando comienza a difundirse y replicarse una noticia en medios diferentes se genera una presión que termina obligando a los funcionarios a dar algún tipo de información. En estos casos, el silencio no se presenta como la mejor opción, ya que sólo da lugar a más especulaciones.

Frente a este escenario, otorgar una conferencia de prensa a tiempo puede ahorrar la dispersión o desparramo de desinformación pero, además, perjuicios a la imagen o a la gestión de un funcionario.

### ***iii. Igualdad de oportunidades***

En las conferencias de prensa debe primar el principio de igualdad de oportunidades entre todos los periodistas acreditados y la elección de quienes preguntan debería llevarse a cabo en forma no discriminatoria, intentando, en la medida de lo posible, permitir a todos los presentes realizar su pregunta. Esto debe organizarse sobre la base de algún criterio de objetividad, como por ejemplo un sorteo entre todos los acreditados.

Lo importante es que el criterio de selección esté definido en forma clara y precisa antes de la conferencia. Por ejemplo, en las conferencias llevadas a cabo en la Casa Blanca con el Presidente de los EE.UU., se aplica tradicionalmente una regla de orden en la prelación de las preguntas, según el tipo de medio de comunicación que la formula: el primer lugar corresponde a los periodistas de las agencias de noticias, luego a las cadenas de televisión, y el tercer lugar es para los periódicos nacionales, revistas y radios y, por último, están los periódicos regionales o estatales.

## **B. METODOLOGÍAS UTILIZADAS EN OTROS PAÍSES PARA EL DIÁLOGO ENTRE PERIODISTAS Y POLÍTICOS: CLUBES DE PRENSA, BPK**

### ***1. The National Press Club (EE.UU.)***

El National Press Club o Club Nacional de Prensa (en adelante, NPC por sus siglas en inglés) de EE.UU. fue creado aproximadamente hace 100

años y tiene su sede en la ciudad de Washington, D.C., donde residen los tres órganos del gobierno federal: Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Su propósito fundamental consiste en ofrecer a los periodistas un lugar físico para el desarrollo de sus habilidades profesionales, la promoción de la libertad de expresión y el soporte social y material para lograrlo. Asimismo, organiza actividades de distinto tenor, entre ellas, conferencias de prensa, entrevistas, paneles de discusión y debate, etc., por las que desfilaron todos los presidentes de los EEUU, así como legisladores, ministros, diplomáticos extranjeros, empresarios, etc.<sup>1</sup>

El camino emprendido por el NPC sorteó diversos escollos, desde financieros hasta raciales y de género. En sus inicios, solamente podían formar parte del club los periodistas blancos del sexo masculino. Luego de la Segunda Guerra Mundial se aceptó la incorporación de periodistas de origen afro-americano (1955), lo que implicó su victoria en la lucha por la igualdad de los derechos entre ambas comunidades. Posteriormente, en 1971, las periodistas mujeres fueron admitidas como miembros del Club.

En la actualidad, el NPC está abierto a todos los periodistas, voceros gubernamentales y todos aquellos que sean considerados fuentes de información por parte del periodismo.

## **2. The National Press Club (Australia)**

El Club australiano comenzó sus actividades en la década del 60. En sus inicios, los encuentros consistían en reuniones informales entre periodistas para intercambiar experiencias y perspectivas acerca de la profesión. Sin embargo, luego se transformó en un foro donde semanalmente disertan primeros ministros, jefes de Estado, líderes políticos, diplomáticos, religiosos, etc., nacionales y extranjeros, con el propósito de discutir las temáticas de interés público y de actualidad, y en el cual hay un espacio para preguntas de los periodistas, guiados por un moderador miembro del Club.<sup>2</sup> Asimismo, ofrece un ámbito para el debate entre políticos oficialistas y de la oposición. El Club tiene su sede en la ciudad de Canberra.

---

1 Ver, [www.npc.org](http://www.npc.org)

2 Ver, [www.npc.org.au](http://www.npc.org.au)

### **3. Bundespressekonferenz (BPK) o Conferencia Federal de Prensa de Alemania**

La *Bundespressekonferenz* (BPK), traducida al español como "Conferencia Federal de Prensa", es una asociación alemana de periodistas independiente de los órganos de gobierno (Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial), cuya finalidad es organizar y convocar a conferencias de prensa, invitando a los principales referentes en temas de política nacional e internacional. No se trata de una conferencia de prensa gubernamental. Por el contrario, el Estado no posee injerencia en ninguno de sus aspectos organizativos, de contenidos, financieros, personales, ni de otra índole.

Su creación responde a la necesidad de cubrir un importante déficit en la oferta de información de la política federal a los periodistas, en particular la referida a las sesiones del gobierno. Las sesiones del Parlamento Alemán son públicas, motivo por el cual los periodistas dedicados a la cobertura de temas políticos legislativos pueden seguir personalmente lo que se discute y se decide en el Bundestag (Cámara Baja del Parlamento Alemán).

Por el contrario, las reuniones del gabinete de gobierno no son públicas. Es por ello que los periodistas únicamente reciben información sobre aquellos aspectos de las decisiones gubernamentales, que los integrantes del gabinete o sus voceros dan a conocer a posteriori. Dentro de este contexto, las conferencias de la BPK constituyen una plataforma de fundamental importancia para obtener esa información y otros comunicados del primer ministro y su gabinete. El elemento central de esta modalidad de provisión de información es la realización de la conferencia de prensa en forma regular, con integrantes del gobierno o sus voceros acerca de temas relevantes de la política federal, adaptada a los temas de actualidad y a la necesidad de información de los asociados.

Su origen se remonta a la República Federal de Alemania, donde en 1949 un reducido grupo de periodistas coincidió en la necesidad de creación de un mecanismo para evitar que se repitiera la manipulación de información y comunicación desde el gobierno, como había ocurrido en la época del régimen nazi. El resultado fue la creación de la BPK, constituida el 19 de septiembre de 1949. Sin embargo, figura como fecha inaugural el 11 de octubre de ese año, día en el cual resultó electo por primera vez un vocero de la BPK. Se trataba de Alfred Rapp, el corresponsal en Bonn del *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, uno de los diarios más relevantes de Alemania.

### ***i. Evolución de la BPK***

La primera conferencia de prensa organizada por la BPK se llevó a cabo el 18 de octubre de 1949 en el plenario del Bundesrat (Cámara Alta del Parlamento alemán). El invitado fue el primer ministro Konrad Adenauer.

En 1953, la BPK obtuvo la personería jurídica de *Eingetragener Verein* o asociación registrada. Para ese momento ya se había establecido un ritmo periódico de tres conferencias de prensa por semana –status que se mantiene en la actualidad–, debido a las invitaciones cursadas a los voceros de prensa del gobierno para formular los anuncios acerca de sus respectivas medidas de gobierno y posteriormente responder al interrogatorio de los periodistas.

La asociación cuenta con una sede administrativa en Berlín y una filial en Bonn. En el año 2000, la BPK se mudó a un edificio de su pertenencia, con salas de conferencias y de prensa propias, donde además tiene su central la Asociación de Corresponsales Extranjeros.

Actualmente, la asociación está integrada por más de 940 periodistas de nacionalidad alemana que desempeñan su labor profesional principalmente como corresponsales en Bonn o Berlín e informan acerca de la política federal alemana, representando a 250 medios (diarios, semanarios, publicaciones mensuales, agencias de noticias, estaciones de radio y televisión y medios electrónicos). A las conferencias de prensa se suman unos 450 colegas, integrantes de la Asociación de Corresponsales Extranjeros (acreditados en Bonn y Berlín). Todos los periodistas tienen derecho a preguntar.

Hoy en día se llevan a cabo más de 370 conferencias de prensa al año. A ellas también puede convocarse a secretarios de Estado, referentes o asesores de los ministerios, políticos de la oposición, legisladores de todas las fracciones o funcionarios partidarios, representantes de iglesias y sindicatos. Esta modalidad es elegida incluso por personalidades relevantes de la política internacional o representantes de países extranjeros para presentarse ante los medios durante su visita a Alemania.

### ***ii. Niveles de información en las conferencias BPK***

Uno de los principales atractivos que tiene la metodología BPK son las garantías que los periodistas ofrecen a los invitados: la filmación de la conferencia, pero también la fijación de diversos niveles de información sobre los cuales transcurre la misma. Son reglas que el periodismo se autoimpone voluntariamente y que cumple estrictamente.

Ocurre que en ocasiones, debido a la temática de la conferencia, el vocero o funcionario no está en condiciones de responder públicamente. Sin embargo, sí puede hacerlo en *off the record* o en forma estrictamente confidencial. Es decir, la asociación de periodistas estableció tres niveles de información: i) el nivel 1 es el que habitualmente se utiliza para informar *on the record*; ii) el nivel 2 entra en juego cuando no puede mencionarse la fuente de la información, o sea, el equivalente a un *off the record*; y iii) el nivel 3, en el cual no puede publicarse la información brindada en la conferencia.

Los invitados deben avisar a la asociación de periodistas, previo al inicio de la conferencia, si utilizarán alguno de los niveles de excepción (niveles 2 y 3), lo cual deberá siempre responder a alguna justificación objetiva y no personal. Los periodistas están obligados a respetar esta decisión y no pueden objetarla. Recordemos que las conferencias se filman, por lo cual tanto el audio como la imagen o video quedan registrados en las cámaras de TV y en los reproductores de los periodistas presentes. Por lo tanto, cuando se emplea el nivel 1, el uso de la información obtenida es libre y gratuito, y no es necesario que el convocado lo aclare: se sobreentiende que responderá bajo esa modalidad.

En cambio, cuando se utiliza el nivel 2, si bien se registra la información en las cámaras y grabadoras de los periodistas, en sus notas tienen vedado mencionar la fuente de donde la obtuvieron. En el caso del nivel 3, queda terminantemente prohibida la difusión de la información suministrada y las filmadoras y grabadoras deben apagarse, con el fin de cumplir con el requisito de la estricta confidencialidad (por ejemplo, en un caso de secuestro). Cabe aclarar que este nivel no es de uso habitual, sino completamente excepcional y la violación a las reglas de secreto, da lugar a la aplicación de sanciones al colega trasgresor por parte de la asociación de periodistas (no por parte del gobierno), que pueden llegar a la expulsión de la institución, según la gravedad del caso.

### ***iii. Características y ventajas de la BPK***

#### **1. Características de la BPK**

- Se trata de un sistema de *autocontrol voluntario*, por medio del cual los periodistas se someten a reglas preestablecidas y consensuadas por ellos mismos y confían en la ética profesional de sus colegas. El éxito de la historia de la BPK en Alemania se debe a la firmeza en el autocontrol de sus socios.

- Profesionalismo: entre los requisitos para ser admitido como miembro de la BPK se exige a los periodistas tener una sólida formación en periodismo político.
- Autonomía e independencia económica: la Asociación es el anfitrión y no permite que nadie le imponga el invitado ni la agenda temática. Se mantiene económicamente gracias al aporte de sus socios y no recibe aportes ni subsidios del gobierno.
- Goza de un esquema de funcionamiento simple o "minimalista": luego del suministro de la información (exposición o comunicado del invitado) se pasa a una ronda de preguntas con estrictas reglas de orden (en primer lugar la pregunta, luego la respuesta del invitado), sin entrar en un debate acerca del tema tratado.

## 2. Ventajas de la BPK

La experiencia del modelo de BPK en Alemania permite identificar las ventajas de su implementación:

En forma genérica, garantiza la libertad de prensa y el *fair play* a todos los involucrados en este proceso de comunicación.

Para el periodismo:

- Autonomía profesional: gozan de la libre elección del invitado y del tema a tratar.
- Garantiza la libertad de prensa: la pluralidad de periodistas presentes dificulta al gobierno y a los medios presionar a un periodista en particular.
- El acceso a la información se realiza en forma eficaz e igualitaria entre los colegas. Tienen las mismas posibilidades los periodistas de medios pequeños o grandes, del interior o capitalinos.
- Los periodistas pueden cumplir eficientemente su función de informar y de controlar, e incluso ejercer presión pública.
- Los periodistas ahorran tiempo debido a la organización regular de las conferencias y tienen posibilidad de obtener mayor caudal de información, a través de las preguntas que formulan sus colegas.
- La Asociación protege y ampara a sus miembros (siempre y cuando respeten las reglas). La presencia de una cantidad considerable de periodistas y la grabación y filmación de la conferencia torna prácticamente imposible la presentación por parte de los políticos de denuncias judiciales por difamación como consecuencia de las notas realizadas con información obtenida en ese evento.



Para los medios de comunicación:

- Fortalece la posición de los medios de comunicación: este sistema permite a los medios de comunicación ejercer su función de control, debido a la continua presencia de representantes del gobierno. A la vez, el derecho irrestricto a preguntar que tienen los corresponsales políticos en la Bundespressekonferenz es un instrumento fundamental para obtener los contenidos esenciales de la noticia e incluso descubrir comportamientos erróneos.
- Garantiza la libertad de prensa debido a la pluralidad de medios presentes, lo cual impide que un medio en particular reciba presiones políticas o se convierta en el preferido del gobierno para formular sus anuncios.
- Los medios se independizan de la práctica usual, por medio de la cual las reglas de difusión de la información política son establecidas o impuestas por los gobernantes de turno.

Para los políticos:

- Les permite cumplir con su obligación de informar a la ciudadanía acerca de su gestión en un marco ordenado, pluralista, de respeto e imparcialidad.
- Se mantiene la neutralidad político-partidaria: ningún partido debe ser beneficiado o perjudicado por los medios, ya que todos tienen derecho a solicitar participar de las conferencias de prensa.
- Constituye un sismógrafo de la gestión del gobierno o del político y se produce un flujo de información en sentido inverso. Según cuáles sean las preguntas que se les formulan, los políticos perciben la opinión que la sociedad tiene acerca de su gestión o de una medida concreta (*feedback*).
- Disminuye el riesgo de difusión parcial o errónea de la información suministrada. El registro y filmación de la conferencia son la garantía de fidelidad de lo que se ha comunicado. Esto permite solicitar la grabación al invitado que se ha sentido agraviado y demostrar qué fue lo que expresó en realidad.
- Constituye una plataforma adecuada para la comunicación, cuyo alcance se extiende a una gran cantidad de medios, en poco tiempo.

Para la sociedad civil:

- Favorece la transparencia de la información difundida a través de los medios de comunicación.

- Mejora la formación de la opinión pública, como consecuencia de un manejo adecuado y más objetivo de la información, sin manipulaciones.
- Permite procesos de participación y de toma de decisiones más serios, democráticos y pluralistas.
- Mejora la calidad de la democracia y fortalece las instituciones públicas.

Como lo indica el aumento del número de sus socios y de las conferencias de prensa, la BPK se ha convertido en un instrumento imprescindible para todas las partes involucradas: periodistas, políticos, medios de comunicación y sociedad civil. Tal afirmación queda reflejada en las palabras del primer ministro Schröder, quien concluyó al respecto: "Quien tenga algo que comunicar se preocupará por recibir una invitación de la Bundespressekonferenz".

A casi 60 años de su creación, hoy en día la *Bundespressekonferenz* también está luchando por mantener su importancia: para algunos periodistas, los políticos han tenido la habilidad de convertirla en el órgano de difusión oficial de las políticas del gobierno e imponer la agenda. Incluso hay voceros que vienen preparados con *wordings* impresos que directamente leen para contestar las preguntas.

Klaus Vater, vocero del Ministerio de Salud, considera que la BPK tiene un doble carácter: por una lado es "una parte de nuestra civilización", pero por la otra, su importancia se ha relativizado porque los periodistas, al estar enfrascados en la competencia, privilegian la exclusividad de la noticia por sobre todo y ya no participan tan incisivamente en las conferencias como antes.<sup>3</sup>

Sin embargo, un núcleo duro de 20 a 30 periodistas acreditados en la BPK no desiste: sabe que no deben perder el control de la elección del invitado y la formulación de las preguntas. LA BPK tiene el poder de dar por finalizada la carrera de políticos: por ejemplo, la de la ministra de Justicia del ex canciller Schröder, Herta Däubels Gmelin, quien no pudo justificar ante la BPK sus declaraciones públicas relacionadas con las elecciones presidenciales norteamericanas de 2002, en las que había comparado la política de George W. Bush con la de Hitler. También el ministro Klimmt tuvo su última presentación pública en una BPK: no pudo contestar a preguntas específicas y abandonó la BPK antes de tiempo.

---

**3** Holger Boethling, artículo publicado en la revista *Politik & Kommunikation*, nov, 2008, Alemania.

Conscientes de la problemática actual, la Comisión Directiva ha reformulado un aspecto de la metodología de las conferencias: los periodistas pueden ahora anunciarle con antelación al gobierno los temas críticos sobre los que le quieren preguntar, lo que los compromete a que se preparen para contestarlos y dar a conocer información al respecto.

Con los avatares de la crisis financiera y económica mundial, la BPK ha recuperado en estos últimos días parte de su esplendor y volvió a ser el centro de noticia y fuente de información, con la sala colmada de periodistas: los anuncios y preguntas sobre el impacto de la crisis económica en Alemania son realizados en el marco de las BPK para centralizar las respuestas en un marco democrático y lograr respetar no sólo una cobertura periodística plural y federal, sino también global. La presencia de corresponsales extranjeros en las conferencias se ha intensificado notablemente.

Es así que, por ejemplo, el 13 de enero de 2009, los representantes de la gran coalición política alemana: la canciller Angela Merkel (CDU), el ministro de Relaciones Exteriores Frank-Walter Steinmeier (SPD) y Horst Seehofer (CSU), aparecieron juntos y unidos ante la BPK para presentar el segundo paquete de medidas que tiene como finalidad enfrentar la crisis financiera y económica mundial. El salón "rebalsaba" de periodistas. Es el paquete de medidas históricamente más importante que un gobierno alemán haya desarrollado hasta la fecha.

Para los días siguientes ya se programaron conferencias con otros ministros, además de las de rutina con los voceros, por ejemplo, con el ministro de Economía, Dr. Glos, para dar respuesta a las preguntas que puedan haber surgido de un examen más detallado del conjunto de medidas y brindar información sobre el estado de la economía alemana.

## **CONCLUSIÓN**

Puede observarse que ningún sistema foráneo es perfecto y han atravesado diversas dificultades a lo largo de su existencia: desde el abordaje de problemáticas internas –cuestiones de raza, género, falta de motivación– hasta externas: la avidez de los políticos por adueñarse de los espacios desplegados por el periodismo.

Asimismo, no puede hablarse de "prototipos"; más bien podemos referirnos a ellos como metodologías alternativas que, a pesar de ser extranjeras y provenir de países desarrollados, han demostrado que no por ello son modelos completos

y acabados, sino que deben *aggiornarse* permanentemente e ir adaptándose a los cambios políticos, económicos, sociales y periodísticos de su país.

En síntesis: el camino que debe recorrer el periodismo que se atreve a iniciar un cambio en los paradigmas de la profesión y de las libertades informativas es arduo, con altibajos, alegrías y sinsabores.

Por todo ello, se debe tener presente que la implementación de una iniciativa semejante a las referidas, proveniente del periodismo, como por ejemplo la adopción de la metodología BPK, debe estar lejos de ser una carrera hacia el logro de un objetivo, sino que se trata de construir en forma sostenida un espacio de diálogo entre partes, donde prime el respeto entre ellas, y con el tiempo, su labor perseverante y honesta, su trayectoria y su institucionalidad serán reconocidas y honradas.

### **C. LAS CONFERENCIAS DE PRENSA EN LA ARGENTINA: MIRADA RETROSPECTIVA Y SITUACIÓN ACTUAL**

#### ***i. El gobierno de Raúl Alfonsín (1983-1989)***

El retorno a la vida en democracia en la Argentina en el año 1983, con la elección del Dr. Alfonsín (del Partido Radical - UCR) como presidente de la Nación no significó un cambio estructural real en las políticas públicas sobre medios de comunicación. En primer lugar, la ley de radiodifusión no logró ser reformada, pese a los proyectos de ley ingresados en el Congreso. Tampoco fue posible la privatización de los canales de TV abierta<sup>4</sup> –cuya propiedad y manejo perteneció al Estado durante la dictadura militar, ni su independencia funcional e institucional. Con la nueva gestión, permanecieron bajo la dirección gubernamental, lo cual contradice los principios republicanos y democráticos de publicidad de los actos de gobierno, al retener el control de su difusión en forma homogénea, así como la elección de otros contenidos que se transmitían por TV.

No obstante, para los medios gráficos, la vuelta a un régimen democrático fue sumamente positiva, ya que sin las presiones políticas impuestas por el gobierno militar, volvieron a informar reflejando la realidad y teniendo en cuenta los intereses y vaivenes de la opinión pública. Asimismo, se fundaron numerosas revistas y nuevos periódicos, lo que dio vida a una mayor pluralidad de fuentes

---

4 Con excepción de Canal 9, que fue vendido al Sr. Alejandro Romay.

de información para los argentinos. Esto tuvo su correlato en una mayor credibilidad de los medios de comunicación en la opinión pública.

El presidente Alfonsín supo tener un buen trato con los medios gráficos. Se otorgaron escasas licencias para nuevas estaciones de radio; controlaba la TV abierta (en esa época, los canales de cable aún no existían) aunque no se realizaron inversiones económicas ni tecnológicas significativas (con excepción de Canal 7); mantuvo las llamadas "listas negras" de periodistas a quienes no se les permitía desarrollar su profesión<sup>5</sup> y no modificó el *statu quo* de la empresa Papel Prensa S.A.<sup>6</sup> Este escenario descrito brevemente en el párrafo anterior es útil para entender la relación del Alfonsín con los medios de comunicación. Alfonsín fue reticente a brindar conferencias de prensa durante su gobierno. Las mismas fueron bastante escasas, a pesar de ser un excelente orador, que cautivaba a la audiencia con su elocuencia; era más afecto a convocar a grandes actos multitudinarios, de corte popular y fuerte impacto mediático. Algunos de sus ministros ofrecieron conferencias de prensa por temas de gran incidencia en la sociedad, como el Plan Austral y la mediación con Chile por el Canal de Beagle.

Por último, se destacó por tener un excelente vocero, José Ignacio López, quien muchos periodistas recuerdan como "el último vocero de verdad" en la Argentina.

#### ***iv. El gobierno del Carlos Menem (I y II presidencias (1989-1999))***

Con la asunción del Dr. Carlos Menem a mediados de 1989 (de extracción peronista, Partido Justicialista) se inicia una serie de reformas legislativas que permitirían la inversión privada en obras públicas, así como la adquisición de sociedades y empresas del Estado. El Poder Ejecutivo envió al Congreso nacional dos proyectos de ley que constituyeron factores clave para alcanzar esos objetivos: la Ley de Reforma del Estado y la Ley de Emergencia Económica.

La Ley Nacional 23.696 de Reforma del Estado, aprobada por el Parlamento con el consenso del partido radical (opositor), estableció un nuevo marco jurídico

---

**5** Entrevista con el ex presidente de la Nación y sucesor del Dr. Alfonsín, Dr. Carlos Menem, del Partido Justicialista (peronista), quien afirmó haber terminado con las "listas negras" de periodistas, como por ejemplo, Mariano Grondona.

**6** Papel Prensa S.A. produce papel para medios de comunicación gráficos a un precio más bajo que el de otros mercados. Los medios accionistas de tal empresa (*La Nación* y *Clarín*) son los principales proveedores de papel para los demás medios de comunicación y, como se trata de un negocio comercial, fijan el precio del mismo.

que tenía por finalidad habilitar al Estado a proceder a la venta de sus activos.<sup>7</sup> Esta reforma permitió el pase a manos privadas de la mayoría de los activos estatales, desde aquellos que prestaban servicios de telefonía, electricidad, transporte aéreo y ferroviario, hasta las emisoras de radio y TV. Según explican Blanco y Germano, "para proceder a la privatización total o parcial de las empresas estatales se declaró en status de "sujeta a privatización" una gran cantidad de empresas públicas...".<sup>8</sup> Es decir, a partir de esa categorización, se abría el camino para su privatización. No obstante, algunos medios fueron retenidos y quedaron en poder del Estado y fuera de este nuevo régimen: el canal estatal de TV ATC (Argentina Televisora Color), actual Canal 7; Radio Nacional; la Radiodifusora Argentina al Exterior y las emisoras del Servicio Oficial de Radiodifusión.<sup>9</sup>

Por otra parte, la Ley 23.696 derogó el inciso e) del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión, que impedía a los medios gráficos la adquisición y manejo de medios audiovisuales. A partir de ese momento, el cambio de escenario legal allana las posibilidades para dar comienzo a la concentración de medios de comunicación. Se privatizaron los canales de TV 11 (Telefé) y 13 (Artear) y varias emisoras de radio. Además, se permitió el ingreso de capitales extranjeros para la adquisición de medios de comunicación, que hasta ese entonces estaba legalmente vedado.

En relación con las conferencias de prensa, el presidente Menem las brindaba con cierta regularidad; no tenía inconveniente en responder las preguntas del periodismo. Asimismo, el ministro del Interior, Carlos Corach, acostumbraba cada mañana a montar una suerte de conferencia de prensa, atendiendo al periodismo en la vereda de su domicilio.

La relación de Menem con los medios de comunicación atravesó altibajos. Impulsó numerosas causas judiciales por injurias contra periodistas, algunas de las cuales ganó, circunstancia que fue duramente criticada, considerando que había ampliado la composición de los integrantes de la Corte Suprema de Justicia con el nombramiento de miembros afines a su juego político. Por otra parte, cuando buscó la reelección, formuló la famosa frase "ganaremos aun cuando tengamos a los medios de comunicación en contra", lo cual muestra

---

**7** Ver, Blanco, Daniela y Germano, Carlos, *20 años de medios y democracia en la Argentina*, Fundación Konrad Adenauer-Ediciones La Crujía, 2005, p. 141.

**8** *Ibidem*.

**9** *Ibidem*.

que el trato entre ambas partes no siempre fue distendido, aun cuando fue el impulsor de una reforma legislativa que permitió el desarrollo del negocio mediático sin controles estatales.

#### ***v. Gobierno de Fernando de la Rúa (1999-2001)***

A principios de 2001, el presidente De la Rúa (del partido radical en alianza con el Frepaso, de extracción peronista) dictó el Decreto 94/01 de creación del Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), que tenía como propósito principal la racionalización en la administración de los medios de comunicación estatales mediante la unificación bajo un único sistema estatal de medios de comunicación: Canal 7, Agencia de Noticias Télam y Radio Nacional y sus repetidoras en el interior del país. El decreto también dejaba sin efecto anteriores decretos firmados por el presidente Menem que pretendían la privatización de Canal 7. El SNMP, que dependía directamente de Presidencia de la Nación a través de la Secretaría de Cultura y Comunicación (hoy Secretaría de Medios), no logró posicionarse y competir con los canales de radiodifusión privados.

Por otra parte, algunos medios de comunicación generaron un clima de desprecio hacia la figura presidencial, en tanto otros fueron poco tolerantes, en parte debido a las medidas económicas poco populares y resistidas y rechazadas por la opinión pública (excesivas retenciones en el impuesto a las ganancias, blindaje financiero y aumento de la deuda pública en el exterior, corralito bancario, entre otros), así como las alarmantes sospechas de corrupción por sobornos en el Senado de la Nación para lograr la sanción de la ley de flexibilización laboral.

Durante su corta gestión las conferencias de prensa se sucedían con una frecuencia regular, sobre todo hacia el final de su mandato, cuando se realizaban permanentes anuncios en materia económica. Se mantuvieron las reuniones de gabinete de ministros. Sin embargo, debido a la caída de la imagen presidencial, en junio de 2001 el diputado nacional Juan Carlos Baylac pasó a reemplazar al vocero presidencial, Ricardo Ostuni. Si bien se afirmó que la presencia de Baylac en la Casa Rosada tenía por objetivo robustecer la comunicación, lo cierto es que su figura terminó opacando la de Ostuni, ya que se convirtió en el referente obligado del periodismo para responder a todas las inquietudes relacionadas con la administración pública.

### **vi. Gobierno de Eduardo Duhalde (2002-2003)**

La caída del gobierno del Dr. De La Rúa y el traspaso del mando presidencial al Dr. Eduardo Duhalde (principal candidato opositor en las elecciones de 1999) por decisión del Congreso de la Nación para llevar adelante el proceso de transición hasta llamar a nuevas elecciones, estuvieron acompañados de una serie de medidas económicas devastadoras para la población, el sector productivo y de servicios. Antes de la asunción del Dr. Duhalde, el Congreso había aplaudido la declaración del *default* de la deuda externa por el fugaz presidente Adolfo Rodríguez Saá (cuyo paso por la Presidencia de la Nación duró solamente una semana). Con este escenario económico en ciernes, Duhalde tomó otra medida: la pesificación de las deudas contraídas en dólares.

Sin embargo, para los medios de comunicación devenidos en grandes *holdings* en la época menemista, el *default* y la pesificación no resolvían completamente sus problemas financieros: la gran mayoría de los medios había desarrollado y expandido su negocio fuertemente, contrayendo deuda en dólares (cuando existía la paridad entre las monedas: 1 peso argentino tenía el mismo valor que 1 dólar) destinada a adquirir empresas de medios gráficos, radiales y televisivos. La legislación argentina en materia de quiebras y concursos contemplaba un instituto mediante el cual el deudor podía entregar la empresa a sus acreedores en parte de pago. Este instituto ponía en riesgo la titularidad o propiedad de numerosos medios de comunicación argentinos que habían contraído deuda en dólares con acreedores extranjeros. Por lo tanto, en caso de tener que ceder la empresa a sus acreedores, los medios de comunicación pasarían a estar controlados por titulares foráneos. El reclamo de los medios de comunicación no se hizo esperar y a principios de 2002 se dictó la Ley 25.563 de derogación de este articulado de la ley de quiebras. Fue lo que comúnmente se denominó "Ley Clarín", en atención a la importante deuda asumida por el Grupo Clarín.

Mediante el Decreto 1214/03 se intentó la descentralización de los medios audiovisuales. La norma autoriza a las provincias y municipios a crear sus propios medios de radiodifusión locales (un canal de televisión abierta y una señal de radio AM).

El Dr. Duhalde brindó escasas conferencias de prensa, aunque cabe aclarar que su gestión –por tratarse de un gobierno de transición– tuvo una duración de un año y cinco meses. Según comenta Luis Verdi, su vocero, tras el corte institucional con la renuncia del Dr. De La Rúa, el caos y las manifestaciones



en las calles, los saqueos a comercios y supermercados y la sucesión de cinco presidentes en siete días, la prioridad en la comunicación gubernamental estaba puesta en darle a la población la certeza de continuidad, de largo plazo.<sup>10</sup>

---

**10** Entrevista realizada por las autoras a Luis Verdi para el Estudio 2008.



# **CAPÍTULO III. EL SURGIMIENTO DE LA INICIATIVA DE LA *BUNDESPRESSEKONFERENZ* O *BPK* DURANTE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO KIRCHNERISTA**

## **A. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ARGENTINA LUEGO DE LA CRISIS DE 2002**

En cuanto a la relación entre periodismo, medios de comunicación y poder político, se advierte que hay una tensión entre el periodismo y el gobierno de turno, en la que el funcionario busca el ensalzamiento de su gestión a través de los medios de comunicación a la vez que pretende el ocultamiento de errores y defectos cometidos, mientras que el periodista quiere obtener otro tipo de información. Del resultado de esta contienda o "lucha de poderes" resultará el grado de información que recibirá la sociedad.

El diálogo actual entre medios y poder político fue definido como "sordo", porque hay un "divorcio entre la información que busca el periodismo y aquella que los funcionarios públicos quieren brindar". A este diálogo se han sumado nuevas figuras o intermediarios que intervienen en el flujo de la información; ellos son los voceros, las agencias de prensa y comunicación, los relacionistas públicos, etc. Su participación tiene como resultante información que viene armada o "en cassette", esto es, la información es preparada para los medios; los voceros de prensa son así "una suerte de traductores mediáticos".

Algunos periodistas entrevistados (Estudio 2003 Periodismo y Acceso a la Información Pública) señalaron que hay formas "perversas" y "sutiles" de manejar y controlar la información. Luego de la privatización de los canales de TV estatales, las empresas privadas encontraron, a través de la publicidad, la forma de controlar a los periodistas. Dado que la publicidad asegura costear un espacio en radio, cable y TV, la pauta que contratan con un medio determinado les permite a las empresas mantener un control sobre sus auspiciados. Como

indicó un destacado periodista, no les interesa la cantidad de público a quienes pueda alcanzar su publicidad, sino que “buscan y pagan protección”, y “no pagar puede llegar a tener un costo muy alto, que se traduce en campañas de desprestigio, por ejemplo”.

La crisis económica de los medios se agravó luego de la declaración de “pesificación”, la entrada en *default* (no pago de la deuda externa del país) y consiguiente depreciación del valor del peso argentino frente al dólar, el cual pasó de cotizarse bajo una paridad 1\$=1U\$ a 3\$=1U\$. Esto triplicó la deuda en pesos, en tanto que la obligación había sido contraída en dólares.

La crisis económica de los medios de comunicación tuvo su repercusión en el nivel normativo, como consecuencia de la sanción de la ley de bienes culturales, que contiene disposiciones económicas que les brindan ventajas y beneficios de ese tipo. “Es muy difícil hablar del acceso a la información cuando el medio está más interesado por negociar la libre deuda y en un país en crisis”. Se citaron como ejemplos “la llamada Ley Clarín y la Ley de Bienes Culturales”. En este sentido, durante la gestión del presidente Kirchner se sancionó la Ley 25.750 de Preservación de los Bienes Culturales, que apuntó a restringir la participación de capitales de empresas extranjeras en los medios de comunicación locales, limitándola a un 30% del paquete accionario. Esta restricción rige para las empresas que se constituyan hacia el futuro y mantiene el *statu quo* de las ya existentes.

## **B. EL ESTILO DE COMUNICACIÓN “K”: EL PRESIDENTE NÉSTOR KIRCHNER Y SU MODO UNIDIRECCIONAL DE COMUNICAR. EL ATRIL**

El ex presidente Néstor Kirchner (2003-2007) inauguró una nueva forma de comunicación de su gestión: directa y unidireccional con la sociedad. En primer lugar, durante el período electoral no se prestó a debates públicos con los candidatos de la oposición; en segundo lugar, una vez nombrado Presidente suprimió las reuniones de Gabinete de Ministros, lo cual produjo una ausencia de articulación entre varias dependencias de las vocerías oficiales. Desde el corazón del Poder Ejecutivo se reclaman reuniones de Gabinete como una necesidad para poder gestionar en forma más eficiente: “no sabemos qué están haciendo en los otros Ministerios”, señalan algunos voceros ministeriales. Aunque esta práctica no incluye a los que “están en el riñón de las decisiones”, es decir, al Jefe de Gabinete de Ministros, a funcionarios del Ministerio de Economía y a la Secretaría de Medios. En tercer lugar, no brindó conferencias

durante su presidencia y se negó sistemáticamente a responder a las preguntas del periodismo.

Un funcionario del Poder Ejecutivo Nacional lo resumió de la siguiente manera: "No es una búsqueda de la verdad, sino un juego de poderes, una pulseada a ver quién es el que gana". Según allegados al ex presidente Kirchner, se comunican los actos de gobierno, "pero desde el atril". Otro funcionario simplemente lo expuso como "la forma de comunicar de este gobierno", sin querer ahondar en una valoración de la misma, aceptando que "es una política institucional, la acepto y punto".

También desde el Ejecutivo se lanzó el siguiente interrogante: "*La pregunta es si con la política comunicacional "K" el ciudadano ¿está mejor o peor informado que antes?*" Algunos funcionarios cercanos al Poder Ejecutivo Nacional señalaron que el estilo de comunicación del ex presidente Néstor Kirchner "*logró romper con la lógica de los medios de comunicación de que la información pasa a través de ellos para llegar al ciudadano*". Un funcionario agregó: "Nunca dio una conferencia de prensa y tuvo la imagen positiva siempre alta, incluso cuando dejó el poder".

Desde el Ejecutivo se mencionó que "la actitud defensiva de gobiernos anteriores hace que el actual gobierno le retacee información para ponerse en situación de paridad con el periodismo". Se afirmó que todos los gobiernos democráticos anteriores a la era "K" fueron víctimas de los grupos mediáticos, "hubo una dependencia y sumisión importante y eso fue lo que decidió la actual forma de relacionamiento". La posición tolerante de gobiernos anteriores con la libertad de expresión del periodismo y los medios de comunicación argentinos permitió la destrucción de la figura presidencial, por lo tanto, *en lugar de tolerancia, "Kirchner lo percibió como una debilidad que podría afectarlo a él también"*.

Sin embargo, la postura que acepta el estilo "K" no es uniforme ni tampoco está extendida hoy en día en todos los ministerios y dependencias oficiales. En realidad, hay una tendencia mayoritaria que reconoce que "la política comunicacional no es muy feliz" y que "hay mejores alternativas para la comunicación y la relación con los periodistas". Cabe agregar que, salvo excepciones, se percibe que la gran mayoría de los funcionarios reconoce que preferiría un estilo de comunicación diferente, más fluido y transparente con el periodismo y los medios.

¿Se puede convertir un estilo en una política institucional? En este sentido, cabe decir que este estilo funcionó mientras no hubo conflictos económicos (inflación,

conflictos sectoriales, etc.). Cuando la crisis con el sector agropecuario golpeó la imagen positiva de la actual Presidenta –quien continuó con el estilo de comunicación del ex Presidente– hasta derrumbarla a un nivel sumamente bajo, muy por debajo del porcentaje de votos obtenidos seis meses antes en la elección presidencial: sólo ante esta circunstancia el ex presidente Kirchner ofreció conferencias de prensa y aceptó responder a las preguntas del periodismo, sin dejar de burlar la pertenencia a un determinado multimedio (julio de 2008).

Por último, el ex presidente Kirchner solamente permitió el acercamiento de los noteros de un programa de humor político, *Caiga Quien Caiga* (CQC), cuya lógica de edición es sumamente audaz. La mayoría de los políticos no saben cómo manejarse frente a estos noteros, que en realidad preguntan como periodistas pero con un alto grado de provocación y escasos límites. La edición de la nota siempre deja mal parado al entrevistado, aunque dentro de un marco humorístico. Hay que remarcar que tanto el ex presidente Kirchner como *CQC* entraron en un juego: el ex Presidente responde a las preguntas de *CQC* y el *escrache* es ínfimo, si lo hay. Es un juego *win-win*, todos ganan. Cabe preguntarse si esto no constituye una forma de expresar el desdén, desprecio o, quizás, temor hacia el periodismo político y si no termina por perjudicar aún más al periodismo serio, que reclama conferencias de prensa y acceso a las fuentes del Ejecutivo *on the record*.

Otra característica sobresaliente de la política comunicacional de la gestión “K” fue la amenaza de castigo a los funcionarios que dialogan con los medios: el contacto con los medios estaba reservado exclusivamente al mismo Presidente o algún funcionario determinado y de su extrema confianza, como por ejemplo el Jefe de Gabinete.

### **C. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL GOBIERNO DE LA PRESIDENTA CRISTINA FERNÁNDEZ DE KIRCHNER**

En materia de comunicación política, la Presidenta de la Nación continuó las prácticas de su antecesor en el cargo: no accedió al debate preelectoral, no concedió conferencias de prensa ni entrevistas hasta agosto de 2008 (sólo dos a periodistas locales seleccionados por ella luego de ganar las elecciones). No obstante, las grandes excepciones fueron las entrevistas que brindó la Dra. Cristina Fernández de Kirchner durante su campaña electoral a la cadena de televisión CNN en español y las otorgadas a algunos periodistas argentinos y extranjeros durante su visita a España, de la que fue excluido el periodista

argentino Reynaldo Sietecase (y que motivó que una ciudadana argentina, la Dra. Marta Carraro, presentara en 2007 una denuncia ante el Juzgado N° 8 a cargo del Dr. Di Giorggi en contra de la presidenta Cristina Kirchner en primer lugar y contra el vocero presidencial Miguel Núñez y el embajador en España, Carlos Bettini, como partícipes necesarios en la acción discriminatoria contra la prensa argentina).

Actualmente la Presidenta tampoco organiza reuniones de gabinete de Ministros. Heredó, además, a los principales funcionarios de la gestión anterior, quienes impulsan el estilo de comunicación "directa a la ciudadanía y desde el atril".

Su enojo con los medios se hizo sentir tempranamente, desde el inicio de su gestión. En febrero de 2008 (ver anexos) se disgustó con el periodismo local tras la conferencia de prensa que ofreciera el presidente brasileño Luiz Inacio Lula da Silva, luego de una cumbre tripartita entre Argentina, Brasil y Bolivia. Los medios de comunicación sólo pudieron enterarse de lo acontecido en la cumbre en materia energética por los dichos del presidente Lula da Silva. En esa ocasión, la Presidenta pidió a los medios que fueran "ecuanímenes" y que interpretaran bien los hechos: "fue un error periodístico interpretar que no hubo acuerdo" por el suministro de gas, según ella señaló.

Unos días más tarde (marzo de 2008), la presidenta Kirchner volvió a criticar a la prensa, al señalar que "tiene el deber de informar correctamente y no el de asustar", en relación con temas energéticos.

La limitación a la libre expresión "tiene una ida y vuelta": La Presidenta de los argentinos lo ha manifestado en varias oportunidades. Consideró que es una suerte de dictadura el hecho de que los medios periodísticos puedan decir y opinar sobre todo, pero que discriminen a la hora de transmitir aquello que no concuerda con su línea editorial.

La agencia estatal de noticias Télam dio a conocer un pedido de la presidenta Cristina Fernández para que la prensa les dé lugar a las cosas buenas que hace el Gobierno, luego que un informe confeccionado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA, mayo de 2008) llevara a su conocimiento la forma en que los medios cubrieron el conflicto con el sector agrario, y criticó –obviamente a la prensa no adicta– porque dijo: "Parece ser que hay una prohibición decretada desde algún lugar de que informar que pasan cosas buenas en la República Argentina es algo molesto". Añadió que "tenemos que exigir el derecho de que todas las voces plurales y democráticas puedan acceder también a todos los medios de comunicación. Es parte de la calidad institucional que necesitamos los argentinos", resaltó CFK. "Todavía nos deben

la calidad institucional y democrática que han reclamado desde siempre, por supuesto a los otros, nunca a ellos mismos”, dijo en alusión directa a los medios de comunicación.

Asimismo, la Presidenta pidió “tener el derecho, la libertad de que todas las voces plurales, democráticas, puedan acceder también a todos los medios de comunicación”, derecho que, según expresó, “es parte de la reconstrucción democrática a la que todos estamos obligados a contribuir. Dirijo mis palabras sobre todo a aquellos que tienen la inmensa responsabilidad de informar a la opinión pública” (4.04.08 OPI Santa Cruz).

A principios de abril de 2008 lanzó la idea del Observatorio sobre Discriminación en los Medios, que incluye como actores o partícipes que intervendrían monitoreando a los medios de comunicación en esta iniciativa a las facultades de ciencias sociales de las universidades estatales, a raíz del informe de la UBA, alertando sobre “muestras inadmisibles de trato discriminatorio de los actores sociales”, cuando el conflicto con el sector agropecuario comenzaba a agravarse.

En mayo del mismo año, cuando recrudeció la pelea con el campo, el enfrentamiento contra los medios de comunicación alcanzó su punto cúlmine con acusaciones directas a éstos y a algunos periodistas de transmitir información y noticias desfavorables. En el Gobierno causó profundo malestar la cobertura que los medios de comunicación realizaron en todo el país mostrando el estado de desánimo de la sociedad en los pueblos del interior, los piquetes, manifestaciones y cortes de ruta, etc. El hecho más significativo fue la campaña orquestada contra el Grupo Clarín, con pintadas y carteles en las calles e incluso con acciones públicas, como la del ex presidente Néstor Kirchner blandiendo un cartel con la leyenda “Clarín, el gran sojero argentino” (el eslogan de *Clarín* es “el gran diario argentino”). La campaña fue orquestada por la agrupación “La Cámpera”, supuestamente liderada por Máximo, el hijo mayor del matrimonio Kirchner.

La asociación Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) criticó al ex Presidente por ironizar despectivamente sobre la tarea periodística en las conferencias de prensa que ofreció el 11 de julio de 2008. Rechazó públicamente el tono evidentemente burlón y despreciativo de la tarea periodística utilizado por el ex Presidente de la Nación y actual titular del Partido Justicialista.

Si bien la Presidenta flexibilizó la comunicación de sus ministros con el periodismo, esta política se lleva a cabo en forma algo selectiva y privilegia el contacto con algunos medios de comunicación. El actual jefe de Gabinete, Sergio Massa, es quien tiene contacto más fluido con los medios de



comunicación, presentándose en vivo en numerosos programas de TV u otorgando entrevistas o respondiendo a preguntas formuladas tras un discurso o anuncio público.

Por último, la Presidenta se ha mostrado muy activa frente a las cámaras de TV, mediante la realización de anuncios continuos relacionados con todas las áreas de su gestión: desde críticas a la gestión o a las políticas de gobiernos extranjeros en territorio de dicho país (por ejemplo, en su visita a EEUU con motivo de la cumbre de las Naciones Unidas criticó la falta de previsibilidad económica y regulación estatal en medio de la debacle financiera), hasta la implementación de un plan de canje de heladeras, resaltando las bondades del reciclado de las partes de aquellos artefactos recibidos a cambio, información que, claramente, le corresponde difundir a un funcionario de segunda línea.

Esta política de comunicación se ha visto complementada en el último trimestre de 2008 con la publicación de editoriales firmadas por la Presidenta misma en diarios locales del interior del país.

Ahora bien, la Presidenta sólo se ocupa de anunciar buenas noticias. Por el contrario, aquellas que pueden causar desagrado o malestar real en la población –por ejemplo, el reciente aumento de tarifas en el transporte público– se dan a conocer a través de la publicación estatal conocida como Boletín Oficial.

#### **REPERCUSIONES MEDIÁTICAS:**

*La Nación*, 27 de febrero de 2008

*La Nación*, 2 de marzo de 2008

*La Nación*, 2 de abril de 2008

*La Nación*, 5 de abril de 2008

*Noticias*, 19 de abril de 2008

*La Nación*, 25 de abril de 2008

*La Nación*, 7 de mayo de 2008

*Clarín*, 7 de mayo de 2008

*La Nación*, 8 de mayo de 2008

*Clarín*, 8 de mayo de 2008

# Nuevas críticas de la jefa del Estado a periodistas

Con visible preocupación, la presidenta Cristina Kirchner embistió ayer contra la prensa cuando defendió el resultado de la cumbre tripartita de Olivos con los presidentes de Brasil y de Bolivia y acusó a los medios periodísticos a “medir con distintas varas” las decisiones de la Argentina y las de Brasil o Chile.

Las críticas a la prensa ocurrieron cuatro días después de la cumbre tripartita. El día del encuentro con Luiz Inacio Lula da Silva y Evo Morales, el Gobierno desalojó a los periodistas de la sala de prensa de Olivos y se negó a dar información sobre la reunión, tal como informó LA NACION.

“Deberíamos tener una mirada más ecuánime. Muchas veces se usan lógicas de análisis distintas frente a los mismos comportamientos”, dijo.

La Presidenta criticó “esa cosa de la mirada que los argentinos tenemos sobre nosotros mismos”.

“A los hombres que hablan y escriben, les pido que midan con la misma regla nuestros gestos y los del otro. Pa-

rece que la regla fuera siempre apuntar contra la Argentina”, se quejó.

“El año pasado había medios que rogaban que hubiera un apagón; claro, había elecciones. A ver si este año que no hay elecciones cambian la actitud”, pidió, con ironía.

Y negó que vaya a haber problemas energéticos. “Este año incorporamos 2569 megavatios más, esto significa una expansión del 11% de la oferta de generación eléctrica en relación con el año pasado”, dijo. En rigor, para analistas privados, ese volumen es una proyección, que aún no se puso en marcha y que no se cumpliría este año.

También señaló que fue un error periodístico interpretar que “no hubo acuerdo” por el suministro del gas y que la cumbre de Olivos había sido un “fracaso”.

“La reunión del sábado tuvo por objeto conformar precisamente un grupo coordinador –éste fue el objetivo que nos planteamos– para administrar racionalmente el intercambio energético que se produce en la región”, dijo.

## Política

medios

### “Se trata de ampliar el pluralismo”

“Esta es una apelación a la reflexión crítica para todos”, dijo a LA NACION el decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Federico Schuster, convocado por el Gobierno después de que esa facultad emitiera una dura resolución el martes pasado, en la que denunció la presencia de “muestras inadmisibles de trato discriminatorio de los actores sociales” en la cobertura de los medios sobre el conflicto con el campo.

“Desde el lugar que nos corresponde como facultad hicimos una apelación genérica a la sociedad. En el Gobierno tomaron eso y nos convocaron”, dijo Schuster, al explicar cómo se gestó la decisión, anunciada ayer, de que las facultades de ciencias sociales de universidades estatales se sumen al Observatorio sobre Discriminación en los Medios de Comunicación.

En la resolución, la facultad de la UBA invitó a las asociaciones de periodistas para realizar “un llamado de atención a sus afiliados y socios respecto de la falta ética grave que se han cometido” durante la cobertura del conflicto con el campo.

En el país, hay 52 carreras universitarias en esta área: 35 de comunicación y 17 de periodismo. En universidades estatales se dictan 25 de ellas y en universidades privadas las restantes 27. Sin embargo, las instituciones privadas, por ahora, no están incluidas en la invitación oficial.

Tampoco se piensa en sentar a los medios a la mesa del Observatorio. “Así como nos convocó el Gobierno a partir de esta apelación directa, estamos abiertos a que nos convoquen los medios y las asociaciones de periodistas”, afirmó Schuster, que va por su segundo mandato como decano.

—¿No se corre el riesgo de que se avance hacia un control de los contenidos?

—No hablamos de contenidos. Como somos estrictos respecto de expresiones que consideramos discriminatorias, vamos a serlo respecto de avanzar en otras cuestiones. De lo que se trata es de ampliar el pluralismo. El Observatorio no prevé sanciones a los medios, pero el Inadi elabora dictámenes a partir de sus opiniones, que pueden dar lugar a acciones civiles.

### Otra queja contra la prensa

Cristina Kirchner pidió “informar”

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner utilizó ayer el discurso sobre el estado de la Nación ante la Asamblea Legislativa, para criticar una vez más a los medios de comunicación, quejándose porque se divulgan opiniones contrarias a la postura del Gobierno sobre la situación energética del país.

En este sentido, la jefa del Estado dijo que la prensa tiene “el deber de informar correctamente” y “no el de asustar”. “Me parece que la diferencia es notable entre informar, asustar y preocupar”, agregó.

Lo que en esta oportunidad molestó a la Presidenta fue el hecho de que varios medios de comunicación reflejarán las opiniones de algunos especialistas en cuestiones energéticas, que pronostican problemas futuros en el sector.

Al respecto, Cristina Kirchner recordó que esas personas, a las que no mencionó, eran “los mismos que pronosticaban que íbamos a tener problemas en el verano y en el invierno pasado” y “fueron los protagonistas en los cortes [de energía] en los años ochenta”. “Los expertos que ahora se publican eran responsables institucionales y políticos, en ese momento, de dárles energía a los argentinos y una buena economía. [No hicieron] ni lo uno ni lo otro: mala economía y nula energía”, sentenció.

Después, volvió a embestir contra la prensa a la que, como suele ser su costumbre, apostrofó sobre cómo debe trabajar. Fue cuando se quejó, porque no se difundieron declaraciones del presidente de Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos, Guillermo Aruquipa, sobre que su país demoraría el mantenimiento de pozos para no afectar el suministro en invierno a la Argentina y Brasil, pero que, por el contrario, sí se difundieron las de Sergio Gabrielli, presidente de Petrobras, que dijo que no habría “ni una molécula de gas para la Argentina”. “Esto sí, obtuvo una difusa [sic] publicación. No sé si será por pautas culturales de que siempre esta todo mal o por alguna otra pauta, de alguna otra empresa”, concluyó.

Sábado 5 de abril de 2008

Política

LA NACION

Tras el paro del campo: duras acusaciones de la Presidenta

# Cristina Kirchner volvió a criticar a los medios de prensa

"Nos deben la calidad institucional y democrática que siempre reclaman", sostuvo

Diez días después de la trágica promesa por las elecciones legislativas, que puso fin a tres semanas de medidas de fuerza de sector en rechazo de las políticas gubernamentales, la presidenta Cristina Fernández de Kirchner volvió a rebatir ayer contra la prensa civil, escrita y televisiva del país.

"Algunos medios de comunicación olvidaron de vez en cuando la calidad institucional y democrática que han reclamado desde siempre", por supuesto, "los otros, nunca a ellos mismos", firmó la mandataria en la Casa Rosada, al presentar la firma del acta para la construcción de viviendas para la sociedad de Buenos Aires.

"El como hizo el miércoles, cuando destruyeron el Plan Nacional Contra la Discriminación, se sumaron por insinuación de la Presidenta las facultades de ciencias sociales de las universidades nacionales. De la remoción participaron el ministro de Justicia, Anibal Fernández, el secretario de Medios, Enrique Albiator, el flamante interventor del Consejo, Gabriel Marín, y el decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, Federico Schauer; y la responsable del Instituto Nacional contra la Discriminación (Inadi), María José Lobortín.

### Observatorio

La Presidenta acababa de definir la relación futura del Gobierno con los medios. Se había reunido con miembros del Observatorio de la Discriminación en los medios de comunicación, a fin de agilizar el funcionamiento del organismo.

A ese observatorio, integrado por el Comité, el Inadi y el Consejo de la Mujer, que fue creado por decreto en el marco del Plan Nacional Contra la Discriminación, se sumaron por insinuación de la Presidenta las facultades de ciencias sociales de las universidades nacionales. De la remoción participaron el ministro de Justicia, Anibal Fernández, el secretario de Medios, Enrique Albiator, el flamante interventor del Consejo, Gabriel Marín, y el decano de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, Federico Schauer; y la responsable del Instituto Nacional contra la Discriminación (Inadi), María José Lobortín.

Un rato después, la jefa del Estado pidió "más estricto, la libertad de los todos las voces plurales y democráticas puedan acceder también a todos los medios de comunicación".

"Derecho que es parte de la calidad institucional que reivindicamos los argentinos, de la responsabilidad de demostrar a la que todos estamos obligados a contribuir", aseguró.

La mandataria exhortó especialmente a "todos aquellos que tienen la tremenda responsabilidad de indicar a la opinión pública", el opinar que "son también los que Inadi debe tener en cuenta en la Argentina la calidad institucional y democrática que han reclamado desde siempre, por supuesto, a los otros, nunca a ellos mismos".

Sin embargo, el discurso de la mandataria hizo eje en la necesidad "imperiosa" de "una mirada reducida" sobre cómo se informa a los argentinos e instó a "rebatir y evitar prácticas de discriminación" como las que se vieron "en estos últimos episodios que ocurrieron en la Argentina".

En el encuentro con los integrantes del Observatorio, las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales le presentaron a la mandataria un

informe sobre las "expropiaciones discriminatorias" que, según percibieron, se hicieron desde los medios de comunicación durante la cobertura del paro agropecuario.

En una resolución posterior, el consejo directivo de la Facultad de Ciencias Sociales señaló que el tratamiento periodístico del paro agropecuario "dejó de importar afirmaciones de hechos o apreciaciones objetivas, llenas de vergüenza e indignación por sus connotaciones racistas y xenofóbicas y por la misma ignorancia que revestía".

El Observatorio evaluará el contenido de los medios sobre el conflicto para determinar si hubo o no expresiones discriminatorias. Fuentes de ese organismo afirmaron a La Nación que se buscará "sanctificar el error", aunque no se abordan cuestiones de objetividad, oportunidad ni nada que lesione la libertad de expresión o signifique censura previa.

"No habrá ningún tipo de sanciones, ni recursos judiciales para los casos de discriminación, sino que se hará constar y se intentará persuadir a los medios de cada uno de los términos en los que se difunde una información", afirmaron las fuentes.

SEVERA REACCION



66 Parece ser que hay una prohibición decretada algún lugar de que comunicar que las cosas nos y por o que también pasan cosas buenas en la Argentina algo que está de más o molesta. Cristina F.

# El periodismo apoyó a Sábat

Fue después del duro ataque de la Presidenta al dibujante por una caricatura

Con una fuerte preocupación recibieron los medios de comunicación las críticas de la presidenta Cristina Kirchner, quien llamó a los empresarios periodísticos "generales multimediáticos" y los acusó de "cambiar y tergiversar la información". A eso se sumó la directa alusión a una caricatura del prestigioso dibujante Hermenegildo Sábat, publicada ayer en *Clarín*. "Son los mismos que hoy puede ver en un diario donde colocan mi caricatura, que no me molesta -a mí me divierten mucho las caricaturas y las propias son las que más me divierten-, pero era una caricatura donde tenía una venda cruzada en la boca, en un mensaje cuasi mafioso, ¿Qué me quieren decir? ¿Qué se lo que no puedo hablar? ¿Qué es lo que no puedo contarle al pueblo argentino?", afirmó la Presidenta.

Consultado por LA NACION, el editor general del diario *Clarín*, Ricardo Kirschbaum, aseguró: "El Gobierno no entiende lo que es el papel de la prensa en una sociedad democrática. No desde ahora, sino desde la anterior gestión tiene una apreciación equivocada de lo que debe ser la labor del periodismo. Me parece una exageración lo que dijo sobre el papel de la prensa cuando el periodismo dice algo que no se ajusta al deseo oficial".

"El trabajo que nosotros hacemos en *Clarín* siempre intentó ser un reflejo de la realidad. Si la realidad no le gusta al Gobierno, lo siento. No puedo hacer nada. No se puede dramatizar tanto, no me parece que la prensa sea el centro de la cuestión", agregó.



Cristina Fernández de Kirchner

El director de *Perfil*, Jorge Fontevicchia, también transmitió su preocupación. "Me parece peligroso transmitir ese mensaje delante de miles de personas, muchos de los cuales pueden haber ocurrido en un estado casti hídrico, por las características de la convocatoria", señaló. Y agregó: "Puede alertar situaciones de violencia seguramente no queridas por quien emitió el mensaje".

Por su parte, el periodista Magdalena Ruiz Guilián expresó toda su solidaridad con Sábat, antes de afirmar: "Ser mencionado en un discurso presidencial es el mejor testimonio de cuánto molesta a los soberbios el talento ajeno".

Lauro Laño, subdirector de *La Prensa* y presidente de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA), se mostró preocupado por las críticas. "Me parece una interpretación excesiva de una caricatura de inspiración periodística que persigue reflejar la realidad, como Sábat ha hecho a lo largo de muchísimos años con distintos personajes de la vida pública, sin recoger otra cosa que muestras de admiración".

En tanto, el Foro de Periodismo Argentino (Fopa) expresó su preocupación y rechazó las afirmaciones de Cristina Kirchner. "La Presidenta tiene derecho a decir públicamente que no le gusta o está equivocada una nota o una caricatura. Pero no puede atribuirle actitudes mafiosas a un periodista con tanta trayectoria", dijo la entidad en un comunicado.

CÓMO SE ARMAN LAS LISTAS DEL INCUCAI. PACIENTES FAMOSOS, PRIVACIDAD Y SALUD PÚBLICA.  
**SANDRO: EL DEBATE ÉTICO SOBRE SU TRASPLANTE**

www.revista-noticias.com.ar

ISSN 0220-4208  
Año XXXI N° 1634  
19 de abril del 2010  
Precio: \$ 6,70  
(precio minorista)  
Interior: \$ 0,30  
Uruguay: \$ 80  
Chile: \$ 1.500  
USA y México: \$ 4,00  
España: € 0,5

ALBISTUR  
Todos los  
negocios  
incompatibles  
del  
funcionario

GOBIERNO VS. CAMPO

UN PARO HISTÓRICO

PIQUETE DE ABUNDANCIA

LA PELEA POR LA PLAZA DE MAYO

**GOBIERNO VS. CLARIN**

**DIVORCIO SALVAJE**

Como en los matrimonios por interés, la brutal separación revela que sólo los unían los negocios. Ahora, Clarín descubrió a personajes como Albistur y Rudy Ulloa; y el Gobierno, el amenazante poder del grupo. Los 10 ataques que prepara Cristina, desde golpes bajos contra Ernestina Noble hasta el delirio de quedarse con una parte del multimédios. La pesadilla oficial: cómo resistir 20 tapas críticas del diario.

**ADEMÁS:**

**Los secretos de Héctor Magnetto contados por su biógrafo José Ignacio López**

**Gaby Álvarez: su novia de 19 revela la nueva vida del RR. PP.**

**Gerente de Pergolini: detenido en Ezeiza por ingresar cocaína**

# Enojo de la Presidenta con los medios

## *Se quejó por varios artículos y títulos*

Esta vez no fue solamente contra el campo, sino que también sumó a sus críticas a los medios. La presidenta Cristina Kirchner cuestionó con dureza al periodismo, al que acusó de “desinformar” y de “azuzar” el conflicto con los ruralistas.

Su queja apuntaba, especialmente, a la forma en que se difundió la reacción de los ruralistas a una convocatoria judicial relacionada con la ley de abastecimiento. Los dirigentes habían dicho que era un “apriete” del Gobierno y la Presidenta se indignó: “Yo me imagino a un alumno que lea que se entiende como un apriete que un juez de la Constitución, aplicando una ley de la Constitución, intime a otros argentinos que usaron mecanismos de ilegalidad [durante el paro de 21 días, en marzo]”.

Le molestó que, pese a eso, se presente la situación “como un reclamo justo de un lado y como un apriete del otro”. Fue durante un acto para presentar un programa educativo en la Casa Rosada. La Presidenta sostuvo que le “preocupa” y la “ocupa” informar para todos. “Los símbolos que estamos dando a la sociedad, la simbología que estamos transmitiendo, es una simbología casi antidemocrática”, dijo, para criticar el concepto de “apriete” que usaron los ruralistas.

La Presidenta envió dardos, aunque sin nombrarlo, a *Clarín*, al que se refirió como “el diario tal vez de mayor tirada”. “¿Por qué se desinforma de esta manera? Es tal vez para azuzar un conflicto, para presentar un gobierno como que no cumple y entonces habilitar al otro sector”, se preguntó.

Los cuestionamientos de la presidenta incluyeron, además, la denuncia de que los medios están “algo vinculados” al conflicto con las entidades del campo.

Cristina Kirchner se quejó de que se hubiera publicado que aún no habían sido dictadas las normas para los pequeños y medianos productores anunciadas por la Casa Rosada para desactivar el paro del campo. Dijo que eso era falso, pero lo cierto es que la norma se publicó sólo ayer en el Boletín Oficial. Por supuesto, después de la salida de los matutinos.

“Se dice que no hemos cumplido con el convenio para la carne y en realidad el convenio que se firmó, que estamos dispuestos a cumplir para abrir las exportaciones, implica que se retrotraigan los precios para que todos los argentinos puedan acceder a los bienes que se producen en la Argentina. Hay algo que no está funcionando bien en la comunicación”, destacó la Presidenta.

### “Ilegalidad”

Para el campo, esta vez la Presidenta sólo dijo que sus dirigentes habían apelado a “mecanismos de ilegalidad” con el paro de 21 días que realizaron.

Por la tarde, en un acto en Posadas, insistió: “Quiero rogarles encarecidamente a aquellos que han tenido la suerte a partir de este modelo de crecimiento de tener gran rentabilidad, que piensen un poco en los demás”.

La Presidenta convocó, una vez más, a “todos sin diferencias partidarias, con un solo objetivo: construir la patria”.

Además, dijo que la obra pública era considerada “mala palabra, era gasto”. Y destacó: “Hoy inauguramos casi 900 viviendas, que se agregan a otras, y en las cuales más de 1500 familias van a poder contar con el sueño y la esperanza de la vivienda propia”.

## LA PRENSA Y EL GOBIERNO

AFIRMO QUE UN PERIODISTA LA "AGREDIÓ" POR GRITAR QUE AUMENTO LA CUOTA DE LOS COLEGIOS

# Cristina volvió a criticar a la prensa en dos actos oficiales

La presidenta Cristina Fernández de Kirchner defendió ayer a la secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable, Romina Picoletti, y criticó en dos actos consecutivos a la prensa independiente.

A la mañana, habló durante un acto en Casa de Gobierno en el se distinguió la labor de cinco escuelas que se destacaron en el desarrollo de experiencias educativas solidarias con la comunidad. Allí salió al cruce de las críticas a Picoletti por su reacción tardía frente a la quema de pastizales y denunció que "hay un cuestionamiento oculto" a esa funcionaria, porque está obligando a la empresa Papel Prensa a invertir US\$ 10 millones para no contaminar el río Baradero.

"Tienen que hacer inversiones por más de 10 millones de dólares que nuestro representante del Estado en Papel Prensa ha solicitado que se lleve a cabo". Papel Prensa es propiedad del Estado, Clarín y La Nación.

Durante el acto, la Presidenta también expresó su "preocupación" por un episodio ocurrido durante un acto público el lunes, en Casa de Gobierno, cuando un periodista de radio Rivadavia gritó desde el fondo del salón que la cuota del colegio donde iba su hijo aumentó un 30 por ciento. "Se me agredió verbalmente, no a mí, a Cristina Fernández de Kirchner, que es una ciudadana más", sino "a la



SALUDOS. VECINOS DE "MALVINAS ARGENTINAS" DESPIDEN A LA PRESIDENTA.

presidenta de la República", señaló la Presidenta que desde que asumió no dio una sola conferencia de prensa en el país.

Y opinó que este tipo de actitudes "revelan cierto grado de crispación o de agresión en quienes deben informar a la ciudadanía y dar el ejemplo de tolerancia y de acceso a la información para todos".

"Nos preocupa, no por nosotros, no en lo personal", sino "por el mensaje que recibe toda una so-

ciudad demasiado acostumbrada durante mucho tiempo a la agresión verbal, personal, a la descalificación del otro, cosas que van minando el alma y corazón de una sociedad", concluyó.

A la noche, la presidenta denunció la existencia de "intereses económicos corruptos" que quieren "torcerle el brazo a los gobiernos populares". Luego agregó: "Vamos a ejercer la representación popular que el pueblo nos ha conferido a pesar que esos secto-

## Otra consulta por la radiodifusión

El secretario de Medios, Enrique Albistur, anunció ayer que la nueva ley que reemplazará a la actual de radiodifusión se llamará "de Servicios de Comunicación Audiovisual" porque "abarca a todos los sectores de la sociedad". Albistur lo dijo al término de la sexta reunión que la presidenta Cristina Fernández mantuvo, en esta oportunidad con músicos, actores e intérpretes, entre ellos Pepe Soriano y Leopoldo Federico, para escuchar opiniones sobre el proyecto oficial de impulsar una nueva legislación en materia de medios de comunicación audiovisuales.

res (de los medios) que siguen diciendo que todo está mal, que nos quieren hacer bajar los brazos, pero no se le puede mentir todo el tiempo al pueblo", prometió la Presidenta, porque "más tarde o más temprano las máscaras se caen".

La Presidenta habló así durante el acto inaugural del hospital de Trauma y Emergencias Doctor Federico Abete en la localidad de Pablo Nogués, del partido bonaerense de Malvinas Argentinas.

## LA JUSTICIA FEDERAL

## Investigan el soborno en Télam

El juez federal subrogante Marcelo Martínez de Giorgi recibió ayer el sumario policial por la denuncia realizada por la agencia estatal de noticias, Télam, sobre un supuesto intento de soborno para agilizar el pago de publicidad oficial.

El magistrado remitirá hoy la denuncia al fiscal Jorge Di Lello para que efectúe el correspondiente "requerimiento de instrucción". Las mismas fuentes estimaron que Di Lello seguramente pedirá citar a los testigos que ya declararon en el sumario policial, entre ellos empleados de Télam y de una escribanía.

"No es tan claro como parecía", expresó una fuente de los tribunales federales sobre el contenido de la denuncia policial y lo que había trascendido públicamente a través de la prensa y posteriores comunicados de las autoridades de Télam.

El subgerente general de Télam, Carlos Fernández, denunció el viernes la aparición de un paquete con \$ 15 mil en su despacho. La última persona que habría pasado por allí antes del hallazgo, según se afirma en la denuncia, sería el empresario marplatense José María Núñez Carmona, quien tuvo una cita el miércoles, antes del feriado por el 1° de mayo.

Este empresario, representante de la empresa Action Media, estaría vinculado con una ex novia del secretario de Medios, Enrique Albistur, investigado en otra causa por la publicidad oficial.

## Albistur pide que no echen a un cronista

*Tras el entredicho con la Presidenta*

Un día después del entredicho que se produjo entre un periodista de radio Rivadavia y la presidenta Cristina Kirchner, el secretario de Medios, Enrique Albistur, pidió a los dueños de esa radio que "garantizaran la fuente de trabajo" de Antonio Crudo, ante las versiones que hubo de que sería despedido.

Crudo, periodista acreditado de radio Rivadavia en la Casa de Gobierno, anteayer contradijo a viva voz una afirmación presidencial relacionada con el aumento en los colegios. Eso causó el notorio malestar de Cristina Kirchner, que ayer dijo que había sido "agraviada" su investidura en ese episodio.

El entredicho tuvo lugar en la Casa Rosada, cuando la mandataria criticaba al diario *Clarín* porque había publicado que las cuotas de los colegios privados subirían hasta un 45 por ciento. La Presidenta negó esa afirmación y pidió que se chequeara en Internet que tal aumento no existía.

"Usted se equivoca, señora Presidenta, las cuotas en realidad aumentaron un 30 por ciento", dijo Crudo desde el fondo del salón, elevando la voz. Enseguida, efectivos de seguridad de la Casa Rosada lo sacaron del salón, y la Presidenta continuó con su exposición, visiblemente nerviosa.

Ayer, *La Nación* no pudo ubicar a Crudo, pero trascendió que no hablaría, porque temía ser despedido a raíz del episodio. Más tarde, Albistur se comunicó con Luis Cetrá, dueño de radio Rivadavia, y le pidió que "garantizará la fuente de trabajo" del periodista, aunque todavía no está definido si le sacarán la credencial de periodista acreditado en Gobierno.

Crudo condujo varios años el programa *De la noche a la mañana*, en la traspasada de radio Mitre hasta que en 2001 fue desvinculado de esa emisora. En 2005, ya en Rivadavia, fue uno de los periodistas heridos cuando chocó la camioneta de Presidencia que trasladaba a Cristina Kirchner.

## Nuevas críticas de la Presidenta a la prensa

La presidenta Cristina Kirchner volvió ayer a criticar a los medios de comunicación. Durante un acto con el ministro de Ciencia y Tecnología, Lino Barañao, en la Casa Rosada, la jefa del Estado se quejó de que las "buenas noticias" que anunciaba el Gobierno eran "ocultadas" por la prensa.

"Como verán todos ustedes, son muy buenas noticias [en referencia a los proyectos científicos] que, por supuesto, no aparecerán publicadas mañana en ningún diario. Obviamente serán prolijamente ocultadas y desinformadas a la población", descargó.

La Presidenta comenzó su discurso con críticas al diario *Clarín*. "Muchas veces nos encontramos con que no sólo se publican cosas que están mal, sino cosas que no son verdad. Un diario, el de más importante tirada, colocó en su portada, en letras tipo catástrofe, que la educación privada iba a sufrir aumentos que llegaban hasta el 45%", comentó. Y refutó la información al afirmar que se podía chequear si tales aumentos eran reales en Internet.

El clima se caldeó cuando un periodista radial gritó en medio del

acto que la suba había sido real, lo que descolocó a la Presidenta y provocó que la seguridad lo sacara del Salón Sur: "Si me permiten, por favor", continuó Cristina Kirchner, algo nerviosa por el episodio. "Acá ya no estamos ante la publicación de una noticia que es mala, sino de una manipulación de la información para, en definitiva, desinformar y preocupar a la gente", dijo la Presidenta, visiblemente molesta.

En otro pasaje de su encendido discurso, Cristina Kirchner arremetió con el servicio de TV por cable, en otra clara alusión al grupo *Clarín*.

"Uno de los que más agitan el tema de la inflación es uno de los mayores propietarios de cable en la Argentina donde ustedes miran televisión. Observen la factura y podrán ver que es más alta que lo que por ahí pagan en luz, en gas o en otros servicios. Ni que contarles si además quieren ver fútbol, tienen que pagar también los plus y además se han ido sacando también items de manera tal que la evolución de los precios también ha sido muy alta", se quejó.



LA PRENSA Y EL GOBIERNO

LAS PEGATINAS DE LA JUVENTUD PERONISTA

# Estiman que la campaña de afiches contra Clarín cuesta \$ 200 mil diarios

● Es el cálculo que hacen especialistas en campañas callejeras. Cuesta \$ 3 por afiche.

Horacio Alzpeola  
hazpeola@clarin.com

Entre 50 mil y 65 mil afiches por día en la Ciudad de Buenos Aires y en el conurbano. Casi unos 200 mil pesos diarios. Estos son los números en los que coinciden distintos especialistas en campañas publicitarias callejeras, al evaluar los costos de las pegatinas lanzadas por el kirchnerismo contra Clarín y el canal de cable Todo Noticias.

Una campaña de esta magnitud suele verse en los momentos álgidos de elecciones, comentó un especialista en publicidad en la vía pública, quien se reivindica como "un veterano de campañas políticas y comerciales". "Este tipo de pegatina son realizadas por grupos reclutados entre ba-



IMPAPPELADO. NUEVOS CARTELES CONTRA CLARÍN PEGADOS ILEGALMENTE POR LA JUVENTUD PERONISTA. AYER, FRENTE AL CONGRESO

Cifras

Con los 200 mil pesos que, aproximadamente, está gastando el kirchnerismo por día en esta campaña contra Clarín se podrían pagar diariamente:

**1.000**

Planes sociales para sectores carenciados, que, actualmente, promedian los 200 pesos por mes.

**20.000**

Cajas de leche en polvo, para abastecer un mes a unos 15 mil chicos de comedores escolares.

**300**

Jubilaciones mínimas, tomando el salario de bolsillo del sector pasivo que ronda los 650 pesos.

...o publicista. Los especialistas consultados pidieron no ser nombrados: varios admitieron realizar pegatinas legales para el oficialismo.

"Todo Negativo, todo negocio", "Clarín miente, Clarín aprieta", son algunas de las leyendas que cualquier vecino pudo leer ayer, en carteles pegados en las avenidas de Mayo, Libertador, o en barrios alejados del macrocentro, como Mataderos o Colegiales.

Pero hubo uno especialmente agresivo: un afiche con las imágenes de Carlos De Elia, gerente de noticias de Canal 13 y de la periodista del mismo medio, María Laura Samuilán. "Este me recuerda a las películas de cowboys, donde se vean carteles con el título de 'buscado' (wanted); es gravísimo cuando se personaliza una campaña sucia", opinó Federico Pinedo, jefe del bloque PRO de diputados nacionales.

"Al micro y macrocentro, se lo empalpa con unos 15 mil afiches", evaluó un legislador porteño, que, paradójicamente, milita en las filas del kirchnerismo. Con esta cifra coincidió un diputado nacional de izquierda. Sumados los barrios porteños y algunas áreas del conurbano, el especialista consultado por Clarín, estimó "en 50 mil a 65 mil los afiches". También dijo: "Se pagan dos pesos por cada afiche pegado, y el costo de cada uno ronda el peso; hacé la cuenta", soltó.

La estrategia de saturación abarca paredes de edificios públicos y privados, postes telefónicos, gabinetes de las empresas de ser-

Antecedentes

## Moyano, Cristina y Kirchner

● 1º de abril: El Gobierno convoca a un acto de apoyo a la Presidenta en Plaza de Mayo. Desde el palco de invitados especiales, mientras esperaba el discurso de Cristina Kirchner, Hugo Moyano levanta un papel con la leyenda: "Clarín miente".

● 9 de abril: La Presidenta habla en el acto de inauguración de una planta potabilizadora de AySa en Bernal. En primera fila, se exhiben carteles que dicen "Clarín miente" y otros, con el logo del canal TN, reutilizado por los militantes como "Todo negativo".

● 10 de abril: En un acto en el Centro Galicia, jóvenes peronistas muestran carteles contra Clarín. Al final, Néstor Kirchner levanta uno en el que se lee: "Clarín, el gran sojero argentino". Está firmado por la agrupación La Cámpora, donde milita su hijo, Mónico.

● A partir de entonces, en las



PIQUEROS. MOYANO, EN EL PALCO

callejeras de Buenos Aires comienzan a aparecer una serie de afiches, con las leyendas "Clarín miente", "Clarín contamina", "Clarín aprieta" y "Clarín quiere inflación". Son firmados, alternativamente, por La Cámpora, la JP Evita o la Juventud Peronista.

Albistur, secretario de Medios del Gobierno nacional), los refugios de los colectivos (en manos de la firma Spinazzola) y los carteles luminosos (manejados por Publicidad Sarmiento).

El uso de estos espacios es pago, un detalle que se torna tonto y anecdótico cuando se trata de una prepotente campaña sucia. Ayer, los afiches contra Clarín y

## Vigilia del kirchnerismo

La juventud kirchnerista pega carteles y vigila con celo los que otros hacen grupos políticos. Dirigentes de Jóvenes por la Igualdad, agrupación que integra la Coalición Cívica, denunciaron ayer que la mayoría de los afiches que lanzó a la calle con la consigna "Kirchner miente", fueron "inmediatamente tapados por el kirchnerismo con otros donde descalifican la labor periodística del canal Todo Noticias".

"No nos llama la atención que no tapara los afiches. Los índices de inflación del gobierno son la clara muestra de que la política del kirchnerismo es tapar la verdad, intentar acallar a la oposición, ya sea a través de la cooptación o mandando la patota", afirmaron voceros de Jóvenes por la Igualdad, cuya referencia a nivel nacional es Elisa Carrizo.

TN invadieron también estos espacios. Cuando se pega sin autorización sobre estos espacios que ya fueron reservados y pagados a las empresas concesionarias, en la jerga publicitaria hablamos de "sabotaje", confió un funcionario comunal. Según se explicó, las cuadrillas legales pegaron los afiches "entre las 4 y las 6 de la mañana, sobre la pegatina

Antecedentes

## Táctica del menemismo

A principios del gobierno de Carlos Menem, parte de las duras peleas internas se expresaron en afiches contra el grupo denominado "celeste". Los atacados en esa campaña fueron el entonces secretario general de la Presidencia, Eduardo Bauzá, el senador Eduardo Menem, el ministro Roberto Dromi y el entonces diputado José Luis Manzano. Los carteles, atribuidos al sector "rojo punzó", aludían a supuestos hechos de corrupción como la compra de guardapolvos por parte del Estado.

El caso le costó el puesto a Omar Faszi Lavalle como secretario de Turismo. Y hasta fue demorada la hermana de Enrique Albistur, hoy secretario de Medios, ya que los afiches se habrían confeccionado en la imprenta familiar.

El Gobierno porteño también se vio afectado por la campaña sucia. Muchos afiches correccionistas a una campaña oficial, ubicados en lugares autorizados y pagados por la Ciudad, fueron tapados por la pegatina anti-Clarín. "Si, esto también le hace daño a la Ciudad", admitió un integrante del gabinete kirchnerista.



ANIBAL GRECO

Los carteles contra el diario en el barrio de Núñez

## Campaña en la calle contra el diario *Clarín*

El gobierno de Cristina Kirchner convalidó en los hechos la campaña contra el Grupo Clarín que desplegó la juventud kirchnerista mediante una masiva pegatina callejera de afiches en el centro porteño.

La campaña fue organizada por la agrupación La Cándida, cuyo máximo referente es José Ottavis, que desempeña un cargo en la Presidencia de la Nación con despacho en la Casa Rosada. "Nuestra conducción es Cristina Kirchner y Néstor Kirchner", dijo a LA NACION Mariana Grass, una de las referentes del grupo.

"No le pedimos permiso para llevar adelante acciones. No creemos en la obediencia debida. Y esto lo hicimos porque nos parece aberrante el poder del Grupo Clarín", agregó. Dejó en claro, así, que la pegatina tiene el aval, aunque sea implícito, de la Presidenta.

Ottavis es director de Programas de Gobierno de la Secretaría General de la Presidencia y tiene a su cargo a unos 30 funcionarios jóvenes, con funciones de asesores. Ottavis comparte la conducción del grupo con los dirigentes juveniles Juan Cabandie, diputado porteño por el Frente para la Victoria, y Mariana Grass, directora nacional de la Juventud del Ministerio de Desarrollo Social, que dirige Alicia Kirchner.

Los tres jóvenes dirigentes cuentan con sus propios presupuestos, cuyos montos no fueron precisados. Tampoco se informó sobre los costos de la elaboración de los afiches. Una fuente

oficial de la Casa Rosada aseguró a LA NACION que "se trata de fondos partidarios". De todas maneras, destacó que "ese tipo de gastos es ínfimo respecto de los costos que implica el funcionamiento de una agrupación política" y destacó que sólo es una campaña restringida al centro porteño.

Dentro de la Casa Rosada, Ottavis tiene diálogo directo con el secretario general de la Presidencia, Oscar Parrilli, y mantiene un vínculo permanente con Máximo Kirchner, el hijo de la presidenta Cristina Kirchner y el ex presidente Néstor Kirchner.

"Cada vez que recibimos recursos sacamos una tirada de afiches", dijo Grass, aunque se excusó de precisar el origen de los fondos porque señaló que "de ello se encargan otros dirigentes" de la agrupación juvenil.

### Críticas

■ La presidenta Cristina Kirchner defendió anteayer a la secretaria de Ambiente, Romina Picolotti, y dijo que los medios la atacan por su decisión de obligar a la empresa Papel Prensa a pagar 10 millones de pesos para no contaminar el río Baradero. "Tienen que hacer inversiones por más de 10 millones de dólares que nuestro representante del Estado en Papel Prensa ha solicitado que se lleven a cabo", afirmó.

**La Cumbre de Lima:** la mandataria volvió a eludir a los periodistas

## Cristina y su diálogo con la prensa: “¿Se van a portar bien?”

*La comunicación presidencial, el silencio*

Por **Martín Rodríguez Yebrá**

*Enviado especial*

LIMA — Una ráfaga de secretarios, custodios y camarógrafos oficiales permitió intuir a lo lejos que Cristina Kirchner saltó de su enésima reunión bilateral en la cumbre. El grupo de cinco periodistas argentinos que anteaer seguía sus pasos intentó lo imposible: “Presidenta, ¿podemos hablar?”. Ella levantó la mirada y sonrió: “¿Se van a portar bien?”. Ni se detuvo. Primera oportunidad perdida.

La segunda llegó ayer, al final de la última audiencia de la Presidenta, esta vez con el primer ministro de Holanda. “Ustedes son muy buenos profesionales y sabrán qué escribir”. Alguien le abrió la puerta de una 4 x 4 que en cinco segundos ya acababa camino del aeropuerto.

En dos días de actividad frenética, la Presidenta y su comitiva ejercitaron con precisión su política de comunicación basada en el silencio, el misterio y una pizca de desinformación.

En ella ni su delegación hablaron en forma oficial con la prensa. Ni un solo representante de la Argentina pisó el centro internacional de prensa, en el que 1500 reporteros entrevistaron y consiguieron datos de presidentes, ministros y voceros de casi todas las 60 comitivas participantes de la Cumbre de América Latina y la Unión Europea.

### Muchas conferencias

Desde Evo Morales hasta José Luis Rodríguez Zapatero, pasando por Hugo Chávez y Angela Merkel, ofrecieron hasta dos conferencias de prensa

en Lima. Países de peso como España e Italia se expusieron a una rueda de preguntas y respuestas diaria exclusiva para medios de su país y otra abierta al resto. La organización de la cumbre informó que hubo 47 conferencias de prensa en tres días.

Para los enviados argentinos el centro de prensa era tierra muerta. Los presidentes y las comitivas tenían reuniones y debates en otro edificio, a un kilómetro de distancia y en teorías de acceso prohibido para los medios de comunicación. Cierto desconcierto de los encargados de controlar el acceso permitió que periodistas argentinos pasaran al Museo de la Nación, sede de la cumbre, y reconstruyeran la actividad presidencial.

Casi como un calco de lo que hacía Néstor Kirchner, la Presidenta redujo al mínimo el número de acompañantes a la cita que más le importaba: la que tuvo con Zapatero, el líder español. Entró sólo con el canciller Jorge Taiana y el embajador en Perú, Darío Alessandro. Lejos de ser un interlocutor habitual con la diplomacia española. En la lógica kirchnerista, pocos testigos garantizan una construcción controlada de la realidad.

Después de esa reunión, fuentes de la comitiva enfatizaron que con Zapatero “no se habló sobre las empresas” españolas. Se usó el formato de versión oficial *off the record*. Para otros datos, los funcionarios kirchneristas apalan a novedosos formatos: hablan “*my off*” u “*off off*”.

Pero en el caso de la reunión con España, Zapatero había anticipado una rueda de prensa que tocaría el tema de la traumática venta de acciones de Aerolíneas Argentinas, controlada por el



Cristina Kirchner, apurada en la cumbre, acompañada por su vocero, Miguel Néñez

grupo Marsans. Después, la secretaria española para Iberoamérica, Trinidad Jiménez, contó con lujo de detalles el diálogo bilateral sobre ese punto. Fue durante una ronda a micrófono abierto con enviados españoles.

Ayer fue incluso más difícil saber qué hizo Cristina Kirchner. Un puñado de periodistas peruanos intentó tomar una declaración de ella cuando salió de su audiencia con Evo Morales. “Gracias, gracias, gracias”, oyeron. Salieron corriendo en dirección contraria cuando el líder boliviano surgió por otra puerta y los guió hasta una sala

donde aceptó preguntas y respuestas durante media hora.

Tres fotógrafos de Presidencia y un camarógrafo de la empresa La Corte tomaron las imágenes oficiales de cada reunión de Cristina Kirchner. El vocero Miguel Néñez gestionó que esas tomas llegaran a Buenos Aires cuanto antes. Los legisladores que integraron la comitiva casi no entraron en las reuniones y la secretaria de Ambiente, Romina Picolotti, aguardó en los pasillos a la espera de que la Presidenta le pidiera algún dato si se tocaba el tema del cambio climático.

Al irse del Museo, la Presidenta volvió a encontrarse con medios peruanos. En el revuelo casi pierde un zapato y se fastidió con los flashes. “Es fatal. Qué extraordinario el impacto de la digitalización en la fotografía”, le dijo a Taiana, que iba a su lado. Claro, antes se cuidaba el rollo. Algo incómoda, empezó a responderle a una periodista local sobre la reconciliación de México y Chávez. “Me pareció un gran gesto. Fue testigo de ese diálogo... ¡Ay, me van a hacer caer!... Gracias, gracias”, quedó grabado en la cinta.

#### **d. Voceros que no hablan.**

Los voceros que han podido ser entrevistados para el Estudio 2008 por las autoras, han coincidido en la siguiente definición de su función:

El rol primordial del vocero es comunicar la gestión de su jefe, y junto con su equipo, debe preparar y distribuir información y explicaciones sobre las políticas adoptadas por su jefe. Esta labor no se agota en preparar una gacetilla, dado que debe explicar de manera fácil y entendible el material suministrado. Sobre todo, porque también los voceros lamentan la falta de capacidad de interpretación de la información suministrada por parte de los periodistas; señalan que se observan "muchas dificultades en la lectura de datos". Asimismo, notan que falta mayor elaboración de la nota por parte del periodista. La especialización desaparece, no a nivel de editores, sino a nivel medio.

Según explica Yamila Samaan, asesora de prensa del Ministro de Educación de la Nación: "la oficina de prensa es una gran usina de contenidos". Tiene bien presente que "el vocero cumple el rol de mediador, que debe acercarle toda la información posible al periodista, ayudarlo en su trabajo, ser fuente de información y dar celeridad a las respuestas." Pero sin llegar a una relación de amistad. **Debe existir cierto límite."**

En general, los voceros son conscientes que deben "producir" información para el periodismo, dado que los periodistas además, tienden a ser perezosos, no elaboran la nota y, a veces cometen errores gruesos, ya que les falta información de base.

Asimismo, el vocero **debe informar a su jefe del devenir cotidiano**. Se encarga de "filtrar" información, en el sentido de intentar transmitir la realidad lo más objetivamente posible. En general, esta información es preparada dentro de cada vocería, salvo una excepción, en la que este trabajo es tercerizado.

Los voceros entrevistados admitieron que no hay mucha comunicación y articulación entre las diferentes vocerías de los ministerios, con algunas excepciones. Incluso es difícil obtener información de otras vocerías. Al no existir en el actual gobierno reuniones de gabinete, **tampoco hay reuniones de voceros**. Los consultados coincidieron en que una **comunicación regular "inter-vocerías" seguramente resultaría útil tanto para efectivizar el trabajo, como para comunicar mejor la política integral del gobierno**. Todos se asombraron positivamente ante el ejemplo dado de Alemania, en el que todos los días por la mañana, se lleva a cabo un "conference call" de

aproximadamente 10 minutos entre todas las vocerías, para definir temas importantes y de estrategia comunicacional.

Entienden que deben seguir la línea de la política de comunicación del Poder Ejecutivo, por lo que cada vocero ha intentado armar una estrategia propia para acercarse a la prensa, que puede consistir en: preparación y distribución de gacetillas, fortalecimiento de la página web del Ministerio, contactos personales con algunos periodistas especializados, que conocen la temática y en los que se puede confiar a la hora de comunicar.

En general, hay coincidencia en que no es fácil posicionar una buena noticia y, que lamentablemente, muchas veces la transmisión de la información al ciudadano por parte de los medios es parcial. Según Yamila Samaan: "Han llegado a tergiversar la información de manera bestial".

Cabe destacar que, en general, los entrevistados consideran las conferencias de prensa organizadas como una herramienta útil para comunicar y acercarse al periodismo y a la ciudadanía de forma plural.

A diferencia de lo que pasa en otros países, los voceros no se consideran "consejeros en los temas de la política de sus jefes ni tampoco portavoces de la información del Gobierno". Circunscriben su actividad a la de suministrar información.

La mayoría de los políticos entrevistados concuerdan en calificar que la **función del vocero se ha "desdibujado"** en la Argentina: muchas veces el vocero termina siendo quién interpreta para los periodistas, siempre en "off" lo que dice su jefe.

***e. Análisis de la conferencia de CFK (agosto de 2008): contexto, reglas, imagen y situación política.***

El viernes 1 de agosto la Dra. Schmidt-Liermann recibió un llamado de la Subsecretaría de Comunicación, con cuyo titular, Lic. Daniel Rosso, había estado reunido en junio pasado el Equipo de Trabajo con ocasión del análisis acerca de la visión de los funcionarios y políticos sobre el periodismo y los medios de comunicación argentinos. En aquella oportunidad, el Equipo de Trabajo presentó, asimismo, la metodología de comunicación política alemana "Bundespressekonferenz" o "BPK" y su adaptación en la Argentina por un renombrado grupo de periodistas –denominado Grupo Promotor-, junto con las reglas y declaración de principios que la caracterizan. La propiedad principal de esta herramienta consiste en quienes son los convocantes: el periodismo

es quien invita a dirigentes políticos, sociales, sindicales, etc. a brindar conferencias de prensa.

En el mencionado llamado de la Subsecretaría de Comunicación, dependiente de la Secretaría de Medios, se solicitaron nuevamente las reglas BPK que el Grupo Promotor adopta en las conferencias de prensa que ha realizado hasta la fecha en el país y a la cual han concurrido el Vicepresidente de la Nación, Ministros Nacionales, Gobernadores Provinciales, integrantes de la Corte Suprema de Justicia, Presidentes de Partidos Políticos, etc.

La conferencia de prensa es un ejercicio democrático de los gobernantes de dirigirse a la ciudadanía, en forma regular o periódica, a través de la intermediación del periodismo y los medios de comunicación, para comunicar sus actos de gobierno, hacer anuncios, etc. No puede estar sujeto a los resultados de una encuesta de imagen del funcionario, sino que debe constituir una política comunicacional. Tiene que formar parte del conjunto de herramientas de la comunicación política de un gobernante, con la finalidad de dar cumplimiento a su deber de informar a la sociedad civil y satisfacer su derecho a saber.

La conferencia con la Presidenta de la Nación tuvo lugar el sábado 2 de agosto, siendo el periodismo convocado con escaso tiempo (el día anterior). Sin embargo, la conferencia con Cristina Fernández de Kirchner significó, en ese momento, un primer paso positivo y democrático de dialogar con el periodismo. En la semana siguiente, hubo un breve acercamiento al periodismo, con motivo de la crisis política en Bolivia, donde la Presidenta respondió 3 o 4 preguntas. El encuentro tuvo lugar en la Casa Rosada, y asistieron los periodistas acreditados en la institución. Desafortunadamente, estos eventos no volvieron a repetirse.

El tiempo demostró que la conferencia brindada en agosto no constituyó un giro en la política comunicacional, ni el inicio de un diálogo con el periodismo para sostener con continuidad en el tiempo, sino que fue una estrategia para revertir la caída de su imagen -producto del enfrentamiento con el sector agropecuario- pero por sobre todo, opacar la inauguración de la muestra de la Sociedad Rural Argentina y "ganar las tapas de los diarios del domingo", objetivo que se cumplió ampliamente. En este sentido, la cobertura mediática mostró que la Presidenta capitalizó la oportunidad y salió mejor parada que los periodistas, a quienes se vio con preguntas deslucidas y poco incisivas.

Para el éxito de una conferencia de prensa se necesitan periodistas bien informados, cuyo objetivo principal sea obtener la información y no un protagonismo personal. La información es la protagonista, no el periodismo ni

el político que responde. La conferencia de prensa, como acto público, tiene que servir para que el destinatario de la información se entere de algo que no sabía hasta ese momento. Esto no ocurrió en la conferencia con la Dra. Cristina Fernández: el status quo informativo no se alteró por la conferencia, sino por el acto en sí. La noticia fue la conferencia, no la información.

Se notó que las preguntas fueron demasiado largas, cuando en realidad tienen que ser breves y directas, el periodista tiene que ir al grano, sin perder tiempo mostrando cuanto sabe o cuan bien pregunta. Por otra parte, las preguntas largas abren el juego a preguntas difusas e innecesariamente extensas.

Como referimos anteriormente, la conferencia con la Presidenta de la Nación se programó con poca antelación y a agenda abierta, es decir, permitiendo que se pudiera preguntar sobre cualquier tema, a la vez que eran muchos los periodistas acreditados, incluso se recibió a la prensa extranjera (eran más de 120 periodistas en total) y por lo tanto, muchos se quedaron sin poder preguntar. Materialmente, por razones de tiempo, hubiera sido imposible atender 120 preguntas. Esto retrotrae nuevamente a cómo se realizan las preguntas, la falta de articulación, coordinación o lo que el Grupo Promotor denomina "cultura solidaria" entre los colegas. Así, al no poder realizar repreguntas, en la BPK alemana, si el político no responde la pregunta, el periodista siguiente retoma el tema y presiona para que conteste, resignando la propia pregunta, pero pujando por la información. Volvemos a lo mismo, la información está por encima del intermediario.

Por otra parte, se observó que algunos temas sensibles para la población estuvieron ausentes en las 25 preguntas que se formularon en las casi 2 horas de conferencia: por ejemplo, ningún periodista preguntó acerca de la inflación, tema que figura en el tope de preocupaciones de los argentinos, en las encuestas.

Como saldo positivo, además de este primer acercamiento desde el Ejecutivo, que esperamos se reitere en el futuro, reinó un clima de respeto entre ambas partes. Quizás contar con reglas que brinden garantías para todos en la conducción de la conferencia haga posible que este sano ejercicio se repita. Y la repetición seguramente, colaboraría para que el periodismo emerja del adormecimiento al cual la anterior gestión presidencial los tuvo acostumbrados durante tanto tiempo.

Para la Presidenta la conferencia finalizó luego de las dos horas que duró el evento mediático. Anunciado su final, se retiró del estrado y a continuación se acercaron los periodistas que participaron de la conferencia, para continuar

haciendo preguntas. Sin embargo, la Presidenta se escudó astutamente en una de las principales reglas de la BPK: no tener contacto directo con el invitado ni antes ni después de concluida la conferencia. Así fue como, ante la insistencia de los periodistas, proclamó “no puedo continuar respondiendo, las reglas de la Adenauer no me lo permiten”, afirmación que fue transmitida en vivo por los canales de cable y aire. Esta declaración le permitió retirarse del auditorio sin tener que prolongar su contacto con la prensa. Sin embargo, en rigor de verdad, la regla mencionada por la Presidenta no es de autoría de la Fundación Konrad Adenauer, sino de la Asociación de Periodistas alemanes, la “BPK”.

Sus declaraciones generaron una suerte de tenue confusión sobre quien cobraba protagonismo detrás de escena en la conferencia. Claramente, no fue la Fundación Konrad Adenauer, institución con más de 40 años de presencia y trayectoria en nuestro país, que se limitó a transmitir las reglas que se utilizan a diario en Alemania y que seguramente constituían una suerte de garantía para la Presidenta, al acudir a metodologías foráneas para limitar el acecho mediático. De allí que con el objetivo único de despejar cualquier duda que hubiera podido surgir en el periodismo o en otros sectores, la Fundación Adenauer tomó la decisión de emitir un comunicado de prensa, aclarando las diferencias fundamentales entre una conferencia BPK y la organizada en Olivos.

**Comunicado de Prensa Emitido  
por la Fundación Konrad Adenauer  
el miércoles 6 de agosto de 2008**

**COMUNICADO DE PRENSA**

Asunto: Comunicado de la Fundación Konrad Adenauer sobre la primera Conferencia de Prensa de la Presidenta

Fecha: 5 de agosto de 2008

1. La Fundación Konrad Adenauer saluda la iniciativa del gobierno de recobrar un modelo democrático para brindar información pública y agradece la posibilidad que le fuera concedida de contribuir con un mecanismo para regular la primera conferencia de prensa de la Presidenta de la Nación.
2. Las reglas que fueron solicitadas por el gobierno, surgieron de un proceso de adaptación de las reglas de la Bundespressekonferenz (BPK) a la realidad argentina. Para su puesta en práctica esta Fundación y las colaboradoras



Dras. Dolores Lavallo Cobo y Cornelia Schmidt-Liermann (contrapartes en este proyecto) convocaron a fines de 2006 a un grupo de periodistas activos y comprometidos (denominados conjuntamente "Grupo Promotor") quienes, a pesar de sus ajustadas agendas y obligaciones, estuvieron dispuestos a intentar poner en marcha una nueva plataforma de comunicación política en la Argentina. Se apuntó a lograr un pluralismo de representación tanto de medios como de ideologías.

La experiencia positiva de las primeras conferencias de 2007 fue lo que motivó que a mitad de ese año el Grupo Promotor procediera a la apertura total de las conferencias a otros periodistas y de conformar una Red, en cumplimiento del art. 1° de la Declaración de Principios suscrita en diciembre de 2006, con aquellos colegas que cumplieran un requisito objetivo: ser periodista en ejercicio activo de la profesión en temas de "políticas y actualidad". Desde entonces se invita, a través de comunicaciones dirigidas a ADEPA, FOPEA y ACE, a todo periodista a participar de las conferencias BPK. Y gracias a la colaboración de estas instituciones, el link con el audio de cada conferencia está disponible para todo el país.

No se invita únicamente a aquellos políticos que habitualmente se niegan a atender telefónicamente a los periodistas, puesto que sería no reconocer a quienes habitualmente están dispuestos a brindarles información.

3. Consideramos que el gobierno reconoció en la metodología utilizada durante el desarrollo de las conferencias BPK una opción válida y confiable para su primer acercamiento democrático al periodismo.

Pero hay que diferenciar claramente:

Se trató de una conferencia gubernamental, no de una BPK: La "Bundespressekonferenz" o "BPK" o Conferencia Federal de Prensa es una metodología de comunicación política que se utiliza en Alemania desde hace más de 55 años y su característica fundamental reside en que son los periodistas quienes convocan a conferencias de prensa, invitando a distintos dirigentes políticos, sociales, etc. y definiendo la agenda de temas. La BPK invierte la lógica de la dinámica de la información y toda la organización de

la conferencia corre por cuenta del periodismo; el Estado no tiene injerencia alguna en sus aspectos financieros, organizativos, de contenidos, etc., ya que no se trata de una conferencia de prensa gubernamental.

Esta metodología brinda un marco adecuado para la comunicación entre los periodistas y los políticos y tiene por objetivo garantizar el ejercicio de la libertad de prensa, el pluralismo informativo y la objetividad en la información, privilegiando el respeto al entrevistado, la ética profesional y la sujeción a determinadas reglas por ambas partes, asegurando el desarrollo de la conferencia.

La conferencia es conducida por un moderador (periodista), quien dirige el diálogo, otorga la palabra y vela por el cumplimiento de las reglas. Se caracteriza por un esquema de funcionamiento simple o minimalista: se hace una ronda de preguntas con orden preestablecido.

A los efectos de permitir que todos los periodistas presentes puedan ejercer su derecho a preguntar, inicialmente no se da lugar a las repreguntas. Pero cuando el tiempo así lo permite, hay una segunda vuelta de preguntas y en ocasiones ha habido tercera ronda. El ejercicio de la BPK en Alemania ha contribuido a la articulación y solidaridad entre los periodistas, ya que si no se logra la respuesta buscada, el siguiente periodista continúa preguntando sobre la temática, hasta lograr la respuesta concreta.

El sistema BPK es asimismo considerado como un sismógrafo de la gestión del político: las preguntas dan cuenta de las temáticas que son sensibles para la población; es un termómetro de las preocupaciones de la ciudadanía.

Se disminuye el riesgo de la tergiversación de la información ya que el registro y la filmación de la conferencia son una garantía de fidelidad de lo transmitido.

4. Los medios y periodistas exigen que se les suministre información y el gobierno tiene la obligación de otorgarla. No es el gobierno el que establece la agenda, pero el gobierno tiene la posibilidad, a través de las conferencias de prensa, de comunicar la información sobre su gestión en forma simultánea, transparente

y en igualdad de condiciones a periodistas y medios de todo el país. Sería bueno que el gobierno incorpore la modalidad de las conferencias de prensa como una práctica habitual.

5. Cabe destacar que, para que este modelo siga funcionando en el país sin ser objeto de manipulaciones de ninguna clase y se pueda ir fortaleciendo, es fundamental que el grupo plural e independiente de periodistas que se conformó y estableció reglas específicas mediante la firma de la Declaración de Principios de diciembre del 2006, vele por el cumplimiento estricto, generando así la confianza necesaria en el mismo y colabore activamente en el crecimiento de la Red.

El proceso de adaptación e implementación de la BPK en Argentina, a un año y medio de su existencia, debería ahora lograr una cierta institucionalización para poder actuar con mayor legitimidad y estar al servicio de una mejor comunicación política en el país. Ese será el desafío. Invitamos a todos los periodistas políticos del país a sumarse a esta experiencia.

Christoph Korneli  
Representante de la  
Fundación Konrad Adenauer  
en la República Argentina

***f. Principales Repercusiones Mediáticas de la Conferencia Ofrecida por la Presidenta de la Nación Cristina Fernández de Kirchner.***

NOTA EN DIARIO CRÍTICA DE ARGENTINA: domingo 3 de agosto de 2008

NOTA EN DIARIO LA NACIÓN: domingo 3 de agosto de 2008

NOTA EN DIARIO LA NACIÓN: miércoles 6 de agosto de 2008

NOTA EN REVISTA NEWSWEEK: Edición del miércoles 6 de agosto de 2008

NOTA EN REVISTA NOTICIAS: Edición del sábado 9 de agosto de 2008

NOTA EN DIARIO LA NACIÓN: martes 12 de agosto de 2008

CRISTINA ELIGIÓ LAS NORMAS DE LA KONRAD ADENAUER

## Reglas alemanas para la prensa

Cristina Kirchner explicó que la conferencia que dictó ayer siguió las reglas para ese tipo de encuentros dictadas por la Fundación Konrad Adenauer, de Alemania. Dolores Lavalle Cobo y Cornelia Schmidt-Liermann, miembros de la Fundación en la Argentina, que fue contactada por el Gobierno antes del evento, explicaron en qué consisten esas normas.

“La Conferencia Federal de Prensa o BPK es una metodología de comunicación política que se utiliza en Alemania desde hace más de 55 años y su característica fundamental reside en que son los periodistas quienes las convocan, invitando a distintos dirigentes políticos, sociales o empresariales.

Esta metodología brinda un marco adecuado para la comunicación entre los periodistas y los políticos y tiene por objetivo garantizar el ejercicio de la libertad de prensa, el pluralismo informativo y la objetividad en la información, privilegiando el

respeto al entrevistado, la ética profesional y la sujeción a determinadas reglas por ambas partes que aseguran el desarrollo de la conferencia. De esta manera la comunicación de los actos de gobierno y el pensamiento de quien tiene la función de gobernar tienden a buscar un mayor desarrollo de la democracia y aporta al fortalecimiento de la calidad institucional.

La conferencia es conducida por un moderador (periodista), quien dirige el diálogo, otorga la palabra y vela por el cumplimiento de las reglas. Se caracteriza por un esquema de funcionamiento simple o minimalista: se hace una ronda de preguntas con orden preestablecido.

No hay lugar a repreguntas, ya que así se permite que todos los periodistas presentes puedan ejercer su derecho a preguntar; por otra parte, el ejercicio de la BPK en Alemania ha contribuido a la articulación entre los periodistas, ya que si no se logra la respuesta buscada, el siguiente periodista “toma la posta” y conti-

núa preguntando sobre la temática, hasta lograr una respuesta.

El sistema BPK constituye un sísmógrafo de la gestión del político: se produce un flujo de información en sentido inverso, ya que las preguntas dan cuenta de las temáticas que son sensibles para la población y, que el periodista transmite.

Se disminuye el riesgo de la tergiversación de la información ya que el registro y la filmación de la conferencia son una garantía de fidelidad de lo transmitido.

La BPK constituye una plataforma adecuada de comunicación y difusión porque participan del mismo una pluralidad de periodistas y medios, facilitando la difusión masiva de la información a toda la ciudadanía.

Las reglas aquí descriptas, que caracterizan a la BPK, fueron aplicadas a la conferencia de prensa que brindó ayer, por primera vez, la Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner. Celebramos esta decisión y hacemos votos por su continuidad.”

# Una tarde de nervios en la cima del poder

*Cristina se mostró seria y con sólo algunos toques irónicos*

Catalina, la nueva perra boxer de la familia Kirchner, parecía ayer el único ser que no se inmutó con la primera conferencia de prensa que dio su dueña en los ocho meses de mandato. Mientras los colaboradores de la presidenta Cristina Kirchner iban y venían, chequeaban lo que se iba publicando en los medios, tomaban nota de las declaraciones y se mostraban algo nerviosos, la mascota se regodeaba con las caricias del jefe de la Casa Militar, Alejandro Graham, sentada entre el enjambre de cables de las cámaras de televisión.

Cristina Kirchner convocó a Olivos a sus ministros más cercanos. Estuvieron con ella antes de la presentación el jefe de Gabinete, Sergio Massa, el ministro del Interior, Florencio Randazzo, el secretario de la Presidencia, Oscar Parrilli, y el de Medios, Enrique Albistur. Los cuatro se pasaron de un lado al otro de la quinta para ultimar todos los detalles.

Con movimientos nerviosos, el más preocupado fue Massa, ideólogo de la presentación. Parrilli, mientras tanto, tomaba nota de cada pregunta, y Albistur reclamaba silencio ante el bullicio de los periodistas que esperaban su turno para preguntar. Randazzo, en mitad de la tarde, se daba vuelta y le preguntaba a Massa cuánto faltaba para el final.

Pero el que tuvo un papel protagónico entre los colaboradores de Cristina fue su vocero, Miguel Núñez, moderador de la conferencia. Ella quedó conforme, salvo cuando él intervino para aclarar que una periodista de apellido Cavallo nada tenía que ver con el ex ministro de Economía. La Presidenta lo frenó. Seria, lanzó: "Y si lo fuese, no tiene importancia".

Los comentarios posteriores entre los cronistas fueron de decepción porque en el vocero presidencial quedó la decisión final sobre quiénes preguntarían y quiénes no. Pero al menos, comentaron, no hubo militantes dispuestos a aplaudir o abuchear como en las recientes ruedas de prensa de Néstor Kirchner:

El modelo de conferencia se tomó de la fundación Konrad Adenauer, con la cual se comunicaron desde el



Massa siguió la conferencia mezclado entre los periodistas

Gobierno para consultar el es-  
que-  
ma. Núñez lo siguió a rajatabla. No aceptó, ni por descuido, una repregunta o dos consultas juntas. Estricta, Cristina Kirchner se tomó sus licencias para corregir a algún periodista distraído que se animó a llamarla Presidenta. "Presidenta", le aclaró, y citó a LA NACION que en un artículo había defendido el uso del género femenino para esa palabra.

## Fopea celebra

■ El Foro de Periodismo Argentino (Fopea) celebró ayer la decisión de la Presidenta de ofrecer su primera rueda de prensa, algo que la institución considera "una obligación republicana" que debería tornarse habitual. Además, ofreció colaboración para la organización de futuras conferencias, en las que propuso fijar "reglas que permitan algún espacio para repreguntar y obtener respuestas más concretas".

"Y LA NACION, en materia de tradición, es decana", amplió.

No fue la única referencia que hizo a este diario. Para refutar la encuesta de Poliarquia Consultores que ayer se publicó sobre la baja en su imagen, Cristina Kirchner minimizó el hecho y sostuvo: "Es difícil que el resultado de una encuesta no coincida con la línea editorial de un diario". Y consideró que en la campaña electoral algunos medios publicaron que podría haber ballottage. La Presidenta pasó por alto que una semana antes de las elecciones LA NACION publicó como título principal de tapa una encuesta, también de Poliarquia, que le daba a ella 22 puntos de ventaja.

Ayer hubo espacio para 25 preguntas, y casi la mitad para medios extranjeros. Uno de ellos se animó a la consulta del doble comando. La Presidenta lanzó una carcajada y le retrucó: "¿Cuánto hace que estás acreditada en el país?". "Seis", contestó la cronista brasileña. "Si hubieras estado en 2003, hubieras visto en letras de molde exactamente los comentarios al revés", se defendió.

# Sólo dos preguntas y de un único tema

## *Cómo fue la nueva rueda de prensa*

En menos de tres días, dos conferencias de prensa. La nueva política de comunicación del Gobierno tuvo ayer otro capítulo. La presidenta Cristina Kirchner decidió insistir en el método de contacto con los periodistas y eligió hablar en la Casa Rosada para instalar su propia agenda.

Por primera vez durante su gobierno y el de su marido, Néstor Kirchner, la Presidenta pisó la sala de conferencias del segundo piso de la Casa de Gobierno. Además de reforzar el esquema del sábado pasado, en su primer contacto con el periodismo, la jefa del Estado quiso ella misma instalar un tema que considera de extrema gravedad, como la crisis en Bolivia.

Esta vez, la metodología utilizada fue bien diferente. La Presidenta convocó a la conferencia para hacer un anuncio específico, no como el sábado, y sólo permitió dos preguntas y pidió que fuesen únicamente sobre la suspensión de su viaje a Bolivia.

Como nunca antes, se cambió el escritorio desde el que siempre hablaron sus ministros o funcionarios y se colocó, en su lugar, un atril, desde donde la jefa del Estado hizo el anuncio. Eso sí, fue con bastante demora. Cristina Kirchner llegó exactamente una hora después de lo previsto.

Esta vez no se eligió ningún método preestablecido, como fue en la anterior presentación, y que originó una aclaración de la fundación Konrad Adenauer, a la que el Gobierno le había solicitado de urgencia el viernes pasado el modelo llamado Conferencia Federal de Prensa (BPK) para aplicarlo.

Esa fundación emitió ayer un comunicado en el que cuestionó que en Olivos no se habían seguido las reglas dispuestas. Según la Konrad

Adenauer, el método BPK indica que son los propios periodistas los que convocan a la rueda de prensa.

“Consideramos que el Gobierno reconoció en la metodología utilizada durante el desarrollo de las conferencias BPK una opción válida y confiable para su primer acercamiento democrático al periodismo, pero hay que diferenciar claramente que se trató de una conferencia gubernamental, no de una BPK”, sostuvo en el comunicado.

“Su característica fundamental reside en que son los periodistas quienes convocan a conferencias de prensa, invitando a distintos dirigentes políticos y sociales y definiendo la agenda de temas”, agregó.

### **“Sin manipulaciones”**

Además, detalló que el moderador siempre debe ser un periodista. En el caso de la conferencia del sábado, ese rol lo ocupó el vocero presidencial, Miguel Núñez.

Si bien la fundación alemana celebró el paso dado por el Gobierno en su apertura al periodismo, también reclamó que el método pueda ser utilizado “sin ser objeto de manipulaciones de ninguna clase y se pueda ir fortaleciendo”.

La Fundación Konrad Adenauer explicó que este tipo de conferencias “invierte la lógica de la dinámica de la información y toda la organización corre por cuenta del periodismo”, algo no tenido en cuenta por el Gobierno. Y aclaró que “el Estado no tiene injerencia alguna en sus aspectos financieros, organizativos ni de contenidos”.

En la rueda de prensa del sábado, todo el armado estuvo a cargo del Gobierno, incluido el listado de periodistas que preguntarían y el orden de cada uno de ellos.

## Editorial

**D**EBO CONFESARLES QUE antes de publicar este artículo en la tapa tuve al menos dos reparos. El más importante: ser cuidadoso con nuestros lectores. Quienes sufrieron de cerca el daño que provocan las adicciones podían sentirse afectados por esta portada o incluso malinterpretar su contenido. Nuestro editor, **Matias**

**Loewy**, especialista en temas de salud y ciencia, tuvo en cuenta estos aspectos a la hora de presentar una información tan seria como polémica: el LSD, el éxtasis o la psicodina ya arrojan resultados promisorios en tratamientos médicos. Los resultados en desórdenes de ansiedad en pacientes terminales, trastornos obsesivo-compulsivos o hasta migrañas son estudiados por las universidades más prestigiosas, desde Harvard hasta la UCLA o la Johns Hopkins, en los Estados Unidos.

El segundo reparo recién lo advertí al momento de escribir estas líneas: mis padres fueron hippies. Vivieron en Ibiza dos años, sin luz eléctrica ni agua corriente. Me aseguran que su experiencia psicodélica fue escasa y los creo. Imaginar a tus padres en pleno trance lisérgico podría resultar, más que inquietante, difícil de visualizar.

Pero volvamos a la nota.

Tal como leemos en la nota de Jencen Interlandi, el largo viaje de la psicodelia tuvo su auge en los años sesenta y recién hoy, alejado del sensacionalismo mediático, se lo investiga con rigor científico. **Alejandra Folgarait** aporta datos concretos sobre los orígenes de esta búsqueda en los ámbitos académicos y psicoanalíticos, desde Sigmund Freud hasta las sesiones más experi-



mentales que se vivían en los consultorios argentinos.

Para completar la edición, Loewy añadió un texto original publicado en Newsweek en 1963, dos años antes de que naciera el eslogan hippie del "Flower Power". Por último, **Alexander Beard**, estudiante de la Universidad de Oxford de paso por Buenos Aires, abarca la matriz social y describe cuáles son las drogas de síntesis que se consumen hoy en la Argentina.

De la medicina y la sociedad a la política local e internacional. **Andrés Bruzzone**, licenciado en filosofía y periodista argentino residente en Brasil, reflexiona sobre la transformación cultural del país vecino. **Rosendo Fraga** agrega una visión histórica. También entrevistamos al director del Banco Central, Henrique Meirelles, para que nos cuente cómo derrotaron a la inflación.

Otras que lograron lo que parecía imposible son **Dolores Lavalle** y Cornelia Smith, asesoras de la Fundación Konrad Adenauer: durante dos años promocionaron el sistema alemán (BPK) de conferencias de prensa que finalmente aplicó la Presidente. En su nota sugieren —si se repiten— cómo se podrían mejorar: "Los periodistas deberían preguntar mejor", apuntan. Nuestro enviado a Olivos, **Juan Morris**, no tuvo la oportunidad y cuenta todo lo que le hubiera gustado preguntarle a la mandataria.

Además, una gran nota sobre los Juegos Olímpicos y el impacto que tendrán en el pueblo chino... y en todo nuestro planeta.

—ALEX MILBERG

(milberg@newsweekargentina.com)

### PERIODISTAS & COLUMNISTAS

## ESTA SEMANA EN NEWSWEEK



**Alejandra Folgarait**

Psicóloga, periodista científica y autora del libro "En trance". Hace un recorrido histórico sobre el uso terapéutico de drogas psicoactivas y cuenta el renacimiento de su uso en Europa y EE. UU., a pesar de la prohibición.



**Jerry Adler**

Forma parte del equipo de Newsweek desde 1973. En esta edición escribe sobre los políticos que se dedicaron al arte: desde Adolf Hitler y Winston Churchill, hasta Saddam Hussein y Jimmy Carter. Vanidad, ambición y sensatez.



**Lucila Rolón**

Periodista de Newsweek. Se sumergió en el mundo del sexo adolescente y entrevistó a sociólogos, sexólogos y jóvenes para investigar la supuesta "epidemia" de sexo oral en la adolescencia.



**Orville Schell**

Doctor en historia china, decano de la Universidad de California y colaborador de Newsweek EE.UU. Escribe sobre el costado político de los Juegos Olímpicos de Beijing 2008 y lo que significan históricamente para los chinos.

Escribanos a correo@newsweekargentina.com

### NEWSWEEK ARGENTINA

EDITOR RESPONSABLE: Sergio Szustad  
DIRECTOR EDITORIAL: Alex Milberg

### CONSEJO EDITORIAL: Ron Javers, Andrew Nagorski

SENIOR EDITOR: Daniel Balanceda  
EDITOR: Helen Lewis  
REDACCION: Juan Morris, Lucila Rolón y Julia Tavei  
COLABORADORES: Ana Seruchian, Rosendo Fraga, Hernán Osoyari  
CORRECCION: Daniela Fernández Bramón  
DIRECTOR DE ARTE: Martín Arma  
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA: Gianni Russo  
COORDINACION: Gastón Corralo

### VENTAS DE PUBLICACION, ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA:

Director Comercial: Fernando Barman  
Gerente Comercial: Patricia Bord  
Ejecutivo de ventas: Liana Palacios  
Mail: publicidades@newsweekargentina.com  
Tel: (501) 4388-8184

### NEWS FOR AMERICA LLC - Newsweek en español

CONSEJO DIRECTIVO: Juan Díaz-Caneado, Felipe Díaz-Caneado, José Luis Fernández de la Maza y Camilo Sánchez Mora  
DIRECTOR GENERAL: Osmel Sánchez Mora  
DIRECTORA EDITORIAL: Nayeli Torres  
EDITOR ASISTENTE: Enguerrand L. V. Vidales  
FOTOGRAFIA: Helio Scarpa, Steve Delle  
ASISTENTE DE PRODUCCION: Asyrin Ramos  
DISEÑO: Blanca L. Argente, Bruno Guerrero y José L. Mica

### THE INTERNATIONAL NEWSMAGAZINE

Published by Newsweek, Inc.

The Washington Post Company  
Katherine Graham, 1917-2007  
Donald E. Graham, Chairman of the Board  
and Chief Executive Officer

### CHAIRMAN: Richard M. Smith

MANAGING DIRECTOR: Ann L. McDaniel

CHIEF EXECUTIVE OFFICER: Tom Neenan

EDITOR: Jan Meehan

EDITOR, Ediciones Internacionales: Farid Zakaria

WORLDWIDE SPECIAL EDITORS:

EXECUTIVE EDITOR: Ron Javers

SENIOR EDITOR: Andrew Nagorski

OPERATIONS MANAGER: Jack Ivage

Newsweek, Inc.

25 West Street, New York, NY 10011

PRESIDENT and CHIEF OPERATING OFFICER:

Harold Stein

EXECUTIVE VICE PRESIDENT & WORLDWIDE

PUBLISHER: Gregory J. Cobby

INTERNATIONAL PUBLISHER: Rhona Murphy

### EDITORES REGIONALES: Joseph Dertman (América Latina),

Christopher DeKey (Oceania Austral)

CORRESPONDIALES: Londres: Stryker McGuire, Ted Neiderland

(Lima de Correspondencia), Raimon Parnis: Christopher

Dickey, Bruselas: Karen Leary Miller, Moscú: Oren Matthews,

Jerusalén: Kent Parham, San Epirota: Raghad: Scott Johnson,

Social: Seligson, Ciudad del Cabo: John Hammer,

Tokio: Christian Cary, Hialeah: Takayama, Hong Kong: George

Worwitz, Pekín: Melinda Liu, Nueva Delhi: Ron Moras,

México, D.F.: Joseph Dertman

Published by Newsweek, Inc.

PRESIDENT and CHIEF OPERATING OFFICER: Harold Stein

EXECUTIVE VICE PRESIDENT, WORLDWIDE

PUBLISHER: Gregory J. Cobby

U.S. PUBLISHER: Patricia L. Haggerty

MANAGING DIRECTOR, INTERNATIONAL:

Frances Vergias

DIRECTOR OF WORLDWIDE MARKETING:

Elizabeth Ann Giacosa

DIRECTOR OF WORLDWIDE OPERATIONS:

Mary W. Kozlowski

DIRECTOR OF SALES OPERATIONS: John M. Ernst

Newsweek Argentina ISSN 0506-2220 es una publicación de

NEWSWEEK S.A. con News For America LLC bajo licencia de

NEWSWEEK, INC.

Newsweek Argentina, Dabene 5655, 2.º y 3.º, C.P. 1414, Ciudad

Austral de Buenos Aires, (00351) (00341) 4332-4992

Inscripción en IPESB, Matrícula 1915.

Prohibida su reproducción total o parcial.

Distribución en Capital Federal y GBA:

Distribuidora Sarmiento - Pagnoni SCS, Buenos Aires

Distribuidora en el interior: Distribuciones Internas S.R.L.

Por DOLORES LAVALLE COBO

UNA NOTICIA INÉDITA SORPRENDIÓ A LOS ARGENTINOS EL VIERNES 1 de agosto por la mañana. La Presidenta de la Nación recibirá el sábado a los periodistas en un inusual ejercicio mediático: una conferencia de prensa con derecho a preguntar a agenda abierta. El encuentro intentó emular la aplicación de las reglas que utiliza la asociación de periodistas alemanes "Bundespresskonferenz" (BPK), bajo las cuales se comunican regularmente todas las semanas los voceros de los ministros y, tres veces al año, la Canciller, Angela Merkel.

La "BPK" es una metodología usada en Alemania desde hace 55 años y su

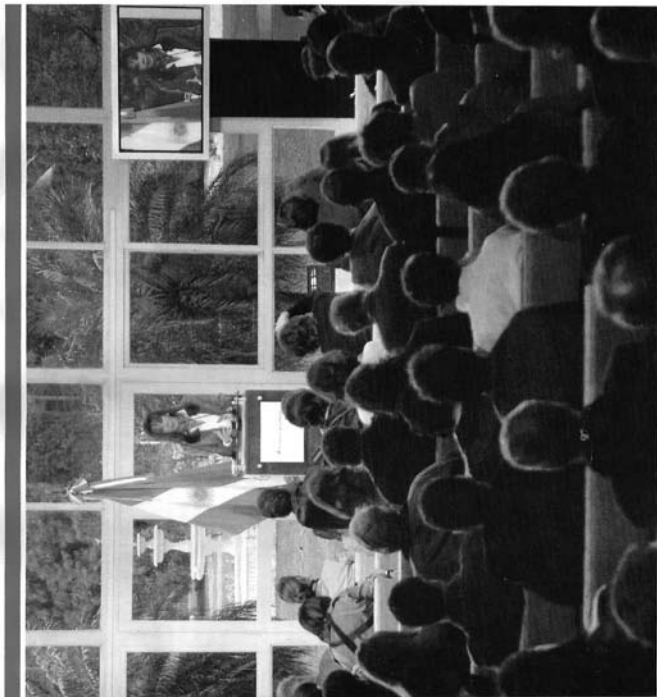
## El protocolo según Cristina

Qué reglas alemanas se cumplirán, y cuáles no, en la primera conferencia de prensa de la Presidenta.

Una de las reglas de la BPK, como se dijo, es que las conferencias son convocadas por los periodistas y esta norma, fundamentalmente, no fue observada en la conferencia brindada por Cristina Fernández de Kirchner, ya que no tiene jefatura alguna en sus aspectos financieros, organizativos ni de contenido. No se trata de una conferencia gubernamental.

Con atención a la conferencia de la Presidenta, se puede afirmar que se cumplió el protocolo de Moción Colegiada de Buenos Aires, y se adoptó el protocolo de la Asociación de Periodistas Alemanes ("BPK") las reglas de la BPK y, además, algunas para la conferencia, probablemente aquellas que consideró que podrían servir como garantía para que la Presidenta por primera vez se comunicara con los periodistas. En la Argentina, la experiencia de la BPK es reciente. En el 2007, el periodista Miguel Núñez, jefe del despacho de Ricardo Lorenzetti, presidente de la Corte Suprema de Justicia, al ex gobernador de la provincia de San Luis, Juan Carlos Toledo, solicitó al Grupo Promotor de periodistas que adraja este herramienta de comunicación desde 2007 ya había llevado a cabo este tipo de conferencias, convocando a Ricardo Lorenzetti, presidente de la Corte Suprema de Justicia, al ex gobernador de la provincia de San Luis, Juan Carlos Toledo, al vicepresidente de la Nación, Julio Cobos, los senadores Gerardo Morales y Rubén Gutiérrez; y el ministro de Educación de la Nación, Juan Carlos Toledo, entre otros. En febrero de 2008, la Presidenta había sido la primera convocada para

**Voces aisladas del periodismo revelaron que aquellos que preguntaron fueron elegidos "a dedo".**



**DEBATE:** El sábado 2, en Olivos, CFK dio su primera conferencia de prensa en 7 meses.

la información que el político retiene. En el encuentro con la Presidenta, el tiempo puntado no fue suficiente para que todos pudieran preguntar; mucho menos para una segunda ronda. Se notó que algunos periodistas, al haber sido seleccionados para una segunda ronda, se vieron frustrados por no haber podido participar. Los formadores de interrogantes no respetaron una regla que Núñez resolvió varias veces y que busca beneficiar al conjunto: "Las preguntas deben ser breves y directas". El sábado, la mayoría no lo fue. Del Grupo Promotor de periodistas que se desmenuzó en la conferencia pública, algunos se desentendieron de las reglas que rigen la BPK, mediante la firma de un acta compromisorio. La BPK se realiza a agenda abierta y toda la información que el político retiene debe ser puesta a disposición de los periodistas. En la adaptación del modelo alemán, los colegas germanos establecieron un formato que no es el nacimiento personal, sino lograr

no las hubo, respetando ambas partes en todo momento el orden y la tranquilidad. En la BPK hay un sorteo o rotación periódica de la contienda para determinar el orden de los participantes. El moderador otorga el pulso según el orden que le indica el listado. Aquí hay una cuestión polémica y que esperamos pueda dilucidarse: Núñez adelantó al aire, que se había realizado un sorteo, sin embargo, no se realizó el sorteo. Posteriormente revelaron que no existió el sorteo, en resumen: la elección fue "a dedo". Para la conducción de la conferencia se utilizó un esquema "minimalista", un periodista pregunta, el invitado responde y se



POLÍTICA NACIONAL

OLIVOS

# Secretos de la no-conferencia

## La Presidenta dijo varias falacias y no hubo sorteo. El pedido de NOTICIAS.

Previamente un encuentro con la Presidenta en la Quinta de Olivos. El secretario de Prensa, Juan José Álvarez, dirían participar de una conferencia de prensa. Las preguntas serían a agenda abierta y el encuentro estaría regulado por las normas que se usan en las presas de la fundación Konrad Adenauer, las Bandas Presidenciales (BFP).

Los diarios anunciaron la promesa de una conferencia de prensa en la Quinta de Olivos. El secretario de Prensa, Juan José Álvarez, dirían participar de una conferencia de prensa. Las preguntas serían a agenda abierta y el encuentro estaría regulado por las normas que se usan en las presas de la fundación Konrad Adenauer, las Bandas Presidenciales (BFP).



PEPE AGUSTUR: "Nosotros tenemos un criterio propio para distribuir la pauta oficial de NOTICIAS porque deseamos publicar cualquier cosa".

En la reunión de una nueva era entre el Gobierno y los periodistas. El secretario de Prensa, Juan José Álvarez, dirían participar de una conferencia de prensa. Las preguntas serían a agenda abierta y el encuentro estaría regulado por las normas que se usan en las presas de la fundación Konrad Adenauer, las Bandas Presidenciales (BFP).

preguntaron a "agenda abierta" se apogaron a "mochila que avanzaba el encuentro". El secretario de Prensa, Juan José Álvarez, dirían participar de una conferencia de prensa. Las preguntas serían a agenda abierta y el encuentro estaría regulado por las normas que se usan en las presas de la fundación Konrad Adenauer, las Bandas Presidenciales (BFP).

El BLUFF. A pesar de que se sabe que al jefe de Gabinete, Sergio Massa, se le habían prescrito de un secretario de Prensa, el jefe de Gabinete, Sergio Massa, se le habían prescrito de un secretario de Prensa, el jefe de Gabinete, Sergio Massa, se le habían prescrito de un secretario de Prensa.



CATALINA K. La perra boxer de la familia presidencial viajó a los periodistas. Fuente: Instagram/Derechos.



trabaja la pauta? **Albistur:** Nosotros tenemos un criterio propio. **Noticias:** ¿Cuál es ese criterio? **Albistur:** ¿Por qué la revista NOTICIAS y otros medios no reciben pauta oficial? **Albistur:** ¿Vos sos de NOTICIAS? **Albistur:** No le voy a contestar porque después publican cualquier cosa. Catalina, la perra boxer de las Kirchner, fue fiel al "vestido Albistur" y volvió a recuperar la seriedad luego de las en-

UN DÍA ESPECIAL. Cuando llegó a un año y medio, me sorprendió mucho que dijera conferencias de prensa. En Alemania, los periodistas de Olivos para un secretario de Prensa de la Presidenta. Puede ser de un ministro, un secretario o la canceller Angeli, Meriel.



los periodistas. La Presidenta, en cambio, fue más cuidadosa con el trato con la prensa. Visitas con un sobro "alfiler que preguntaba. Evito conformar con el campo y pedí "no admitir" el voto de Julio Cobos. También cutió los detalles superlativos; evito tomar los microfonos y el sociólogo y cuestionador Ricardo Rovinsky -que estuvo sentado en el salón- digitó el cambio de actitud de la Presidenta en el abril y se recomendó recuperar la seriedad luego de las en-

la Presidenta. También nos hicieron hacer preguntas al ministro de Economía. Sería importante que pudieran preguntar todos los periodistas que querían ir a la conferencia. El Gobierno y yo que no contestar admitir preguntas, como pasó el día siguiente. Los periodistas me preguntaron: "¿Por qué no nos preguntamos?". Yo les dije: "No nos preguntamos". Yo les dije: "No nos preguntamos". Yo les dije: "No nos preguntamos".

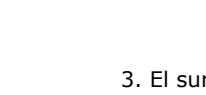


como presidente del IVU enfrentó con periodistas, admitió repreguntas e hizo chistes -la Presidenta siguió los consejos de Rovinsky y le mandó. Las fallas de las preguntas y las respuestas y si bien no podía repreguntar, no se escucharon preguntas que volvieran sobre temas que Cristina criticaba. La intención de los periodistas, un sorteo que no fue y la imposibilidad de repreguntar falacias o que no se refutaran ciertas falacias o verdades a medias en las que incurrió el Gobierno. El día del sorteo, el Waterloop de Cristina el sábado, defendió su funcionamiento al usar una actividad con la colaboración del museo de la Presidenta. El día del sorteo, el Waterloop de Cristina el sábado, defendió su funcionamiento al usar una actividad con la colaboración del museo de la Presidenta.

Se hicieron 25 preguntas durante una hora y media. El Gobierno respondió con respuestas, pocas precisas y por momentos, la Presidenta dio un discurso apenas interrumpido por preguntas. Con un estilo diferente al de su marido que durante su primera conferencia

El pedido de NOTICIAS. Ante la imposibilidad de preguntar durante la conferencia y dado que la revista tenía un representante en la conferencia, el periodista Carlos Fernández de Castro le pidió a la Presidenta que le permitiera hacer preguntas. La Presidenta respondió que no podía hacer preguntas. El periodista Carlos Fernández de Castro le pidió a la Presidenta que le permitiera hacer preguntas.

UNA VEZ MÁS. ANA CURIA, Páez, Correas, asistente personal de Curia.



como presidente del IVU enfrentó con periodistas, admitió repreguntas e hizo chistes -la Presidenta siguió los consejos de Rovinsky y le mandó. Las fallas de las preguntas y las respuestas y si bien no podía repreguntar, no se escucharon preguntas que volvieran sobre temas que Cristina criticaba. La intención de los periodistas, un sorteo que no fue y la imposibilidad de repreguntar falacias o que no se refutaran ciertas falacias o verdades a medias en las que incurrió el Gobierno. El día del sorteo, el Waterloop de Cristina el sábado, defendió su funcionamiento al usar una actividad con la colaboración del museo de la Presidenta.

Se hicieron 25 preguntas durante una hora y media. El Gobierno respondió con respuestas, pocas precisas y por momentos, la Presidenta dio un discurso apenas interrumpido por preguntas. Con un estilo diferente al de su marido que durante su primera conferencia

El pedido de NOTICIAS. Ante la imposibilidad de preguntar durante la conferencia y dado que la revista tenía un representante en la conferencia, el periodista Carlos Fernández de Castro le pidió a la Presidenta que le permitiera hacer preguntas. La Presidenta respondió que no podía hacer preguntas. El periodista Carlos Fernández de Castro le pidió a la Presidenta que le permitiera hacer preguntas.

UNA VEZ MÁS. ANA CURIA, Páez, Correas, asistente personal de Curia.

## ARGENTINA

to con tres niveles diferenciados de información: "on", "off" y "no publicable". Para la Argentina el Grupo Promotor optó por comenzar solamente con las conferencias bajo el nivel "on", debido a la necesidad de recuperar la transparencia de las fuentes de información en nuestro país. En la conferencia con la Presidenta también se aplicó el nivel "on the record", y fue realizada a agenda abierta.

Como el objetivo es que la información vertida en el contexto de la ronda de prensa sea la misma para todos y su acceso sea libre y gratuito, se filma y se graba el audio en formato digital y se distribuye luego entre los presentes, el invitado y las asociaciones mencionadas: así la información llega a periodistas de todo el país. La información ofrecida en la conferencia con la Presidenta fue idéntica para todos.

Las preguntas se realizan en el marco de la conferencia: una vez finalizada no debe haber contacto individual entre las partes. Cabe reconocer que la Presidenta cumplió con esta difícil regla: respetar la igualdad de la información y el trato brindado a todos los presentes, no respondiendo preguntas una vez concluida la conferencia, para no dañar ese delicado equilibrio de paridad. Al finalizar, se disculpó ante los periodistas que se acercaron para continuar preguntando respondiendo "las reglas de la Konrad Adenauer no me lo permiten". Pero aclaramos que estas reglas no fueron elaboradas por KAS, sino que surgieron de un proceso de adaptación a la Argentina de las reglas BPK.

Evaluando los hechos del sábado estamos convencidos que la decisión del Gobierno de otorgar una conferencia de prensa es sumamente positiva. Implicó escuchar y dar cabida a un reiterado reclamo de los periodistas y las asociaciones que los nuclean, como FOPEA. Pero, por otra parte, no deja de llamar la atención el caudal de críticas volcadas desde el periodismo hacia la oportunidad de este hecho, la forma de la convocatoria, las respuestas de la Presidenta y su falta de autocrítica. Consideramos significativo este primer paso en lo que, ojalá, signifique un cambio en la comunicación política.

Asimismo, es satisfactorio que desde la sociedad civil se haya podido hacer un aporte constructivo transmitiendo el "know-how" de un formato, la adaptación de la BPK, que ofrece garantías para ambas partes, aunque somos conscientes de que el Gobierno lo remodeló a su medida. ■

DOLORES LÁVALLE COBO es abogada y asesora externa de la Fundación Konrad Adenauer para el Proyecto BPK.

POR JUAN MORRIS

## Lo que no pude preguntar

## Nuestro enviado a Olivos se quedó con ganas.

Una combi nos lleva desde la entrada hasta algún lugar de la Quinta donde nos espera la primera conferencia de prensa de la Presidenta. Por las ventanillas voy viendo los jardines de la Quinta: el pasto perfectamente cortado, filas de árboles antiguos que estuvieron ahí cuando Perón y Evita estuvieron ahí, esculturas blancas que asoman cada tanto entre esos árboles y, muy a lo lejos, una casa blanca de tres pisos, con ventanales que dan a una terraza y donde no se ven movimientos, como si no hubiera nadie.

Adentro de la sala de prensa hay varias mesas redondas con sándwichs, masitas y gaseosas: parece un cumpleaños de chicos sin chicos. Hay periodistas comiendo y charlando en ronda. No hay guardaespal-

montón de preguntas para ir cambiando la elegida a medida que otros vayan haciendo la que uno tenía? ¿Pensar dos o tres brillantes e inesperadas? ¿O, ya que no se puede preguntar, cuando quede alguna pregunta sin contestar del todo, ir y en un acto de buen corporativismo gastar la pregunta en una repregunta?

A las 4:30, Cristina llega acompañada por un pequeño séquito y nos enfrenta con una sonrisa. Empieza el show. El Jefe de Gabinete, Sergio Massa, y otros funcionarios, la acompañan desde el fondo. Se supone que hubo algún tipo de sorteo, pero el orden de quienes preguntan es sospechosamente esperable: Clarín, La Nación, TN, The New York Times, etcétera. El moviero de Radio 10 le pregunta por el crimen de Campana. Yo estaba pensando en qué políticas económicas piensa ejecutar el Gobierno para enfrentar la inflación, más allá del "detalleico" del INDEC. El tiempo pasa. Cuando Cristina le responde al corresponsal del New York Times que desde el Gobierno y gente cercana no hubo actos de violencia, pero que en cambio en las rutas habían impedido el libre tránsito de los argentinos y "hasta hubo escenas de pugilismo", me da ganas de interrumpir y preguntarle por Luis D'Elia pegándole a un señor en la Plaza de Mayo y por Guillermo Moreno, cuando llegó acompañado del campeón de kickboxing y manifestantes con palos. También se me ocurre si no es demasiada concentración de poder para un país democrático que en un mismo matrimonio estén la Presidenta de la Nación y el presidente del Partido Justicialista. Al corresponsal de la edición de NEWSWEEK en inglés, Cristina lo felicita por tener un candidato afroamericano para la presidencia y habla de una sociedad abierta. Vuelvo a pensar en D'Elia: ¿lo escuchó diciendo que odia a los blancos? Tampoco es mi turno. El de TN le pregunta si Cobos es un traidor o no. Me muero por saber a qué viene esa necesidad de llenar Plazas de Mayo como una banda de rock llena Obras. Preguntarle cómo es que no se arriepiente de absolutamente nada de lo que hizo en el gobierno. ¿No sería una demostración de inteligencia más que una muestra de debilidad? Pero se cumple la hora y media, y más de la mitad de los periodistas nos volvemos a casa sin haber podido preguntar nada. Mala suerte.



AL FONDO: Massa, detrás de los periodistas.

das ni custodios a la vista. El clima es distendido. Todavía no hay mucho que filmar pero los canales ya están con el show de "la previa". A muchos nos llegan mensajitos de texto de amigos que nos ven por las pantallas. "Preguntale por el rímel", me escribe un amigo que me ve por C5N. Me siento un participante de una extraña versión oficialista de Gran Hermano.

Hay treinta filas de sillas color sambayón con flores rosas mirando al atril donde va a hablar la Presidenta y detrás un paisaje de palmeras que se agitan con el viento de la tarde. Por ahí, en algún momento, va a llegar Cristina Kirchner. No hay que ser muy perspicaz para darse cuenta de que unos cuantos van a quedarse con sus preguntas anotadas para siempre en el bloc, de recuerdo. El sistema suena un poco perverso: ¿qué se supone que hay que preguntar? ¿Hay que tener un

## Publicidad &amp; Marketing

## ¿Conferencia de prensa o monólogo?

Por Alberto Borrini

Para La Nación

Era previsible. La conferencia de prensa de la Presidenta de la Nación, primera en cinco años de la era Kirchner; trajo los titulares de los diarios y de los noticieros televisivos. Fue calificada como un "primer paso" hacia una ansiada transparencia de la gestión y un gesto de conciliación al más alto nivel con la prensa, el villano de la obra desde la asunción de Néstor Kirchner.

Desde luego, el sólo hecho de convocar a una rueda de prensa con representantes de 150 medios locales y extranjeros significaba, por sí solo, una sospechosa señal. Pero no pasó de eso. De entrada, Cristina Kirchner marcó el tono de la reunión al recordar a los periodistas que no se trataba de la primera conferencia de la administración Kirchner, sino de varias anteriores; la última, reprochó, había sido realizada en 1999. Un detalle, pero no menor, porque demostró, antes de que se disparara la primera pregunta, que no estaba dispuesta a hacer la más mínima concesión a la plaza.

Lo que siguió fue menos un intercambio de ideas que un largo monólogo presidencial, facilitado por las rígidas reglas impuestas a los periodistas: un representante por medio y una sola pregunta que, de hecho, elimitaba la más villosa de una conferencia de prensa, las repreguntas. De esa manera, las respuestas fueron discursos cerrados, que permitieron a Cristina Kirchner tener siempre la última palabra. En varias ocasiones,



La presidenta Cristina Kirchner no permitió repreguntas en la conferencia de prensa

la Presidenta explicó que la normativa adoptada era la que postulaba la Fundación Konrad Adenauer, una prestigiosa institución alemana de capacitación democrática. Pero el modelo se aplicó parcialmente, sólo para justificar la pregunta única y la negativa a la repregunta, como aclaró la fundación días después, mediante un comunicado.

"Fue una conferencia gubernamental y no de las aludidas por nuestra entidad, cuyo riesgo principal es que son los periodistas quienes las

convocan y definen la agenda de temas", precisó la Konrad Adenauer. El comunicado expresó además que el moderador siempre debe ser un periodista; en este caso, ese rol lo asumió el vocero presidencial.

**"Mentir, jamás"**

Un veterano comunicador de empresas, Luis Melnik, fogueado en muchas conferencias de prensa, después de analizar la protagonizada por la Presidenta, recordó cuáles son algunos de los atributos esen-

ciales de esa herramienta: "Las respuestas deben ser cortas y precisas porque las largas disquisiciones son tediosas, confunden al periodista y tienden a repetir argumentos". Añadió Melnik: "Jamás se debe mentir o dilucidar las respuestas, porque el auditó provoca rebotes e investigaciones que terminan por revelar la verdad; una sola mentira basta para restarle credibilidad a lo dicho antes y después".

Tampoco se deben dudar los nombres de los participantes, sino dejar

que ellos establezcan un orden equitativo de prioridades. Además, "ignorar la realidad es la peor de las respuestas que se puede dar al periodismo", concluyó Melnik.

Pero los organizadores se habían planteado otras metas, que ni siquiera cambiaron en una segunda e inesperada convocatoria, aún más acotada, para tratar el tema de la crisis boliviana, propuesto de nuevo por el Gobierno.

Volvimos a la primera, la Presidenta no dio ninguna prueba de la autocrítica que se esperaba, por el contrario, ante una pregunta serbia en burlón, ratificó que no estaba arrepentida de ninguna de sus decisiones ni siquiera de la que provocó el costoso conflicto con el campo. Más todavía: respaldó a colaboradores muy cuestionados, cuyo relevo se consideraba inmediato.

Las mayores novedades, como viene siendo común en la comunicación política, se dieron en el secreto de las formas. En este aspecto, Cristina Kirchner se superó a sí misma, y a su destreza de oratoria reconocida por muchos sumó un más controlado manejo de la voz y de los gestos, fruto (se presume) de algunas horas dedicadas al coaching y a los ensayos con asesores para lograr un discurso más sereno que los habituales.

La iniciativa, además, respondió a un genuino deseo de informar a la opinión pública a través de la prensa, sino a la picardía de pelear la tapa de los diarios del día siguiente, domingo, con las declaraciones del presidente de la Sociedad Rural Argentina, Luciano Migonzi, en el discurso de apertura de la Rural, en Palermo. La meta se alcanzó, pero nada cambió en el país.



# **CAPÍTULO IV ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO BPK EN LA ARGENTINA**

## **1. ORÍGENES DEL PROYECTO**

El origen del proceso de desarrollo e implementación del modelo de BPK en la Argentina, que desembocó primero en el inicio de un *ciclo de conferencias de prensa con políticos argentinos* en el Congreso de la Nación y, más adelante, en la constitución del Grupo Promotor, se remonta a las conversaciones iniciales mantenidas entre representantes de la Fundación Konrad Adenauer (KAS), a través de la sede en Argentina a cargo del Sr. Hans Blomeier y el equipo de trabajo constituido por las abogadas Cornelia Schmidt-Liermann, Dolores Lavalle Cobo y Marta B. Rovere, con el propósito de promover una herramienta para mejorar la comunicación entre políticos y periodistas.

Asimismo, las disertaciones y publicaciones efectuadas por Paul Linnarz –director del Programa Regional para Latinoamérica, Medios de Comunicación y Democracia de la Fundación Konrad Adenauer– durante su gestión y los resultados de los proyectos realizados para la KAS por el equipo de trabajo en temas de periodismo y acceso a la información pública, pusieron de manifiesto la preocupación de los periodistas acerca de las restricciones a la circulación de información impuestas por los políticos y el interés en provocar un cambio a este escenario.

El 3 de junio de 2004 se realizó en el Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales (CARI) la “I Jornada sobre Situación de la Comunicación Política”, con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer y el auspicio del Foro de Periodistas Argentinos (FOPEA). Durante el evento se reunieron miembros de la KAS, CARI, FOPEA, ACE y un grupo de periodistas y directivos de diversos medios de prensa, digitales, radio y TV, para dialogar acerca del estado actual

de la comunicación política en la Argentina. El ministro del Interior, Dr. Aníbal Fernández, fue invitado al debate, pero a último momento se excusó de participar por razones de agenda.

En el primer bloque de debate se analizó la relación existente entre el Gobierno y los medios de comunicación. Entre los expositores se encontraban Hernán De Goñi, secretario general de *El Cronista*; el Dr. Nelson Castro, periodista argentino de extensa trayectoria en el país; y la periodista española Carmen de Carlos, del diario *ABC*.

Los panelistas coincidieron en señalar que desde el Gobierno se verificaba una reducción en el caudal de información, situación que se intensificaba en las provincias. El segundo bloque estaba ideado para presentar modelos de suministro de información vigentes en otros países: Marina Guimaraes, corresponsal de la Agencia Estado de Brasil, explicó el sistema de Brasil, y continuación, Paul Linnarz, de la Fundación Konrad Adenauer, expuso los lineamientos generales de la BPK y respondió a las preguntas formuladas por los presentes acerca de su funcionamiento. La semilla había sido sembrada: entre los participantes no sólo se despertó el interés en conocer aún más sobre esta plataforma de comunicación política, sino que se conversó acerca de la posibilidad de una implementación práctica del modelo de la BPK presentado durante la Jornada.

Así es que con el auspicio de la representación en Argentina de la Fundación Konrad Adenauer, se realizó el proyecto "Evaluación y Desarrollo de un Formato Argentino Similar a la Conferencia Federal de Prensa Alemana (Bundespressekonferenz)", desarrollado por el Equipo de Trabajo.

## **2. DESARROLLO DEL PROYECTO. PRIMERA ETAPA: EL CONGRESO DE LA NACIÓN**

### **a. Objetivos del Proyecto**

El objetivo principal del proyecto consistió en poner a prueba el modelo Bundespressekonferenz como alternativa para facilitar la comunicación entre periodistas y políticos, con el fin de favorecer el acceso igualitario del periodismo a la información, contribuir a mejorar la calidad de la democracia y de las instituciones públicas, y colaborar con el proceso de una formación superior de la opinión pública. La Argentina se erigió en el primer país que intentaba replicar esta metodología de comunicación.

Se realizaron numerosas actividades preparatorias y reuniones informativas con senadores nacionales, voceros de prensa y asociaciones de periodistas, como por ejemplo FOPEA, con el objeto de explorar el interés de los diversos actores y evaluar la posibilidad de que se involucraran en el proyecto. Así se decidió intentar interesar a un núcleo de periodistas dentro de un ámbito cerrado, que ya estuviera institucionalizado, para concentrar energías y no dispersarse.

Se comenzó a trabajar con el Círculo de Periodistas Parlamentarios, asociación de periodistas acreditados en el Congreso de la Nación con más de cuarenta años de existencia que representaba las siguientes ventajas:

- a. La predisposición de los miembros del Círculo para protagonizar un cambio en el diálogo político, en un momento en el cual las presiones políticas sobre la libertad de prensa en la Argentina iban en aumento.
- b. La necesidad de contar con canales de comunicación más fluidos y directos con los políticos.
- c. La existencia de una asociación previamente constituida que debido a su forma de funcionamiento garantizaba la continuidad del proceso de los ejercicios o conferencias, la capacidad institucional para desarrollarlas y un elevado grado de profesionalismo.
- d. La representatividad de los principales medios de comunicación nacionales en la composición del Círculo.

Las gestiones preparatorias no fueron sencillas. En primer lugar, fue necesario dar a conocer el modelo BPK, la modalidad de funcionamiento y los beneficios de dicho proceso de comunicación, para lo cual se redactó y distribuyó entre los actores mencionados un documento base. Luego se mantuvieron reuniones informales en las que se explicó con mayor profundidad el informe y se ofreció un espacio para evacuar las preguntas y consultas de los presentes. Este espacio fue considerado clave para despejar dudas, atenuar prejuicios, detectar obstáculos y, fundamentalmente, para identificar posibles actores o interesados en la implementación y adaptación del modelo de BPK.

El 30 de noviembre de 2004 tuvo lugar, en el Salón Gris del Senado de la Nación, la reunión informativa sobre el modelo Bundespressekonferenz, convocada por la Fundación Konrad Adenauer, a la que asistieron 15 periodistas de diversos medios de comunicación, gráficos, radiales, televisivos y digitales, que integran el Círculo de Periodistas Parlamentarios y que desarrollan su

labor principalmente en el ámbito del Congreso de la Nación. Si bien el modelo despertó interés, también originó dudas, en especial relacionadas con su adaptación a la Argentina.

Entre las principales dificultades señaladas durante la reunión celebrada con el Círculo de Periodistas Parlamentarios, podemos reseñar las siguientes:

- La crisis y el desorden político e institucional de la Argentina no permitirían la implementación de un sistema semejante en nuestro país.
- El individualismo del periodismo argentino iría en contra de una iniciativa donde la información fuera la misma para todos.
- En cuanto a la organización de las conferencias, se planteó la inquietud acerca de quién se encargaría de llevarla a cabo.
- La insuficiente formación de los periodistas para formular preguntas a los entrevistados (en caso de manejar una temática distinta a la que desempeña el funcionario invitado).
- Surgieron dudas acerca de la aceptación de la condición de autocontrol voluntario por parte de los periodistas.
- En relación con el aspecto empresarial: ¿a qué medio de comunicación le podría interesar que se entrevistara a determinados funcionarios? Se expresaron dudas acerca de si el medio habilitaría al periodista para participar de determinadas conferencias.
- Asistencia de los invitados: se plantearon dudas acerca de si los funcionarios se sentirían moralmente obligados o no a participar de las conferencias.
- Se manifestó temor por parte de los periodistas a que este mecanismo fuera interpretado por el gobierno actual como un instrumento para instalar un espacio de comunicación opositor al gobierno.
- La desconfianza hacia la elección del lugar de reunión de las conferencias (salones del Senado Nacional).
- La desconfianza hacia la aplicación de modelos foráneos, que provienen de orígenes culturales diferentes. Este obstáculo fue compartido por todos los sectores, tanto del lado de los políticos como del periodismo.

A pesar de las dificultades señaladas, y en atención al interés de los periodistas de seguir avanzando en una adaptación del modelo alemán y gracias a una labor coordinada entre el Círculo de Periodistas Parlamentarios y la Fundación Konrad Adenauer, el Equipo de Trabajo logró formular las siguientes propuestas de trabajo:



- 1. Organización de una reunión con senadores nacionales para explorar el interés conferencia de prensa. La reunión se llevó a cabo en diciembre de 2004 y asistieron senadores nacionales y/o sus voceros.
- 2. Poner a prueba el modelo BPK y observar su funcionamiento. Esta iniciativa no implicaría poner a prueba al CPP.
- 3. La implementación del modelo BPK no implicaría la “importación” literal del mismo. El objetivo consistió en adaptar un formato exitoso en Alemania, tomando en consideración los aspectos culturales locales.
- 4. La motivación para asistir a la conferencia apuntaría al mejoramiento de la imagen de los legisladores del Congreso Nacional, institución sumamente desprestigiada ante la opinión pública, luego de la declaración del *default* de la deuda pública argentina.
- 5. Comenzar el desarrollo de las conferencias con un grupo pequeño de periodistas dispuestos a modificar deficiencias del sistema actual y a encontrar fórmulas más serias y confiables para la comunicación política.
- 6. Subrayar que el modelo BPK no desplazaría al sistema actual de obtención de información, el cual seguirá funcionando en la misma forma (numerosas entrevistas en *off the record* en los despachos de los legisladores).
- 7. Se sugirió trabajar en pos de la “instauración de una nueva cultura”. Se estuvo de acuerdo en que tal cambio no partiría del sector político, motivo por el cual algunos miembros del CPP manifestaron que el impulso de esa transformación debía provenir del propio periodismo.

Se trabajó también en torno a las propuestas y avances obtenidos; la formulación de las reglas de funcionamiento y conducción de los encuentros; la asistencia técnica y logística en forma coordinada y conjunta con los funcionarios del área de Fortalecimiento Institucional de la Cámara de Senadores el Círculo de Periodistas Parlamentarios y el Equipo de Trabajo.

#### **i. Los invitados**

En cuanto a la institución política seleccionada, fue el Honorable Senado de la Nación, que desde la Presidencia de su Cuerpo, encabezada por el vicepresidente de la Nación, Sr. Daniel Scioli, también manifestaba su interés en mejorar el acceso a la información pública, la transparencia de su gestión y el fortalecimiento institucional del Senado, lo cual se reflejó en el constante e indiscutido apoyo brindado desde el inicio del proyecto por todo su equipo de trabajo.

El compromiso se exteriorizó en la puesta a disposición al Círculo de Periodistas Parlamentarios de todos los elementos necesarios para facilitar la logística de las conferencias, con el fin de obtener resultados más eficientes. La Presidencia del Senado ofreció, entre otros, el lugar de encuentro, el sonido y los micrófonos, la iluminación y la filmación y televisación del evento a través del canal "Senado TV".

Cabe destacar que el apoyo brindado por los asesores de la Presidencia del Senado Nacional y por el equipo que desarrolla el Plan de Fortalecimiento Institucional gozó de un desempeño impecable, no sólo durante las gestiones previas a la primera conferencia, sino también a lo largo de todos los encuentros realizados.

También se llevaron a cabo reuniones individuales con el presidente de la Cámara de Diputados, Dr. Eduardo Camaño, y con senadores nacionales y sus voceros de prensa. Asimismo, en cumplimiento de la propuesta de trabajo nº 1 anteriormente mencionada, senadores nacionales y voceros fueron invitados a una reunión grupal, que tuvo lugar el 16 de diciembre de 2004, en el "Salón Eva Perón". La convocatoria tuvo los siguientes propósitos: a) lograr una mejor comunicación, comprensión y aceptación de la metodología BPK; b) explorar el interés y voluntad de los legisladores en participar como invitados a las conferencias; c) detectar y aclarar dudas; d) identificar posibles obstáculos para su implementación.

Los legisladores confirmaron su predisposición a aceptar la metodología BPK, pero por su parte también hicieron referencia a los siguientes inconvenientes:

- La dificultad de los legisladores pertenecientes a fracciones políticas minoritarias para acceder a los periodistas y medios de comunicación. Se señaló el temor de que una metodología como la presentada acentuara este problema, otorgando invitaciones a la conferencia exclusivamente a legisladores y políticos que responden a partidos políticos mayoritarios o solamente a aquellos que son convocantes y mediáticamente atractivos.
- La frecuente tergiversación de la información comunicada al periodismo.
- Algunos legisladores consideraron innecesaria la implementación de un modelo de comunicación diferente, ya que para la difusión de su información (proyectos de ley presentados, posición frente a un tema específico, etc.) cuentan con sus propios voceros de prensa y los medios electrónicos que ofrece el Congreso Nacional (por ej., la página web, donde puede consultarse información pública).

## **ii. El sector empresarial**

El sector corporativo o empresarial también fue incluido en el proceso previo de consultas, a través de rondas informativas con dos de los principales medios de comunicación: el diario *La Nación* y el Grupo Clarín. La propuesta fue muy bien recibida y se identificó gran interés y curiosidad por parte de los medios entrevistados. Se consideró que la instalación de un proceso de comunicación diferente al vigente resultaría en una importante fuente de información, que contribuiría no sólo a mejorar la relación con los políticos, sino que, además, tendría una importante incidencia en la calidad de la información brindada al público. Por otra parte, se sugirió replicar o intentar instalar el modelo en otras instituciones públicas nacionales, como por ejemplo, la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

El desarrollo de las propuestas de trabajo concluyó con la realización del *Primer Ejercicio de Conferencia de Prensa* el 16 de agosto de 2005. Los miembros del Círculo de Periodistas Parlamentarios decidieron denominarlo "Encuentros con Políticos".

## **B. PRIMERA CONFERENCIA BAJO EL MODELO ADAPTADO DE LA BPK**

El político invitado a la primera conferencia fue el vicepresidente de la Nación y Presidente de la Cámara de Senadores de la Nación, Sr. Daniel Scioli, quien al finalizar el evento felicitó al Círculo por la iniciativa, a la vez que consideró muy positivo que se promovieran diálogos de carácter institucional. Hans Blomeier, director en la Argentina de la Fundación Konrad Adenauer, destacó la importancia de generar mecanismos genuinos y organizados, que funcionen en el marco de las instituciones para mejorar la calidad de la relación entre ambas partes.

El Círculo de Periodistas Parlamentarios decidió que en una primera etapa, las conferencias se realizaran solamente con información que el invitado pudiera difundir *on the record*. Los objetivos de trabajar inicialmente bajo esta modalidad fueron los siguientes: 1) instalar la modalidad de las conferencias o "Encuentros con Políticos" como un espacio de difusión en forma continuada y 2) generar confianza en los invitados acerca de la metodología y objetividad en la publicación de la información brindada.

### **1. La cobertura mediática**

A pesar de la presencia de más de 25 periodistas de la mayoría de los medios de comunicación nacionales y de miembros del Círculo de Periodistas

INSÓLITO ENSAYO

## Simulacro de libertad de prensa

En el Senado dejaron preguntar sin límites.

Nada de poner obstáculos para acceder a la información. Nada de prohibir las repreguntas. Nada de reunirse sólo con periodistas de medios "amigos". Nada de conversaciones "off the record". Por un día, todas estas costumbres de la era K, desaparecieron por completo. Fue el miércoles 17 en el salón azul del Senado de la Nación. Después de un año de gestiones, el Círculo de Periodistas Parlamentarios logró algo inédito para este Gobierno: una conferencia de prensa en la que los periodistas podían pregun-



**DE ESTRENO.** Scioli fue el primer invitado a la conferencia de prensa "a la alemana".

tar sobre todos los temas. Aunque en realidad se trató de un "simulacro", el proyecto es lograr que estas conferencias pensadas con un modelo alemán que propone la fundación Konrad Adenauer, se hagan una vez por semana. El primer invitado fue el vicepresidente Daniel Scioli. La idea es mejorar el acceso de los periodistas a la información pública, un objetivo nada fácil en la gestión kirchnerista. Tan inusuales resultan las ruedas de prensa que la del miércoles fue noticia en varios medios. El modelo alemán propone una total libertad en la elección de las preguntas y se da espacio a todos los medios, sin distinción de ideología o envergadura. La lista de invitados para las próximas pruebas es abultada: por ahora sólo confirmó el duhaldista Eduardo Camaño. El proyecto dejará de ser un simulacro cuando participen los ministros del Gobierno nacional. ●

Parlamentarios, la realización del Primer Encuentro con Políticos no tuvo una repercusión mediática propia. Las declaraciones efectuadas por el vicepresidente Scioli fueron noticia de los principales medios, pero las alusiones al encuentro se dieron en el contexto de la nota, sin explicación alguna acerca de las características que diferencian a esta nueva herramienta de comunicación. Es decir, la aplicación de la metodología BPK no constituyó noticia en sí misma.

Un dato curioso lo constituye la nota publicada en la revista *Noticias*, semanario de actualidad nacional, dado que el medio no cuenta con representantes dentro del Círculo de Periodistas Parlamentarios y no contó con la presencia de un periodista de esa publicación que cubriera el evento. La nota en cuestión fue una crónica fiel de la modalidad de BPK y de cómo se desarrolló el Primer Encuentro.<sup>1</sup>

Luego de la primera conferencia, se resolvió planificar una secuencia de encuentros con candidatos a legisladores nacionales en el contexto del escenario electoral parlamentario, que tuvo lugar en septiembre y octubre de 2005. La Fundación Konrad Adenauer y el Equipo de Trabajo tuvieron una presencia permanente en las conferencias realizadas, con el fin de observar en forma externa la evolución y desarrollo de su proceso. En total se concretaron cinco conferencias más, de las cuales tres correspondieron a candidatos a diputados y senadores nacionales: Dra. Elisa Carrió, Dr. Ricardo López Murphy y el Ing. Mauricio Macri. El candidato del oficialismo a diputado nacional por la Ciudad de Buenos

1 "Simulacro de libertad de prensa", revista *Noticias*, Nº 1.495, Año XXII, pág. 27.

Aires, Dr. Rafael Bielsa, canceló la conferencia a la que había pactado asistir unas horas antes de su realización.

Por otra parte, se organizó un encuentro con dos diputados nacionales del oficialismo: J. Pablo Urtubey y Osvaldo Nemirosvci. El restante tuvo lugar con el presidente de la Cámara de Diputados de la Nación, Dr. Eduardo Camaño.

A partir del segundo Encuentro, realizado con la candidata a diputada nacional por la Ciudad de Buenos Aires, Dra. Elisa Carrió, se advirtió que la repercusión mediática aumentó, a la vez que los Encuentros obtenían un cierto reconocimiento institucional. Los resultados de la conferencia también fueron replicados por medios de comunicación radiales y televisivos de alcance nacional que no participaron en la misma. Asimismo, los contenidos tuvieron difusión en medios provinciales que no cuentan con miembros acreditados en el CPP, a través de los cables de las agencias de noticias acreditadas en tal asociación.

El éxito del impacto mediático alcanzado mostró que la utilización de este proceso de comunicación puede funcionar y que contribuyó efectivamente a enriquecer los contenidos periodísticos. En algunos casos, los políticos invitados emitieron declaraciones fuertemente críticas hacia funcionarios del gobierno nacional, incluyendo al presidente Kirchner.

## **2. Indicadores**

Con el propósito de medir el grado de incidencia del trabajo realizado en relación con los objetivos estratégicos planteados en el proyecto, se plantearon los siguientes indicadores para evaluar el desarrollo de las conferencias:

### **■ Desarrollo del encuentro. Contexto**

#### **i. Asistencia técnica: puntualidad y organización**

La cámara de TV facilitada por la Presidencia del Senado para la grabación y posterior difusión de la conferencia a través de la señal de cable "Senado TV" estuvo preparada con la suficiente anticipación en todos los eventos realizados. Lo mismo cabe señalar respecto de la iluminación, el sonido y la disposición del salón.

#### **ii. Control del ingreso de periodistas. Número de periodistas presentes**

Un importante número de periodistas participó de las conferencias, algunos de los cuales no forman parte del CPP. Con excepción del primer Encuentro (con

D. Scioli), el control del ingreso de los periodistas al salón se realizó de manera informal. Se observó que no hubo criterios claros y uniformes establecidos para incluir a aquellos colegas que no integran el CPP ni para otorgarles el derecho a formular preguntas a los invitados.

### **iii. Moderación del Encuentro**

Los dos primeros Encuentros tuvieron una correcta conducción como resultado de la presencia de un moderador miembro del CPP. El rol estuvo a cargo del Sr. Armando Vidal, periodista de *Clarín*, quien fue propuesto para la moderación de la conferencia por sus colegas del CPP. Sin embargo, luego el rol fue “desdibujándose”, hasta llegar al punto de dejar al invitado solo frente a los periodistas.

Esto produjo las siguientes consecuencias negativas:

- se perdió la dirección o manejo del Encuentro;
- se perdió control sobre los tiempos de inicio y finalización del Encuentro y sobre la formulación de preguntas al invitado una vez concluida la conferencia;
- en algunas ocasiones, la ausencia de moderación provocó desorden en el listado de preguntas, lo que desorientaba al invitado acerca del funcionamiento o dinámica del Encuentro.

### **iv. Respeto en el orden de las preguntas**

Gracias a la acción de un miembro del CPP, quien actuó como “facilitador” de la palabra –no como moderador sentado junto al invitado–, en general se respetó el orden para realizar preguntas.

### **v. Clima de los Encuentros**

En líneas generales, el clima de las conferencias fue muy bueno. Las preguntas se formularon en tono respetuoso y no se registraron discusiones, provocaciones ni incidentes violentos.

En la última conferencia se verificó un hecho externo y ajeno a la voluntad de los organizadores, que obligó, en ese momento, a plantear la necesidad de un cambio de salón debido a un recital de música que se realizaba simultáneamente al Encuentro fuera del Congreso Nacional, cuyo estridente sonido dificultó su normal desarrollo. Dado que no había posibilidades de trasladarse a otro recinto, la conferencia se llevó a cabo en el salón habitual en

condiciones muy incómodas, en especial para el invitado (Ing. Mauricio Macri), quien decidió cuándo ponerle fin al evento.

#### **vi. Duración**

La duración de los Encuentros fue despareja, cada conferencia tuvo una extensión diferente, según la disponibilidad de tiempo del invitado y el clima reinante en la conferencia.<sup>2</sup>

### **3. Contenidos de las conferencias**

En general, los contenidos de las conferencias fueron muy buenos. En algunos casos se registraron declaraciones impactantes que alcanzaron por momentos un tono de denuncia (ver más adelante: nota conferencia con el presidente de la Cámara de Diputados, Dr. Eduardo Camaño). Esto se ratificó por la amplia cobertura mediática posterior brindada en los medios de comunicación.

En cuanto a los periodistas, a medida que se iban desarrollando los Encuentros, se notó una mejor interacción o trabajo en conjunto. En algunos casos se resignó la propia pregunta para insistir en la temática previamente planteada por un colega, con el propósito de obtener del invitado la información esperada.

### **4. Repercusión mediática. Publicación fidedigna de la información**

Como se indicó anteriormente, el impacto de la información obtenida a través de las conferencias de prensa fue paulatinamente en aumento. La información difundida, reflejó fielmente las declaraciones realizadas en el contexto de los Encuentros.

### **5. Evaluación de los políticos**

Con excepción del último invitado<sup>3</sup>, todos los políticos manifestaron su apoyo a la implementación del modelo, elogiando iniciativas de comunicación fructíferas para ambas partes. También incentivaron al CPP a continuar con la realización de los Encuentros.

---

**2** Por ejemplo, la conferencia realizada con la Dra. Elisa Carrió tuvo una duración de 90 minutos, mientras que la del Ing. Mauricio Macri se extendió durante solamente 20 minutos.

**3** Nos referimos al Ing. Macri: el recital de música tenía un sonido mucho más fuerte en el interior del salón que la voz del panelista.

Ejecutivo envió al Congreso el proyecto de ley



Duhalde, Camaño y Kirchner

## Avanza el proyecto para reducir la Corte

*El duhaldismo y la oposición, a favor*

A paso sostenido avanza en la Cámara de Diputados el proyecto que propone reducir de nueve a siete los miembros de la Corte Suprema de Justicia, una iniciativa que además de su alcance institucional avivó las diferencias entre el oficialismo — que la resista— y el duhaldismo, que la avala.

Contra los deseos del kirchnerismo, la oposición y el duhaldismo lograron emitir dictamen favorable de la Comisión de Asuntos Constitucionales de la Cámara baja. No sólo eso: el presidente del cuerpo, el duhaldista Eduardo Camaño (PJ-Buenos Aires), expresó ayer que "en la medida en que se logre el número suficiente, se lo tratará en el recinto".

"Personalmente estoy de acuerdo con el proyecto —sostuvo el duhaldista durante una conferencia de prensa organizada por el Círculo de Periodistas Parlamentarios—. El Gobierno en su momento lo acompañó y creo que hay razones suficientes para tratarlo".

El Poder Ejecutivo, sin embargo, ya hizo saber su rechazo al proyecto. Hace tres semanas el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, sostuvo que la iniciativa era "una jugada perversa" reflejo de una "vocación desestabilizadora para impedir gobernar" por parte de la oposición. Estas palabras le valieron severos reproches por parte de varios legisladores, en particular del justicialista Gerardo Conte Grand (Capital), uno de los impulsores del proyecto.

"Este es el momento para discutir este asunto", el presidente Néstor Kirchner ya designó a cuatro ministros de la Corte y es probable que se produzcan otras tres vacantes", alertó Conte Grand, y acotó que la propuesta cuenta con el apoyo de organizaciones no gubernamentales, colegios de abogados y miembros del alto tribunal.

Kirchner designó en la Corte a Raúl Zaffaroni, Carmen Argibay, Ricardo Lorenzetti y Elena Highton de Nolasco. Está pendiente el reemplazo de Augusto Belluscio (renunció) y Antonio Boggiano (trivieses las instancias finales de un juicio político).

El oficialismo reaccionó con cautela. El presidente de la Comisión de Asuntos Constitucionales, Juan Truboy (PJ-Salta), relativizó la cuestión al indicar que el dictamen firmado es "de minoría", porque se desoyó sin el quórum exigido en la comisión.

Lo cierto es que el proyecto fue firmado por 16 de los 33 miembros de ese cuerpo, muchos de ellos duhaldistas. El interpeunte que se abre es si ellos se atreverán a desafiar al Gobierno im-

## "Será modificado si hace falta", advirtió Camaño

*El legislador condicionó la aprobación del presupuesto 2006*

Por Gustavo Ybarra

De la Redacción de La Nación

El presidente de la Cámara de Diputados, el ultraduhaldista Eduardo Camaño (PJ-Buenos Aires), garantizó ayer que el Gobierno tendrá antes de fin de año aprobado el presupuesto nacional 2006, pero dejó en claro que "será modificado si es que hace falta hacerle cambios" y que "no deben existir" los superpoderes, con lo cual descartó que puedan ser incluidos en el recinto.

También rechazó una eventual prórroga de la ley de emergencia económica, que vencerá el 31 de diciembre y consta de una fuerte delegación de facultades legislativas en el PE.

"Creo que la emergencia económica ya está superada, sobre todo cuando el Gobierno anda repartiendo plata por todo el país", sentenció Camaño durante una de las conferencias de prensa de un ciclo que organizó el Círculo de Periodistas Parlamentarios.

ayer a la Cámara baja. "El país no puede dejar de tener presupuesto, eso sí, queremos debatirlo y si hay que hacerle modificaciones, se le harán", advirtió. "Pero debería estar aprobado antes del 31 de diciembre", completó.

En estricta materia política, Camaño volvió a criticar la decisión del presidente Néstor Kirchner de romper su alianza estratégica con Duhalde y lanzó una clara advertencia a los intendentes bonaerenses que hasta hace poco menos de cinco meses eran duhaldistas y ahora se declaran kirchneristas.

"Si a Duhalde le pasó lo que le pasó, si el Presidente hizo eso con el hombre más poderoso del PJ y que lo llevó a la presidencia, los intendentes van a tener que pensar que después de las elecciones van a tener un grupo de hombres K desembarcando en sus territorios y que van a tener competencia en sus distritos", profetizó.

Sin perder su tono irónico, se congratuló de que "el Presidente sea de familia chica, porque si no se quedarían

Kirchner se maneja con el "mecanismo de la agresión permanente" y que "no tiene relación con nadie, con ningún [miembro] de la oposición, salvo con sus amigos". Añadió que Kirchner "transforma a los que no piensan como él en traidores a la Patria".

Camaño también apeló a la ironía para responder a una consulta sobre las versiones, fomentadas desde el Gobierno, acerca de un complot para desestabilizar la gestión de Kirchner tras las elecciones. "Eso dicen los guitarreros que están en la calle Balcarce", afirmó en clara referencia al jefe de Gabinete, Alberto Fernández, y al ministro del Interior, Aníbal Fernández.

Sobre estos funcionarios dijo que "estaban negociando el reparto de podios y cargos hasta que hace dos meses se dieron cuenta de que estaban sentados con un mudo", en referencia a la acusación que Cristina Kirchner lanzó a Duhalde al presentar su candidatura.

Siempre en alusión a esos ministros y sus denuncias sobre un even-

### 6. Evaluación de los periodistas

El 10 de noviembre de 2005 se realizó una reunión de evaluación con los miembros del CPP, con el propósito de conocer su opinión sobre el nuevo mecanismo y su aplicación. Luego se envió un correo electrónico con una serie de preguntas relacionadas con el funcionamiento del mecanismo, en caso de



que quienes no pudieron estar presentes en la reunión tuvieran un espacio a través del cual expresar su opinión.

Los periodistas destacaron lo siguiente:

- La asociación contaba entonces con una herramienta adicional para obtener información. Los integrantes del CPP coincidieron en que el acceso a las fuentes no se había modificado y que la información estaría al alcance de todos, aun cuando no se organizaran los Encuentros con Políticos.
- Sin embargo, reconocieron que los beneficios de implementar el mecanismo son:
  5. El CPP dejó de ser un participante pasivo y comenzó a convertirse en protagonista activo debido a la influencia que es capaz de imprimir sobre el rumbo de la comunicación política.
  6. El CPP se jerarquizó debido a que la institución adquirió mayor visibilidad y solidez y gozó de una presencia propia cualitativamente más importante en los medios de comunicación.
  7. El CPP se presentaba como un espacio o foro autónomo independiente de las limitaciones de los medios que representa y de la agenda política, que le otorgaba importancia a determinados valores o principios: la profundidad en la información, el profesionalismo y la ética periodística.
  8. Se invirtieron las reglas del diálogo político: los políticos son quienes tradicionalmente eligen a quién comunican la información. A través de los Encuentros, la dinámica del flujo de la información cambió y, de esta manera, aumentó el pluralismo, al ser los periodistas quienes convocan a las conferencias.
  9. Los periodistas comenzaron a citar en sus notas los Encuentros con Políticos como fuente de información, circunstancia que no se había verificado anteriormente (tanto por parte de integrantes del CPP como por periodistas ajenos al él). Se verificó un sentimiento de orgullo por los logros alcanzados. Algunos periodistas manifestaron que dentro del medio en el que trabajan, las conferencias, progresivamente, "ganaron un espacio".
  10. Se logró un mejor trabajo en conjunto, resultado que fue destacado frente al individualismo con el que se desempeñan muchos colegas.
- En general, los miembros del CPP manifestaron un alto grado de satisfacción hacia el mecanismo.
- Si bien la organización de cada conferencia exigió un esfuerzo suplementario a la labor cotidiana, el CPP tenía el firme convencimiento de la importancia de continuar y profundizar la implementación del mecanismo.

- Se acordó ampliar paulatinamente el espectro de invitados a las conferencias, incluyendo a ministros del Poder Ejecutivo, miembros del Poder Judicial o diplomáticos extranjeros.
- Se solicitó no permitir la formulación de preguntas al invitado una vez finalizada la conferencia.
- Asimismo, se conversó acerca de la posibilidad de permitir el ingreso a las conferencias a colegas que no integran el CPP, para lo cual se buscaría un criterio de admisión.
- Además, se analizaron nuevamente las reglas de los Encuentros. Se llegó a la conclusión de que la redacción en forma genérica de la cláusula relativa al derecho a preguntar de los periodistas, en particular sobre el “tema de la conferencia”, excluyendo del texto la especificación “temas de política nacional”, tenía como propósito no poner límites a ese derecho.
- Se generó un debate acerca del alcance de las palabras “política nacional”, preguntándose si educación, ecología, urbanismo, por ejemplo, entrarían en la categoría “política nacional”. De afirmarse lo contrario, el CPP señaló que su derecho a preguntar se vería limitado.
- Por último, consideraron que el “autocontrol” debería aplicarse con mayor rigor en esta situación.<sup>4</sup>

El gran desafío consistiría en alcanzar la *continuidad y regularidad* del mecanismo y la concientización para alcanzar la sensibilización y aceptación de un riguroso apego a las reglas por parte de los periodistas. Por otra parte, era importante trabajar sobre la incorporación de otros periodistas a participar en los Encuentros, a través de la formulación de criterios igualitarios establecidos para su inclusión y derecho a preguntar, a los efectos de lograr una real pluralidad informativa. Esto último resultó problemático, dado que dentro del Círculo de Periodistas Parlamentarios rigen reglas específicas de pertenencia al Círculo.

Atento a la experiencia obtenida por el Equipo de Trabajo durante la implementación y monitoreo de las conferencias, se trabajó sobre las *perspectivas de instalar y fortalecer la aplicación* de este modelo como un nuevo proceso de comunicación política en la Argentina por fuera del Congreso Nacional, y su extensión a las provincias, municipios y Ciudad de Buenos Aires, en un espacio más abierto, para abarcar a los otros dos poderes: Poder

---

**4** Cabe destacar que en ninguna de las conferencias realizadas por el CPP se registraron preguntas que no tuvieran relación con la política nacional, la gestión a cargo del invitado o que estuvieran fuera de lugar. Esto evidenciaba la propia capacidad del CPP de conducirse con el profesionalismo y autocontrol necesarios.

Ejecutivo Nacional –donde el reclamo de los periodistas era manifiesto– y Poder Judicial Nacional. Asimismo, nos preguntábamos si la ampliación del mecanismo permitiría que el periodismo trabajara en forma conjunta y, de esta manera formar en el futuro una única asociación que convocara en forma integrada a los políticos, o si este planteo era muy ambicioso y, por lo tanto, se debería continuar actuando de modo fragmentado, con la modalidad de BPK adaptada según la institución pública seleccionada y el grupo de periodistas que tienen a cargo su seguimiento.

### **E. EL FORTALECIMIENTO DE LA PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA BPK EN LA ARGENTINA. SEGUNDA ETAPA: LOS TRES PODERES DE GOBIERNO**

El desafío de ampliar la metodología BPK a los tres poderes de Gobierno

A lo largo de la gestión del presidente Néstor Kirchner, las dificultades y obstáculos que se cernían sobre la libertad de expresión y el ejercicio del periodismo en la Argentina aumentaron significativamente. Ello se debió, principalmente, a los siguientes factores:

- i) los representantes del poder político consideran que es suficiente comunicarse en forma unidireccional con la ciudadanía mediante discursos y actos públicos, ignorando el derecho a preguntar del periodismo;
- ii) la ausencia de conferencias de prensa y el auge de los anuncios públicos;
- iii) la negativa de los principales dirigentes oficialistas (del Poder Ejecutivo) a otorgar entrevistas;
- iv) el rol desdibujado de los voceros de gobierno: en lugar de informar, dificultan el acceso a las fuentes de información;
- v) la información se brinda selectivamente a algunos medios de comunicación con intereses afines al Gobierno y son funcionales a él;
- vi) la ausencia de reglas claras en la distribución de publicidad oficial;
- vii) el trato discriminatorio por parte del gobierno nacional hacia algunos medios y periodistas;
- viii) el seguimiento, investigación y espionaje realizado sobre la vida y las actividades de algunos periodistas,<sup>5</sup> así como la violación de sus correos

---

**5** Ver caso Ventura, Adrián, recientemente resuelto por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, donde se condenó al Estado al pago de una indemnización como resultado de tareas de inteligencia sobre el periodista.

electrónicos (caso periodistas del diario Clarín);  
ix) la falta de una plataforma horizontal de comunicación y de alternativas de acceso a fuentes de información.

Los hechos reseñados dieron lugar a la pérdida de dos principios fundamentales para el desarrollo de la labor periodística: a) el derecho a preguntar y b) la comunicación de información *on the record*; lo que perjudica no solamente al periodismo sino, primordialmente, a la sociedad en cuanto a su derecho a saber y a la información, pilares básicos para la formación de una opinión pública libre y verdaderamente democrática.

Esto motivó al Equipo de Trabajo a proponer a KAS-Argentina la continuación de la implementación a nivel nacional del modelo BPK experimentado con resultados favorables en el Senado Nacional durante el año 2005.

# **CAPÍTULO V. CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL GRUPO PROMOTOR: DISYUNTIVA ENTRE PRESTIGIO Y PLURALISMO**

Al terminar 2005 y cerrar la I Etapa, se había enunciado como gran desafío lograr la continuidad y regularidad del mecanismo. En el ámbito del Congreso de la Nación, durante el primer semestre de 2006 se realizó sólo una conferencia de prensa con el presidente de la Cámara de Diputados, Alberto Ballestrini (Frente para la Victoria, en adelante FPV) y los diputados Patricia Vaca Narvaja (FPV) y Eugenio Burzaco (PRO). Los periodistas del Círculo Parlamentario adujeron que se debía tener en cuenta que ese año, a diferencia del anterior (I Etapa - 2005), no era un año electoral, lo cual, sumado a la creciente reticencia de los legisladores a aceptar la invitación a brindar una conferencia de prensa, no facilitó la fluidez en su realización. La decisión en cuanto a la organización de los encuentros estaba en cabeza del CPP, que decidía a qué políticos invitar y llevaba a cabo la convocatoria. Para brindarle continuidad al mecanismo, realizamos actividades complementarias, a la espera de fortalecer la iniciativa del CPP de convocar a nuevas conferencias de prensa:

**1) Reunión informativa en el Congreso de la Nación con integrantes del Círculo de Periodistas Parlamentarios y el periodista alemán Sr. Jan Uwe Ronneburger. La reunión se realizó el día jueves 15 de junio de 2006 en el Salón de Lectura del Senado de la Nación y contó con la presencia del Sr. Christoph Korneli, representante de la Fundación Konrad Adenauer. No fue sólo una reunión explicativa, sino que sirvió como disparador para replantear el futuro del mecanismo.**

**El presidente del CPP, Sr. Alfredo Gutiérrez (diario Clarín), tuvo a su cargo de las palabras de bienvenida y de la presentación del Sr. Jan Uwe Ronnenburger.** El aporte y apoyo del Sr. Ronneburger fue muy

valioso, no sólo por explicar el valor y funcionamiento de las BPK en Alemania, sino por dar su visión personal sobre las problemáticas expresadas por los colegas argentinos, en relación con la adaptación del sistema. Así, subrayó que la crisis y el desorden político e institucional de la Argentina no sería un argumento significativo para no intentar la implementación de un sistema semejante en nuestro país. Por el contrario, entendía que constituía un desafío, y precisamente es en época de crisis cuando pueden abrirse nuevos espacios y surgir algo positivo.

Asimismo, destacó que si bien el individualismo del periodismo argentino y la aceptación de la condición de autocontrol voluntario por parte de los periodistas eran puntos a tener en cuenta, tampoco constituían un obstáculo para el desarrollo del modelo. Resaltó que la finalidad del mismo iba más allá de esa situación y se mostró confiado en la formación de los periodistas y en el rol que desempeñan en la sociedad. Destacó el profesionalismo y capacidad de muchos colegas periodistas, que los hacía hábiles para intentar la implementación de una nueva herramienta de comunicación política. En definitiva, se buscó alentar que se diera un paso más y se intentara abrir el sistema a otros periodistas y llevarlo por fuera del Congreso Nacional.

**2) Reunión con políticos que manifestaron su interés en el sistema, por ejemplo con la senadora Sonia Escudero (FPV) y con el diputado Eugenio Burzaco (PRO), presidente de la Comisión Especial sobre la Modernización del Funcionamiento Parlamentario de la Cámara de Diputados de la Nación.**

**3)** Reuniones con representantes de medios de comunicación. Se realizaron visitas al diario *La Nación* (Sr. Fernán Saguier, subdirector) y al Grupo Clarín (Sr. Pedro López Matheu, gerente de Relaciones Institucionales del Grupo), quienes confirmaron el apoyo a esta modalidad y la consideraron como una herramienta más para obtener información. El integrante de Clarín destacó la importancia de incorporar otros periodistas y de extender este sistema a otros poderes públicos, como por ejemplo el Poder Judicial.

4) Reunión con otros periodistas independientes, quienes manifestaron su interés en el sistema y propusieron algunas acciones a seguir para el fortalecimiento y difusión del sistema BPK.

Paralelamente, las dificultades en obtener información, principalmente en el ámbito y entorno del Poder Ejecutivo, se agudizaban, motivo por el cual diferentes voces del periodismo, de diversos medios e ideologías opuestas, alertaban y criticaban sobre esta falta de acceso a información por parte del Ejecutivo. Se dio un fenómeno inusual en la Argentina: periodistas con

trayectoria mediática, pertenecientes a medios diferentes y con ideologías políticas diversas, concordaban sobre un tema e incluso reconocían públicamente compartir la preocupación de un colega de otro medio. Esto nos llevó a pensar que ante esta coincidencia, quizás fuera posible interesarlos a elaborar una solución conjunta y pasar de la mera crítica y la declamación, a ser proactivos e intentar poner en marcha una alternativa concreta. Por otra parte, el CPP fue perdiendo interés lentamente en continuar organizando las conferencias de prensa debido al aumento de exigencias profesionales que esto implicaba.

## **A. CREACIÓN DEL GRUPO PROMOTOR:**

### ***i. Primera reunión: 7 de septiembre 2006***

A propuesta del Equipo de Trabajo y con el acuerdo de la KAS se comenzó a contactar individualmente a periodistas, a quienes el modelo podría despertar su interés, varios de los cuales habían manifestado públicamente su preocupación sobre el tema de la falta de acceso a las fuentes de información.

De esta manera, se convocó a periodistas independientes de renombre en la Argentina a una reunión realizada el día 7 de septiembre en la sede de KAS, para explicarles el modelo BPK y proponerles la creación de un Grupo Promotor de esta iniciativa, que asimismo se comprometiera a armar una red de periodistas para difundir el Sistema de Conferencias de Prensa –Modelo BPK– y para ampliar su implementación a otros ámbitos distintos al parlamentario. Participaron de la reunión las Sras. María Laura Santillán y Luciana Geuna, y los Sres. Jorge Lanata, Alex Milberg y Silvio Santamarina. El resultado de la reunión fue muy positivo y durante la misma se destacó que:

- El modelo es interesante y sería de utilidad para cubrir una necesidad actual, pero debería ser *aggiornado* o adaptado a la realidad local. Los periodistas coincidieron –sobre todo para las primeras conferencias– en utilizar la modalidad del *on the record*, dado que el *off the record* es el modo usualmente utilizado por los políticos para comunicarse con los periodistas. El valor de este sistema justamente sería utilizar el *on the record*, bajo reglas claras que brinden seguridad al entrevistado.
- La dificultad en el acceso a las fuentes de información estaba claramente identificada con el Poder Ejecutivo, y no con el Legislativo ni el Judicial.
- Sería conveniente, para asegurar el éxito de esta iniciativa (léase: incentivar a los políticos a que concurran a las entrevistas), que antes de

comenzar con las conferencias de prensa que el tema "sea noticia". Para ello se propuso que la KAS gestionara una reunión con el Presidente de la Nación, con el fin de informarlo sobre el modelo y lograr que esa noticia salga en los medios. Para la cobertura mediática de esta iniciativa los periodistas presentes ofrecieron su colaboración. Desafortunadamente, la reunión no pudo llevarse a cabo, pero para lograr dar a conocer públicamente esta plataforma, la KAS organizó una presentación oficial en marzo de 2007.

- Intentar un compromiso de regularidad de celebración de conferencias de prensa, con una periodicidad de una por mes o por bimestre. Si bien para el comienzo se debía "generar la noticia" de las conferencias de prensa, los periodistas coincidieron, en que no era necesario buscar el éxito, sino instalar un mecanismo de comunicación alternativo y *crear un nuevo espacio periodístico de información, como herramienta adicional para la obtención de noticias.*
- Por ello, destacaron la necesidad de insistir en la continuidad del sistema con el apoyo institucional de la KAS, ya que consideran que se trata de un proyecto de mediano a largo plazo, debido a la coyuntura política actual.
- Los periodistas presentes coincidieron en que la integración del "Grupo Promotor" de las conferencias debería ser ampliado a otros colegas, mediante la convocatoria a *periodistas que integran la línea editorial de un medio*, debido al peso e influencia que tienen dentro de ellos, así como un mayor poder de convocatoria. En la elección de los mismos se privilegió la trayectoria del periodista por sobre otros criterios.

#### **ii. Segunda reunión: 18 de octubre 2006**

A modo de continuación y ampliación de la primera reunión realizada el 7 de septiembre, se invitó a participar de una segunda reunión a los mismos periodistas que participaron de la primera y a otros cuyos nombres fueron sugeridos por aquellos. De los colegas sugeridos aceptaron integrar el Grupo Promotor (además de los participantes de la primera reunión): Jorge Fernández Díaz; Julio Blanck, Gustavo Sylvestre, Maximiliano Montenegro; Pepe Eliashev, Adrián Ventura; Reynaldo Sietecase; Alfredo Leuco; Daniel Santoro; Damián Nabot, Martín Dinatale y Alfredo Gutiérrez. A este último se lo invitó a participar en especial, en su calidad de Presidente del Círculo de Periodistas Parlamentarios, lo que dio continuidad al proceso que se había desarrollado anteriormente en el Congreso de la Nación.

Se invitó a participar a la Asociación de Corresponsales Extranjeros (ACE), mas no envió representante.



Luego de un debate que giró en torno de la posibilidad o no de instalar un modelo como este en la realidad local argentina, se discutieron alternativas acerca de cómo “lanzar” el modelo de conferencias de prensa.

Así se propuso, por ejemplo, realizar una concentración de un número importante de periodistas en un lugar público, previa convocatoria al presidente Kirchner como invitado a la primera conferencia de prensa realizada por el Grupo Promotor (se sugirió que ese grupo no lo integraran los periodistas que resultarían “irritantes” para el Presidente). En caso de inasistencia del Presidente, la noticia sería “El Presidente Néstor Kirchner no asistió a la Primera Conferencia de Prensa convocada por el Grupo Promotor de Periodistas Independientes”. Se señalaron como ventajas de esta alternativa el gran impacto de la noticia en los medios de comunicación, y como desventaja, el riesgo potencial de “fracaso” de la iniciativa en su fase inaugural. Por ello, se descartó empezar con una alternativa tan “dura”, dado que sólo se lograría la enemistad de los demás funcionarios del Poder Ejecutivo al mecanismo.

*Se consensuó definir la iniciativa argentina como un espacio de diálogo entre periodistas, políticos y otros dirigentes nacionales y extranjeros y no como un lugar de choque o enfrentamiento.* Por lo tanto, el propósito del GP consistió en generar un ámbito serio de conferencias de prensa (institucional), con reglas periodísticas que ordenaran las reuniones, para instalar el tema en forma gradual e invitar a la primera conferencia a un ministro (por ej., Educación, Salud, etc.). Se señalaron como ventajas la posibilidad de presentar el tema sin entrar en confrontación con el Presidente y de llegar de manera indirecta a él u otros integrantes de su gabinete. La desventaja sería el riesgo de que la noticia no saliera publicada en los principales medios de comunicación y la falta de impacto de la noticia.

Para continuar avanzando, se estableció la siguiente estrategia:

- Si bien el déficit de acceso a información estaba concentrado en el Poder Ejecutivo, se coincidió en procurar invitar a conferencias de prensa a representantes de los demás poderes nacionales y también a gobernadores de las provincias.
- Involucrar a los periodistas que en el futuro integraran la Red de Periodistas para que difundieran la metodología BPK y participaran en la realización de las conferencias de prensa a través de la convocatoria de políticos.
- Procurar un acercamiento con los tres poderes de gobierno (ejecutivo, legislativo y judicial) para obtener el “aval” de la iniciativa y facilitar la

participación de sus miembros en las conferencias de prensa que convoque el Grupo Promotor.

- Procurar la firma de una declaración de principios por los periodistas del Grupo Promotor. Para ello, las autoras redactamos el primer borrador, que fue corregido por los periodistas convocados hasta llegar a confeccionar la versión definitiva, que fuera firmada por 17 periodistas en diciembre de 2006. Se estableció fijar un número reducido de profesionales en la composición del GP, aunque representativo de los medios más importantes, con el fin de agilizar el consenso de la agenda y la toma de decisiones.
- Impulsar en el futuro la conformación de una Red de Periodistas, que estaría integrada en un principio por los integrantes del Grupo Promotor y otros que aquellos propusieran.

La diferencia fundamental con las conferencias llevadas a cabo por el Círculo de Periodistas Parlamentarios estaba dada porque sería el Equipo de Trabajo, y no los periodistas, quienes convocarían y organizarían las conferencias de prensa, con el apoyo institucional de la KAS (y de las universidades en cuanto a la logística), siendo que los invitados eran elegidos por consenso dentro del GP. La razón era muy simple: el GP es un núcleo de periodistas que se ha unido con el propósito exclusivo de convocar a conferencias de prensa, sin otros objetivos a cumplimentar, y que no cuenta con ninguna estructura fija ni organizativa propia que los contenga ni que los reúna físicamente (como sí ocurre con el CPP en la sala de prensa del Congreso Nacional, que posibilita el encuentro entre los colegas de la asociación y otros).

A los efectos de terminar de definir la estrategia y repasar la declaración de principios que daría origen a la iniciativa, se citó a una tercera y última reunión en 2006.

### ***iii. Tercera reunión de periodistas: 29 de noviembre de 2006***

Durante la reunión se precisó el texto definitivo de la Declaración de Principios, que fuera enviado en forma previa a todos los periodistas integrantes del Grupo Promotor y a los convocados (véase texto Declaración de Principios en la sección Documentos Adjuntos). Asimismo, se empezaron a debatir temas prácticos:

- 1) Se avanzó sobre la metodología para la realización de las conferencias de prensa: se enfatizó la importancia de realizarlas dentro del marco de un esquema estricto en cuanto a sus reglas, de manera tal que permitiera su desarrollo en forma ordenada.

2) Se repasaron las reglas de funcionamiento de las conferencias sugeridas y utilizadas anteriormente en el ámbito del Senado Nacional. Algunas de ellas fueron modificadas con el propósito de otorgarle mayor rigurosidad al desarrollo de la conferencia, especialmente en relación con el trato con el invitado y a la posibilidad de repreguntar.<sup>1</sup>

3) En torno a las consecuencias directas de la realización de las conferencias, nuevamente se manifestó cierta preocupación en cuanto a que este sistema pudiera aparecer como un terreno "opositor" al actual gobierno. Se consensuó evitar la confrontación y llevarlo a cabo mediante un trabajo concienzudo y continuado, aprovechando el año electoral (2007) para afianzarse.

4) En relación con la estrategia de comunicación actual gobierno del Dr. Kirchner se volvió a mencionar la negación que existe en cuanto a la carga pública de algunos funcionarios del actual gobierno y que la información es manejada como un "capital" del poder político, la cual se entrega en forma puntual y pactada. Se habló de un "cierre" de las fuentes de información y la colocación de información mediante exclusivas, además de las pautas publicitarias.

5) Se destacó la importancia de que los periodistas sean actores del propio cambio, oportunidad que podría surgir a través de la iniciativa BPK.

6) Se volvieron a sugerir nombres de algunos colegas para completar el Grupo Promotor en 17 miembros, estableciéndose mediados de diciembre de 2006 como última instancia para suscribir la Declaración de Principios.

El equipo de trabajo se contactó individualmente con los periodistas que no pudieron concurrir a la reunión para explicar el objetivo de la Declaración, logrando así que a fines de diciembre de 2006 el acta que daba origen a las conferencias de prensa convocadas por periodistas en la Argentina estuviera suscripta por todos los integrantes del GP.

El Grupo Promotor le dio a la iniciativa BPK en Argentina el nombre de *El Poder Responde*, a propuesta del Sr. Pepe Eliashev, integrante del GP.

## **B. EVOLUCIÓN DEL GP**

En octubre de 2007, se llevó a cabo el primer cambio dentro del GP: el Sr. Jorge Fernández Díaz, uno de los fundadores de esta iniciativa y orador en

---

**1** Ver al final de este capítulo las Reglas de Funcionamiento de la BPK.

el acto de presentación oficial de la misma, manifestó su imposibilidad de continuar integrando el GP, atento a sus nuevas responsabilidades al frente del Suplemento ADN Cultura en el diario *La Nación*. Por ello, propuso como su reemplazante en el GP al Sr. Claudio Jacquelin, secretario de Redacción de dicho diario. Los miembros del GP presentes lamentaron el alejamiento de Jorge Fernández Díaz y aceptaron sin objeciones la incorporación de Jacquelin. Asimismo, a finales de 2007 se produjo la segunda modificación en la integración del GP: el Sr. Daniel Santoro se retiró del GP por compromisos laborales y en su lugar ingresó la Sra. Alejandra Gallo, quien al igual que su colega saliente del GP, también trabaja en el diario *Clarín*.

Finalizado 2007, a través de la firma de un Acta de Ratificación se fortaleció el Grupo Promotor, ya que la mayoría de sus integrantes ratificó el interés en continuar integrándolo.

Aquellos periodistas del GP que demostraron su interés en la iniciativa de manera más "activa", conformaron a mediados de 2008 lo que se denominó "un núcleo sólido". Este "núcleo sólido" es el que hasta la fecha mantiene viva, en gran parte, la importancia institucional de las conferencias de prensa y hace posible su realización. Valoran esta iniciativa como "la construcción lenta de un ámbito de prestigio" para desarrollar conferencias de prensa, para lo cual habrá que seguir trabajando con compromiso y perseverancia. Cabe la posibilidad de que se pueda trabajar con ellos en pos del logro de una "autogestión" de esta iniciativa en el futuro.

### **C. DIFERENTES ETAPAS DE APERTURA DE LAS CONFERENCIAS DE PRENSA: LA FORMACIÓN DE UNA RED DE PERIODISTAS**

El espíritu de la iniciativa alemana de la BPK implica un mecanismo de nivelación entre los periodistas (*ausgleichend*), ya que posibilita para la mayoría de los periodistas miembros de la BPK un contacto igualitario con funcionarios (entendidos como fuentes de información) a los que posiblemente no accederían. Es una vía para evitar que un periodista sea excluido de la posibilidad de informarse por ser considerado "un periodista opositor" o no ser "afín" o "del agrado" del gobierno.

Justamente este trato igualitario significó que el modelo alemán se entendiera como una garantía para la libertad de prensa, un "correctivo" de las relaciones de dependencia con los medios y la política: cuantos más periodistas de diferentes medios y diferentes ideologías conformaran el grupo, menos influencias podrían ejercer los políticos de turno. Asimismo, esto induce a

democratizar la información: gracias a esta plataforma, la información es suministrada a múltiples medios y así, a gran parte de la ciudadanía.

Por ello en todo momento del proceso de adaptación en la Argentina se destacó que la posibilidad más valiosa que brinda este modelo para el sector del periodismo es la de alentar y respetar el principio de solidaridad entre los mismos colegas, lo cual constituye todo un desafío para una profesión que no necesariamente se distingue por compartir la información y en la que el protagonismo y la exclusividad son lo que más sobresale.

### ***i. Primera Etapa de apertura y formación de la RED***

En junio de 2007, habiendo pasado exitosamente por tres conferencias mensuales, en la reunión del GP se decidió que era tiempo oportuno para discutir propuestas acerca de cómo abrir las conferencias a otros colegas para ir formando la **RED** y dar cumplimiento al artículo 1º de la Declaración de Principios suscripta. Se reiteró que el GP estaba constituido e integrado en su totalidad y que su función es similar a la de una comisión directiva de una institución.

En el análisis se consideraron y debatieron las diferentes posiciones y propuestas que se habían recibido previamente por mail. Se consensuó que lo más apropiado para esta primera etapa de consolidación de la iniciativa (2007) era adoptar un *criterio moderado*: proceder a la formación de la Red, no de manera irrestricta sino controlada, para proteger y fortalecer la confianza de los políticos en el espacio que se había creado. Las razones para ello residían en que la plataforma El Poder Responde era de reciente creación (abril de 2007) y estaba siendo aceptada lentamente por políticos, en gran parte por la seguridad y confianza que les brindaban sus interlocutores, es decir, los miembros del GP. Se temía que cualquier incumplimiento a las reglas o conducta inapropiada durante o después de la conferencia por parte de nuevos participantes pudiera hacer fracasar este incipiente reconocimiento. Se insistió en centralizar el debate en el apego a las reglas y el compromiso con el proyecto y la metodología por sobre las personas propuestas o interesadas. Del total de los 17 integrantes del GP, 11 manifestaron explícitamente su voluntad de abrir las conferencias.

Como ingreso a la RED se propuso entonces reafirmar los criterios objetivos que se habían plasmado en la Declaración de Principios: *ejercicio efectivo del periodismo con experiencia profesional comprobada en temas de políticas públicas* (política, economía, educación, etc.), y se definió la siguiente metodología: el periodista interesado en *incorporarse a la RED* debía ser propuesto por un integrante del GP. O sea, en esta primera etapa *solamente se*

*ingresaría por invitación del GP.* Cada miembro del GP asumió la responsabilidad de hacerse cargo de la actitud de los colegas a los que proponía para ingresar a la RED, en especial el cumplimiento de las reglas.

a. La *decisión del ingreso se tomaría por consenso* en las reuniones mensuales del GP. Con 10 días de anterioridad a cada reunión mensual del GP se irían presentando las peticiones de ingreso y se someterían a la consideración de los integrantes del GP para que formularan objeciones, en caso que las hubiera. Si no hubiera objeciones, el postulante quedaría aceptado para ingresar a la RED.

b. Previo a su incorporación a la RED, los postulantes aceptados eran invitados a participar de una BPK, con el fin de comprender en forma cabal el funcionamiento de las conferencias y sus reglas. Si bien en un primer momento se estableció que esta invitación sería a modo de "observadores", sin posibilidad de realizar preguntas, tal posición rápidamente se modificó para incluir la participación activa en las conferencias, ya que atento a que los colegas eran propuestos por miembros del GP, no se justificaba ni era apropiado poner tal requisito a un colega recomendado. Se trataba de una cuestión de confianza entre pares. Por ello, el Equipo de Trabajo pasó sólo a informar previamente a los periodistas invitados sobre los aspectos principales de las conferencias y sus reglas.

c. El Equipo de Trabajo redactó un *compromiso escrito o Acta Compromiso*, en el que el periodista invitado declara conocer y respetar la Declaración de Principios, así como asumir la adhesión a las reglas de funcionamiento de las conferencias. Firmado este compromiso, el colega queda habilitado para incorporarse a la RED e intervenir en las conferencias con derecho a preguntar. El requisito de la firma del Acta Compromiso se mantiene hasta la fecha.

d. Integrar la RED implica:

- i. el derecho a ser convocado a las conferencias,
- ii. el derecho a preguntar,
- iii. el derecho a recibir el audio completo de la conferencia vía correo electrónico,
- iv. los integrantes de la RED no tienen facultades para tomar decisiones.

## ***ii. Segunda Etapa de apertura y de integración de la RED***

En la reunión del GP del 11 de octubre de 2007 se analizó la evolución de la conformación de la RED y de la Declaración de Principios suscripta por los periodistas el año anterior. El mecanismo de conferencias de prensa se estaba

consolidando. El cumplimiento de las reglas, en especial por la acertada moderación o conducción de las conferencias por parte de integrantes del GP, se había logrado. Por una parte, se hacía difícil conseguir que miembros del GP siguieran recomendando a colegas para integrar la RED. Por la otra, varios miembros del GP bregaban por un pluralismo mayor, sin tantas consideraciones.

Fue así que en dicha reunión se logró alcanzar uno de los objetivos propuestos: el GP decidió proceder a la *apertura total de las conferencias* a otros periodistas y posibilitar un ingreso plural a la RED, en cumplimiento del artículo 1º de la Declaración de Principios. Esta decisión fue tomada en el entendimiento de que aquella era imprescindible, no sólo para cumplir con la declaración firmada por los integrantes del GP, sino también para posibilitar la existencia de una masa crítica de periodistas en las conferencias. Atento a la experiencia positiva de las primeras conferencias y al interés manifestado por los periodistas de ADEPA y de otros profesionales "autoconvocados" en participar de las mismas, los integrantes del GP decidieron dar por superado el criterio moderado inicial de formación de la RED en forma controlada (ingreso por recomendación del GP). Se dio lugar así a la apertura total a las conferencias a aquellos colegas que cumplieran un requisito objetivo: el *ejercicio efectivo del periodismo con experiencia profesional comprobada en temas de políticas públicas en sentido amplio* (política, economía, educación, justicia, medio ambiente, etc.) y continuar con el requisito de la firma de un Acta de Compromiso de Respeto a las Reglas BPK, que cada postulante debe firmar previamente a su ingreso a la RED.

Asimismo, se acordó respetar las objeciones planteadas en casos puntuales por algún integrante del GP, que serían tratadas en el ámbito de las reuniones del GP.<sup>2</sup>

En definitiva, el GP acordó que debía regir el concepto de ampliación, democratización y flexibilización en la forma de incorporación de colegas a la RED, aunque respetando siempre una prolija organización y el respeto por los principios y las reglas establecidas para esta iniciativa.

Se incorporaron a la RED más de 30 periodistas de diversos medios, quienes a partir de la firma del Acta Compromiso quedaron habilitados para participar activamente de las conferencias. Desde 2008 se logró, finalmente, contar con la presencia de corresponsales extranjeros acreditados en el país en algunas

---

**2** Hasta la fecha hubo una sola objeción a una periodista, por no dedicar su actividad profesional al tratamiento de políticas públicas.

conferencias que suscitaron su interés, si bien deseáramos que la participación fuera mayor.

No obstante las divergencias surgidas en el GP respecto de ciertos aspectos fundamentales para el desarrollo de la iniciativa BPK (por ej. apertura de la RED, comunicación con los políticos), debemos destacar que se logró fortalecer el trabajo dando prioridad a las semejanzas por encima de las posiciones encontradas. Esto requirió en varias ocasiones, de la mediación del Equipo de Trabajo.

Se logró la apertura de la RED, respetando la igualdad de oportunidades y el trato igualitario de todos los periodistas, independientemente de su género, creencias religiosas, ideología y medio en el cual trabaja. El trato igualitario debería ser entendido como una garantía para la libertad de prensa.

El objetivo de una RED plural en cuanto a su integración es lograr transitar hacia un equilibrio en la relación que existe entre los periodistas y los medios, y entre los periodistas y los políticos. Tal es así que a mayor diversidad de periodistas pertenecientes a distintos medios de comunicación e ideologías diferentes que conformen el grupo, menor será la posibilidad de que los políticos de turno ejerzan influencias sobre aquellos.

### **Las enseñanzas de Wimbledon**

*Por* **Damián Nabot**<sup>3</sup>

*De un día para otro, la experiencia de trasladar la Bundespressekonzferenz a la Argentina se transformó en un verdadero laboratorio social. El resultado del proceso, con las particularidades de una comunidad en miniatura, resumió como las debilidades y fortalezas propias de la sociedad argentina. La reacción de los periodistas que integramos el grupo inicial, las controversias que cotidianamente atravesaban los improvisados foros de discusión internos, eran un reflejo de las diferencias que habían sacudido las últimas décadas de ardua y trabajosa construcción democrática en la Argentina.*

*¿Cuáles deben ser las reglas que debían regir una conferencia? ¿Cuáles eran las penas para quienes las violaran? ¿Quién tenía atribuciones para imponer sanciones? ¿Sobre qué sustento se fundaba su legitimidad? Pero a la vez ¿Hasta qué punto las*

---

**3** Damián Nabot es miembro fundacional del Grupo Promotor de la iniciativa BPK. Es jefe de la sección "Política" de la agencia de noticias Diarios y Noticias (DyN).



*reglas limitaban las libertades individuales y la creatividad? ¿Las normas iban a contramano de la autonomía necesaria de la actividad periodística? ¿Cómo evitar que un beneficio común –la información– se desviara hacia apropiaciones indeseadas? ¿Se corría el riesgo de transformar el grupo de periodistas en un ámbito elitista o una apertura indiscriminada terminaría por desvirtuar el profesionalismo deseado de las conferencias? ¿Cómo enfrentar las presiones de los sectores interesados en empujar al fracaso el proyecto? ¿Cómo garantizar institucionalidad más allá de las personas que eventualmente integraran el grupo?*

*En gran medida, todas las preguntas podían traducirse a una dimensión mayor. ¿Acaso fijar normas comunes que vuelvan más justa la convivencia entre los diferentes sectores sociales no es un eje crucial de discusión de la reconstrucción democrática posterior a 1983? El problema de la legitimidad también atraviesa ambos niveles, tanto en nuestro limitado ensayo profesional como en la esfera más amplia, donde la deslegitimación del Estado derivó en una crisis de la esfera pública. El debilitamiento de la legitimidad como fenómeno político explica incluso la falta de cohesión social.*

*En definitiva, un simple cambio de palabras podían transformar las discusiones sobre las conferencias en un verdadero debate político en el sentido amplio, es decir, en cuanto a las formas de imaginar un sistema funcional que genere vías de participación y, a la vez, de convivencia interna y autonomía.*

*De repente, los periodistas, que tantas veces opinamos de la dirigencia argentina y sus desastres, nos veíamos en la situación de dar forma a un pequeño sistema político. Y, por supuesto, las virtudes y males propios de la sociedad que integramos nos atravesaron como fuerzas incontrolables: la creatividad para adaptar un formato generado en otro país a la idiosincrasia local pero también las dificultades para alcanzar consensos y flexibilizar nuestras opiniones, el vicio de perderse en largas charlas de café sin concretar realizaciones, el incumplimiento de las normas que nosotros mismos habíamos fijado pero también la tenacidad para avanzar contra nuestros propios demonios.*

*Siempre resulta más sencillo declamar las bondades de las decisiones por consenso que aceptarlas. Los males de un país atravesado por hemorrágicas disputas entre los sectores de la dirigencia, que malgastan tiempo y energía en vez de alcanzar acuerdos mínimos para empujar a la Argentina hacia el desarrollo, también eran parte de nuestra genética profesional.*

*No es casual que la Bundespressekonferenz original sea una creación de la postguerra. Una nueva fuerza se abrió paso en Europa sobre los campos arrasados por la guerra. La revalorización*

*de los derechos individuales y civiles fue de la mano del crecimiento y el respeto a la ley. Pero antes había sido necesario acompañar a Rimbaud a pasar una temporada en el infierno.*

*Tampoco es azaroso que las conferencias de prensa organizadas por periodistas surgieran en la Argentina de la mano de un proceso de búsqueda de una sociedad abierta y justa que se enfrenta todavía sin resolución con los fantasmas de un pasado trágico y un presente cruzado por profundas inequidades.*

*La pequeña semilla sembrada tiene un valor difícil de estimar. En el libro El recomienzo de la historia, el filósofo alemán Ralf Dahrendorf analiza los desafíos de la reconstrucción política que atravesaron Europa oriental tras la caída del muro de Berlín y la importancia de impulsar pequeñas reformas que avanzaran hacia una sociedad a la vez más abierta pero sin perder los méritos de la equidad. "Quien pretende cambiar todo, lo único que logrará es poner en peligro el orden constitucional mismo. Algo es más que todo", concluía Dahrendorf.*

*Únicas, accidentadas, entusiastas, irregulares, democráticas, reveladoras, las conferencias de prensa organizadas por periodistas son un pequeño gran logro en la Argentina, donde el acceso a la información debe superar los infinitos candados de quienes se benefician con la ocultación. Pero el inicio de un cambio requiere tiempo y perseverancia. Como aquella vieja anécdota sobre el estadio de Wimbledon: cuando alguien preguntó a sus cuidadores cómo hacían para mantener el césped en perfectas condiciones, respondieron que era sencillo, sólo regar y cortar. Sin interrupciones durante los últimos cien años.*

## REGLAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA CONFERENCIA

- El moderador da comienzo a la conferencia: bienvenida al invitado y a los presentes en el auditorio.
- Formato de Presentación: "**esquema minimalista**": "Información – Pregunta – Respuesta" (no hay lugar para debate). En algunos casos, puede ocurrir que el invitado tenga alguna declaración que formular o noticia para comunicar, lo que se hará al inicio de la conferencia, antes de abrir a las preguntas.
- El **moderador** dirige la dinámica de la conferencia, otorgando la palabra a los periodistas, según el orden en que vayan presentando sus preguntas.
- Las preguntas deben ser breves y directas (sin introducciones largas e innecesarias).

- El entrevistado puede concurrir con un asesor, si fuere necesario para algún tema puntual.
- No se permiten las agresiones verbales ni físicas.
- Agenda o temario de preguntas: se restringe a **temas de políticas y actualidad**. No se permite hacer alusión a cuestiones personales de los periodistas o del entrevistado.
- **Las preguntas se realizan en el marco de la conferencia**. Una vez finalizada la actividad no debe haber contacto o entrevistas individuales entre los periodistas participantes y el invitado.
- La conferencia finaliza cuando los periodistas han agotado sus preguntas. El cierre está a cargo del moderador.
- Está permitida la grabación y filmación de la conferencia. Se enfoca solamente al invitado, quien es el protagonista de la conferencia.
- En todo momento debe mantenerse un estricto apego a las reglas de funcionamiento de la conferencia y de la Declaración de Principios firmada por el Grupo Promotor.

### **COMPROMISO INTEGRACIÓN RED DE PERIODISTAS**

El que suscribe al pie del presente declara conocer, aceptar y respetar *la Declaración de Principios sobre la organización de conferencias de prensa* (adaptación del modelo alemán de la Bundespressekonferenz e.V), firmada el 15 de diciembre de 2006, entre la Fundación Konrad Adenauer, el equipo de colaboradoras de la Fundación Adenauer y el grupo de periodistas promotor de la iniciativa.

En particular:

- a) manifiesta su interés en integrar la Red de Periodistas mencionada en el Art.1 de la Declaración de Principios asegurando que ejerce efectivamente el periodismo, informando de manera continua sobre la vida política del país;
- b) se compromete a respetar los principios de ética periodística; y
- c) se compromete a participar de las conferencias con un apego estricto a las reglas pre-establecidas.

Se suscribe este compromiso, en la ciudad de Buenos Aires, a los ..... días del mes de .... de 2008:

**Datos periodista invitado:**

**Nombre completo:**

**DNI:**

**Fecha de nacimiento:**

**Dirección:**

**Tel:**

**Mail:**

**Medio:**

**Firma:.....**

**Periodista invitado**

***iii. Otros temas que se debatieron en el seno del Grupo Promotor***

1. *La frecuencia de las reuniones del GP.* Dado que durante 2007 se terminó de ajustar la iniciativa y la comunicación entre el GP y el equipo de trabajo era fluida a través del mail o teléfono, para 2008 el GP consideró innecesario llevar a cabo reuniones trimestrales; se consensuó llevar a cabo reuniones semestrales de evaluación, comprometiéndose los miembros del GP que firmaron el acta de ratificación, en intentar participar como mínimo en una de las dos reuniones anuales.

2. *La metodología de comunicación entre el GP.* Se decidió, ya en 2007, privilegiar el contacto vía mail y grupal, utilizando, en algunas ocasiones, el mecanismo de "voto virtual", por sobre las reuniones programadas.

3. *Difusión del listado de invitados que se rehusaron a concurrir* a las conferencias: entre los participantes del GP surgió la necesidad de evaluar si se informaba a la ciudadanía de las negativas de asistir a las conferencias por parte de los políticos. Durante 2007 se optó por la cautela en la etapa de arranque y no difundir los nombres de los invitados reticentes, para que no peligrara la iniciativa.

En 2008 hubo mayor interés en dar a conocer públicamente tales nombres, en especial porque se recalzó que había desaparecido la conferencia de prensa como institución política y que la primera línea del gobierno continuaba con la estrategia firme de no otorgarlas. Hubo coincidencia en privilegiar el derecho a informar al ciudadano de los políticos que rechazan asistir a las conferencias, no a través de la confrontación directa, sino a través de la exposición y del

cotejo entre las invitaciones cursadas y las conferencias realizadas. Esto se llevó adelante sólo en algunos medios.

4. *Invitación a visitantes extranjeros.* Se definió invitar también a visitantes de países extranjeros. Para ello, la KAS y el equipo de trabajo organizaron una reunión de presentación en la sede de la Fundación Adenauer, en la que el Sr. Korneli oficialmente puso a disposición de representantes de diferentes embajadas la posibilidad de utilizar esta plataforma de comunicación. La reunión despertó mucho interés entre los presentes (representantes de las embajadas de Brasil, México y Paraguay), quienes plantearon la necesidad –que luego fuera transmitida y aceptada por los miembros del GP– de que fuera el grupo de periodistas el que expresamente invitara a un visitante o diplomático extranjero a una conferencia de prensa. Para ello sería necesario que por lo menos dos o tres periodistas de medios diferentes firmaran la invitación, en nombre de la iniciativa argentina. Se realizó un primer intento con la embajada de Brasil, ante la proximidad de la visita del Ministro de Defensa, conferencia que lamentablemente no se concretó debido a que ésta tuvo lugar pocos días después de la reunión y a una apretada agenda del Ministro. Por ello, no hubo tiempo para cumplimentar los requisitos de la embajada de Brasil.

5. *Trato a noteros del info-entertainment.* Ante la apertura total de la Red, se planteó cuál sería la mejor forma de proceder en caso de que algún *notero*, *movilero* o conductor de programas de información y entretenimiento (radiales y televisivos) solicitara participar de la conferencia. Se temía que, dado que el propósito principal de estos profesionales consiste en lograr una nota de humor, irían a buscar la exposición o ridiculización del invitado, y desprestigiarían así el espacio que se había creado con tanto esfuerzo.

Sin embargo, por otra parte, algunos de los conductores de este tipo de programas son periodistas y consideran que ellos hacen periodismo. Para no discriminar, al igual que se decidió aceptar la presencia de periodistas o medios afines al oficialismo que quisieran participar de las conferencias, porque el espacio Preguntar al Poder se presenta como un terreno amplio y plural, abierto para todos los colegas, se decidió que, llegado el caso, también se aceptaría la presencia de un colega del *info-entertainment*, siempre y cuando firmara el Acta Compromiso y se atuviera estrictamente a las reglas. Otro límite lo constituye que dedique parte de su labor a la prosecución de información en temas de políticas públicas; caso contrario, estaría contradiciendo uno de los principios fundamentales de la BPK.<sup>4</sup> Sería entonces más rigurosa la labor de control del

---

4 En Alemania, por ejemplo, se planteó el caso del ingreso de periodistas de ideología

moderador de turno. Hasta la fecha, representantes de este tipo de programas no se acercaron a las conferencias.

6. *Frecuencia de las conferencias de prensa.* Al inicio de 2008, el GP debatió la posibilidad de aumentar la frecuencia de realización de las conferencias a dos por mes. Pero se descartó esta alternativa para privilegiar mantener el nivel de las conferencias, por lo cual se decidió continuar con una conferencia mensual, con un invitado convocante, antes que organizar más conferencias mensuales con invitados de menor relevancia.

No obstante, luego de una discusión entre los miembros del GP acerca de los funcionarios a invitar, se llegó a la conclusión de que tampoco podía primar como criterio convocante llamar a aquellos políticos reticentes en dialogar con el periodismo. Esto podría acarrear las siguientes consecuencias:

a) La pérdida de la frecuencia de realización de las conferencias, toda vez que insistir con políticos u otros dirigentes renuentes a participar en ellas tornaría más arduo lograr concretarlas, máxime teniendo en cuenta el conflicto que se suscitó con el sector agropecuario, por el cual, los principales referentes políticos, empresariales y sociales replegaron sus declaraciones públicas, con el fin de no agravar la delicada situación política.

b) La BPK no podía convertirse en un espacio de comunicación sólo para los políticos "difíciles", sino que la posibilidad de brindar una conferencia de prensa debía ofrecer un trato igualitario a todos los políticos. De lo contrario, el GP estaría de algún modo "castigando" a aquellos políticos que aceptan dialogar con el periodismo sin condicionamientos.

7. *Días y horarios de las conferencias.* Por las necesidades de los medios gráficos y televisivos de poder preparar la nota, se consensuó que los mejores días y horarios eran los martes y jueves, a media mañana o cerca del mediodía: 11 ó 12 horas.

Lamentablemente, esto perjudica a otros miembros del GP, que deben asistir a sus compromisos laborales (radio y TV). Por ello, se evalúa realizar algunas conferencias en un horario más acorde a las posibilidades de la minoría.

---

*skinhead*, pero que realizaban su labor seriamente en materia de políticas públicas. La asociación BPK decidió que, en la medida en que su tarea se desarrollara en ese rango y se respetasen las reglas de conducción de las conferencias, se les debía permitir su incorporación, ya que vedar su participación implicaría discriminarlos. Finalmente, se les habilitó el ingreso a la BPK.

8. *Orden de las preguntas.* Desde comienzos de 2008 se realizó un cambio en la metodología para otorgar el orden de las preguntas: ante la aclaración de una de las autoras de que en Alemania la asociación BPK modificó la técnica que se utiliza para otorgar la palabra *priorizando ahora que se agoten los temas para luego pasar a otro*, otorgando a los demás colegas la posibilidad de hacer preguntas sobre la misma temática, hubo acuerdo entre los miembros del GP en adoptar también esta metodología, que permite ahondar en los temas y optimizar el tiempo de ambas partes.

9. *Institucionalización de la iniciativa.* Durante 2008 el Sr. Kornelli confirmó el interés de la Fundación Adenauer en seguir acompañando el proyecto. Pero también puntualizó la idea de que esta iniciativa se fuera independizando de la Fundación, lo que se deberá hacer progresivamente y con colaboración del Equipo de Trabajo. Los periodistas presentes coincidieron en señalar que este proyecto no es “un juego para ansiosos” y que se tiene que ir institucionalizando, para generar un espacio con vida propia, que demuestre una conducta por largo tiempo.

También apuntaron las dificultades prácticas en lograr una independencia total, en especial por el temor a no lograr una organización coordinada. En especial, se mostraron reticentes a aceptar el “sponsoreo” o aporte de empresas privadas, por más que se transparente el ingreso y la aplicación de los fondos.

10. *Página web, nombre y logo propios.* Como parte del proceso de independencia y legitimación frente a la opinión pública, se decidió modificar el nombre el “Poder Responde” y elegir una denominación que debía caracterizar y diferenciar claramente estas conferencias de las gubernamentales, en especial resaltando la labor convocante del periodismo. El GP optó por el nombre “Preguntar al Poder”, sugerido por el Sr. Pepe Eliashev.

La KAS aportó el diseño del logo de identificación de Preguntar al Poder, que consiste en dos filas de cuadrados en distintos tonos de azul y celeste, encontrados o que se miran entre sí: esto simboliza al invitado, por un lado (en celeste), y los cuadrados azules representan al periodismo, dispuesto a preguntar.

Además, desde fines de 2008 Preguntar al Poder tiene su propia página web, donde se sube el audio de las conferencias y que puede ser accesible por todos para utilizar los contenidos en forma libre y gratuita: [www.preguntaralpoder.kas.org.ar](http://www.preguntaralpoder.kas.org.ar).

11. *Comité Ejecutivo*. En 2008 se definió la necesidad de formar dentro del GP un comité ejecutivo de consulta, con los cuales se pueda establecer una modalidad de comunicación más fluida y directa para la toma de decisiones, evaluación de medidas, agenda, invitados, firma de invitaciones, etc. Para ello, seis miembros del GP se ofrecieron a participar, al cual se denomina como el “núcleo duro” del GP.



## **CAPÍTULO VI. PREGUNTAR AL PODER VS. *INFO-ENTERTAINMENT*: UNA ALTERNATIVA PARA FRENAR EL DESPRECIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN POR LAS INSTITUCIONES**

Si bien tanto el periodismo como los medios de comunicación son intermediarios entre el Estado y la sociedad, no se los puede asimilar. Los primeros cumplen una tarea fundamental para la sociedad: informar "es un oficio"; en tanto los segundos también satisfacen funciones básicas en la sociedad, pero la modalidad en que las desarrollan varía de un medio a otro. Así, por ejemplo, se considera que la función primaria de la prensa consiste en *informar* a sus lectores (ayudando a crear un determinado estado de opinión en ellos). El papel principal de la radio y la televisión, por su parte, consiste en *entretener e informar* a sus respectivas audiencias (la proporción entre entretener e informar dependerá del medio televisivo y radial de que se trate).

Por último, Internet constituye un medio sustancialmente distinto de los anteriores, al permitir una comunicación y conexión flexible y dinámica, a la vez que ofrece usos sociales: facilita sobre todo la comunicación entre las personas e interactuar con los medios, así como servir de importante fuente de información y documentación para sus usuarios. Pero aunque cada medio presente una o dos funciones primarias que les son propias y características, también desarrollan un negocio empresarial, privilegiando la búsqueda del éxito económico por sobre su fin social; por lo tanto, tienen intereses diferentes a los del periodismo en sí mismo. Los periodistas necesitarían, actualmente, un mayor grado de protección frente a la empresa mediática, ya que su deber es la búsqueda de la verdad en la información y puede ocurrir que esto tropiece con el interés particular del medio en el cual se desempeñan, lo que puede poner en jaque su independencia profesional.

En relación con el vínculo que existe entre el periodismo y los medios de comunicación con la dirigencia política argentina, una gran mayoría de políticos consultados para el Estudio 2008 coincidió en admitir que “todos conocemos las reglas del juego y sabemos qué podemos decir y a quién”. Se señaló que los políticos saben cuándo y cómo “pasar un chisme a un periodista que lo tome para tener un título o copete de una nota o para diferenciarse del resto”. En este sentido, se puede afirmar que los políticos “conocen el oficio y las mañas del periodismo, por lo que no se puede protestar luego por una publicación determinada”. La diputada Patricia Bullrich (Coalición Cívica) indicó que *“le corresponde a toda la dirigencia política aplicar prudencia en las declaraciones al periodismo”*.

Mención aparte merecen las llamadas “operaciones de prensa” montadas en contra de determinados dirigentes o en función de intereses económicos de los medios de comunicación, a través de las cuales se genera una especulación en torno a la información que se difunde, en lugar de informar la realidad desde un plano objetivo. Algunos políticos opinaron que “los intereses que tienen los medios de comunicación no siempre están dirigidos a la búsqueda de la verdad”. Otros son más optimistas y refirieron que “es cierto que hay intereses económicos vinculados a los medios de comunicación, pero no hay que pelearse con esto, sino fortalecer a la ciudadanía para que sepa discernir y leer entre líneas”.

Al indagar sobre la obligación de los políticos a brindar información, hubo acuerdo en que consiste en un *deber de dar a conocer la gestión y los actos de gobierno: hay un derecho de la ciudadanía a saber*. No obstante, se reconoció que “los políticos y periodistas han dejado de cumplir su rol original, en particular los dirigentes han olvidado su obligación de comunicar sus actos de gobierno”. Según describieron los entrevistados, los periodistas y los medios de comunicación no reflejan fielmente la información; la manipulan e incluso la inventan, lo cual en algunos tiene sus consecuencias, ya que tampoco “el político no es absolutamente sincero a la hora de suministrar información, por lo cual el periodista especula con lo que informa”.

Para algunos de los entrevistados durante el Estudio 2008, la cuestión pasa por la decisión del medio de comunicación de seleccionar la información a publicar en función de sus propios intereses políticos, y así darle prioridades, seleccionar títulos presentando la información de una forma que “a veces desnaturaliza la noticia, y esto es lo que queda en la memoria de la gente”.

Muchos de los políticos entrevistados admitieron que los gobiernos de turno se han prestado a intentar “arreglar con la gran prensa, dejando de lado a los

medios pequeños". En ese sentido, los gobiernos y los grandes medios han sido cómplices en no tocar ciertos temas y, en algunos casos, los medios han actuado en forma funcional al gobierno de turno.

El Dr. Leandro Despouy, presidente de la Auditoría General de la Nación (AGN), se destacó por tener una opinión diferente al afirmar: "creer mucho en los periodistas y en el rol que cumplen en la difusión". Despouy sostuvo que "*la comunicación lo hace a uno menos vulnerable*". La transparencia de los informes y el acercamiento a la sociedad a la cual sirve la AGN fueron potenciados por la publicidad que logró a través de los medios de comunicación. Pero para ello es vital tener en claro cómo debe ser el vínculo con los periodistas y los medios: "No se le puede mentir al periodista, hay que comprometerlo en su profesionalismo".<sup>1</sup>

Los medios de comunicación, como instituciones cuyo fin es la comunicación pública, constituyen una plataforma fundamental para el libre flujo de la información desde la fuente hasta el destinatario final: el ciudadano.

La creciente presión económica y la competencia entre los medios de comunicación hace que éstos se concentren cada vez más en su accionar estratégico. Éste está determinado por los elementos humanos y tecnológicos disponibles y el tipo de relación establecida con otras empresas del sector y con los actores sociales y políticos. Estos últimos influyen en la Argentina de manera decisiva sobre las empresas de medios, no sólo a través de regulaciones sobre los contenidos y decisiones gubernamentales (por ejemplo, en el otorgamiento de licencias de radiodifusión), sino también por el suministro de aportes económicos, que constituyen una de las fuentes de financiamiento más importantes del medio (publicidad oficial).

---

**1** Paradójicamente, en los últimos días de diciembre de 2008, el diario *La Nación* publicó el resultado de una auditoría realizada por la AGN, donde se denunciaba un posible acto de corrupción –el sobreprecio pagado en el tendido de las redes eléctricas entre las provincias de Río Negro y Santa Cruz. La nota citaba que la información tenía como fuente un informe de la AGN que se encontraba a disposición en la página web de la institución. Sin embargo, la empresa implicada publicó una solicitada en *La Nación* en la que aludía que no existían ni la investigación ni la auditoría de la AGN. Posteriormente, un auditor oficialista emitió declaraciones preocupantes: acusó al presidente de la AGN, Dr. Despouy (de extracción radical y no oficialista) "de haber filtrado el informe a la prensa antes de que se publicara en el sitio de Internet del organismo" (ver *La Nación*, sábado 10 de enero de 2009, primera sección –Política–: "Anuncian otra auditoría por presuntos sobreprecios"). Por otra parte, el auditor oficialista señaló a *La Nación* que "queremos que el departamento de prensa no dependa de la presidencia, sino del colegio de auditores", en alusión a quitarle a Despouy el control de la relación de la AGN con la prensa.

Esta situación hace que los medios de comunicación desarrollen un interés institucional propio orientado más hacia el éxito económico, y también a llevar a cabo alianzas entre organizaciones políticas y empresas mediáticas (por ejemplo, los casos del presidente Hugo Chávez en Venezuela y del primer ministro Silvio Berlusconi en Italia), lo que deriva indefectiblemente en una progresiva concentración de los medios y la oferta de contenidos. En este camino del "todo vale", el valor de las instituciones en sí mismas, y el respeto que se les debe como garantía de la democracia, es dejado de lado.

Los propósitos que aspiran lograr los medios de comunicación pueden desdoblarse principalmente en dos: informar y vender. Tales objetivos pueden aparentar una dicotomía. Sin embargo, esto no es necesariamente así ni obliga a elegir una opción en contra de la otra. La polémica surge en encontrar el equilibrio entre ambas. Es impensable un medio que brinde información y que simultáneamente no genere los ingresos necesarios para sostener la estructura del medio, mantener la actividad que desarrolla y lograr la permanencia de los mejores profesionales de la información en sus filas.

Además, la influencia o el poder de los medios de comunicación plantea el interrogante acerca de cómo deben informar los periodistas y los medios de comunicación y cuál es la responsabilidad que les cabe.

El ciudadano, usuario de la información que recibe a través de los periodistas y de los medios de comunicación sobre los temas actualidad del país y del mundo, toma decisiones basándose en ella. Esta situación aumenta la importancia de que la información sea clara, concisa, objetiva y desprovista de tintes políticos e ideológicos.

Durante los últimos años se observa un crecimiento cuantitativo y cualitativo de los medios de comunicación en el nivel mundial al cual la Argentina no está ajena. Se incrementó la cantidad de los medios existentes y se modificaron las modalidades de transmisión de la información. Asimismo, la velocidad en la transmisión de la información aumentó a pasos agigantados: el acceso técnico a las redes digitales y la telefonía celular (donde se transmiten cada vez más contenidos) posibilita que podamos obtener información actualizada las 24 horas del día.

Sin embargo, cuestiones tales como los contenidos de la información y la estructura de la programación que llega al público y que deben ser analizadas en forma conjunta no son desarrolladas con la misma velocidad ni calidad por los encargados de informar al ciudadano. ¿Será por eso que en la Argentina hubo un retroceso en la calidad y objetividad de la información política, y una mayor presencia del *info-entertainment* y de los *realities*? Como consecuencia

de la pérdida de credibilidad de la sociedad en las instituciones, la dirigencia política, los periodistas y los medios de comunicación, éstos últimos han realizado un giro, acercando la información bajo formato de entretenimiento. Este fenómeno se observa con mayor agudeza en la TV, aunque también se advierte que los periódicos y revistas han cedido una porción del espacio otorgado a la difusión de información política a otras secciones de actualidad.

Particularmente en televisión, se generó una confusa amalgama entre información y entretenimiento, donde la oferta al público mezcla ambos para alcanzar los objetivos de medición exigidos o "rating". Es lo que se ha dado en llamar *info-entertainment*, usualmente canalizados a través de programas de actualidad.

Debido a que la gente no cree tanto como antes en el periodismo (década del 90), los programas de actualidad política en TV han decaído y obtienen bajos niveles de rating, por lo que la continuidad de algunos es inviable. Esto motivó la desaparición de programas de análisis político de los canales de aire o abiertos (es decir, de difusión gratuita para toda la población). Es más, hay canales que directamente no los incluyen en su programación y han sido reemplazados por programas con contenidos periodísticos de otro formato, en los que se abordan temáticas contextualizadas y de alta sensibilidad para la sociedad (adicciones, hijos de desaparecidos, trata de blancas, comercio de niños, discriminación, violencia de género, etc.).

El *info-entertainment* no es un problema menor. La senadora Hilda G. de Duhalde advirtió que "actualmente la transmisión de la cultura se hace a través de los medios de comunicación, más que lo que se logra a través de la familia o la escuela, y por eso *mostrar entretenimiento puro, es peligroso para el nivel cultural*".<sup>2</sup> Agrega que lo audiovisual es sumamente potente y que, por lo tanto, la muestra constante de imágenes de crímenes, violencia, sangre, etc., sumada al consumismo creciente, sobre todo en los menores de edad, no se presenta como un panorama positivo.

El ciudadano no es ajeno a esta situación y percibe el mal uso que se hace de los principios que deben regir el *fair play*. Detrás de un lenguaje impreciso o de un sensacionalismo exagerado pueden ocultarse una investigación insuficiente, la opinión personal del periodista o la línea editorial del medio.

No obstante, hay que contextualizar la situación de la calidad del periodismo y los medios de comunicación argentinos dentro de la crisis cultural que está

---

**2** Entrevista con la senadora Hilda G. de Duhalde para el Estudio 2008, realizada por las autoras.

atravesando el país, y remarcar que la decadencia de valores experimentada por la sociedad argentina en las últimas décadas influye profundamente sobre aquella. Así, diferentes políticos entrevistados para el Estudio 2008 afirmaron que “la calidad del periodismo y los medios de comunicación son un reflejo de nuestra sociedad” y que “replican las características de anomia de la sociedad argentina”. La senadora Duhalde ahondó el análisis al señalar que la decadencia profunda de valores que atraviesa nuestra sociedad “afecta a los medios de comunicación y también a la dirigencia política”, es decir, también al sector político, que surge de la misma sociedad que los periodistas. Se puede decir, entonces, que la pertenencia a una sociedad “apática”, que descrea y desconfía de las instituciones en general, en especial de las públicas, arrastra también el descontento y desinterés hacia el periodismo y los medios de comunicación.

Esto genera, como consecuencia, profesionales y empresas de la comunicación que ofrecen contenidos poco atractivos, superficiales y de escaso análisis, sin importar que se trate de medios gráficos, radiales o televisivos, aunque hubo concordancia en remarcar que la TV es la que muestra estos síntomas con mayor gravedad. Además, se señaló que la sociedad argentina revela altos índices de irresponsabilidad social y cívica, “se saca la responsabilidad y se la pone a los medios”.

Obviamente, no se debe “generalizar”, sino destacar la gran diversidad de medios de comunicación y de periodistas, quienes apuntando a su ética y profesionalismo hacen hincapié en el mayor o menor grado de independencia respecto del poder político.

Y afortunadamente existen algunas iniciativas impulsadas por un sector de la sociedad civil (ONGs) y también del periodismo que tienen una actitud crítica hacia los medios y que desean encontrar las herramientas necesarias para cumplir con los objetivos de calidad y los principios éticos de la profesión. Podemos mencionar el Proyecto de Código de Ética desarrollado por FOPEA, con el apoyo de la Fundación Konrad Adenauer, que contiene parámetros y reglas aceptadas de común acuerdo por los periodistas. Otra iniciativa consiste justamente en la adaptación y posterior implementación del modelo alemán de la *Bundespressekonferenz* o *BPK*, o las conferencias de prensa organizadas por Preguntar al Poder en la Argentina.

#### ***a. La falta del chequeo de fuentes por el periodismo***

Otra de las facetas negativas que caracterizan al periodismo y los medios de comunicación constituye el bajo nivel, y a veces, incluso la ausencia, en el

chequeo de fuentes. La buena práctica periodística requiere que para confirmar como veraz determinada información obtenida, el periodista debe consultar al menos tres fuentes confiables.

El chequeo no ocurre con la frecuencia y el nivel deseables. En numerosas instituciones del Ejecutivo se remarcó la publicación de notas citando fuentes alternativas, pero *sin la previa consulta a la propia oficina que genera la información*: "Hay periodistas que publican notas sobre actividad de nuestra dependencia (pública) sin siquiera hacer un llamado a la oficina para saber nuestra opinión o que les brindemos información". Se considera que esta práctica trae consecuencias desfavorables, ya que sólo cuando el funcionario constata que el periodista actuó de buena fe vale la pena solicitar la rectificación de la información al medio, siendo la ciudadanía la mayor afectada por este proceso de desinformación.

Asimismo, la falta de chequeo de fuentes necesarias tiene otra consecuencia: muchas veces "se hace cabeza de noticia sobre la base de un rumor". Es decir, que a partir de datos que no son debidamente constatados y, por lo tanto, desconociendo su veracidad y autenticidad, se publican noticias que pueden resultar falsas y producir daños innecesarios.

### **a. La "tinellización" de la TV**

Uno de los aspectos más críticos que se atribuye a los medios es la llamada "tinellización de la TV",<sup>3</sup> que consiste en la burla y desprecio sistemático por las instituciones públicas y sus representantes, con el argumento de que la libertad de expresión está por encima de los resultados que tal conducta pueda generar en una sociedad. El momento más álgido de la "tinellización" tuvo lugar durante los últimos meses del gobierno del ex presidente de la Nación, Dr. Fernando de la Rúa.

---

**3** La "tinellización" de la TV alude a una presentación del ex presidente de la Nación Dr. Fernando de la Rúa en el programa de Marcelo Tinelli, en el que fue objeto de burlas en una transmisión en vivo, a la vez que sufrió un escrache sorpresivo por parte de un miembro de la asociación "Hijos", mientras el programa estaba en el aire y no fue cortado. Por último, se mostró la confusión del mandatario acerca de la correcta salida del estudio de TV. Todo lo sucedido fue replicado por los demás medios audiovisuales reiteradamente. Cabe decir que lo acontecido en el programa del Sr. Tinelli no fue un hecho aislado, sino que varios periodistas y medios de comunicación gráficos y televisivos se sumaron a esta tendencia, lo que socavó la imagen presidencial y la debilitó ante la opinión pública. La expresión "tinellización de la TV" es de autoría de un reconocido periodista argentino, Pepe Eliashev, que resume la actitud de falta de respeto de los medios hacia las instituciones públicas.

Si volvemos atrás en el tiempo, recordaremos que durante la última dictadura militar la mayoría de las emisoras de radio y todos los canales de TV abierta eran controlados por el gobierno de facto, que ejercía la censura en forma desmedida. Algunos medios gráficos fueron clausurados y sus directivos, perseguidos y encerrados en prisión. Con el retorno de la democracia, volvió la libertad de expresión en plenitud, y más tarde, la privatización de los canales de TV abierta, así como el lanzamiento de una gran diversidad de medios gráficos. Sin embargo, algunos entrevistados indicaron que, a pesar de ello, actualmente “los medios no ofertan al ciudadano, sino a la persona, que se retiró al sector privado y por ello prefieren ver a Tinelli”.

Se critica entonces que los medios de comunicación, en lugar de convertirse en un verdadero factor de contrapeso del poder político en forma sostenida en el tiempo, posibilidad que no tenían durante la dictadura militar, se volcaron paulatinamente hacia el negocio comercial, hacia el *info-entertainment* y el bombardeo de noticias negativas sobre las instituciones públicas. Se afirmó que “ningún medio está dispuesto a hacerle prensa a un político”, destacando su buena gestión gubernamental. “Todo lo contrario: se ridiculiza al político y las instituciones que representa”, y esta *burla va generando en la sociedad una sensación de desprecio por la autoridad que luego se ve reflejada en conductas sociales violentas* (toma de escuelas, falta de respeto a maestros, piquetes, toma de comisarías, *escraches*, etc.). Se señaló que las instituciones también tienen su parte de responsabilidad al no funcionar debidamente y por la falta de aplicación de sanciones cuando estas correspondan.

El ex presidente Kirchner solamente permitió el acercamiento de los noteros de un programa de humor político, *Caiga Quien Caiga* (CQC), cuya lógica de edición es sumamente audaz. La actual Presidenta ha continuado con la relación con este programa humorístico, con la excepción de diciembre de 2007, cuando tuvo un tibio acercamiento hacia periodistas de trayectoria al ser elegida como primera mandataria.<sup>4</sup> Ante circunstancias completamente diferentes, en agosto de 2008 y tras significativa caída de su imagen en pleno conflicto con el sector agropecuario, la Presidenta otorgó una conferencia de prensa en la Quinta de Olivos (residencia de los Presidentes de la Nación) y otra muy breve, unos días después. Estos encuentros mediáticos no volvieron a repetirse.

Cabe señalar que tanto la Presidenta como sus jefes de Gabinete han sido invitados en reiteradas ocasiones a participar de las conferencias organizadas

---

<sup>4</sup> Notas exclusivas concedidas a los programas de TV por cable *A Dos Voces* y *Desde el Llano* en diciembre de 2007.



por el GP bajo el lema El Poder Responde. Si bien incluso se ha confirmado por escrito la recepción de la invitación, no ha dado respuesta alguna a ella, es decir, no la rechaza pero tampoco concurre a una conferencia; la estrategia consiste en no contestar.<sup>5</sup>

Nos preguntamos cuáles son las razones por las cuales el ex presidente Kirchner y la presidenta Fernández de Kirchner cayeron en la "tinellización de la TV".<sup>6</sup> ¿Por qué la Presidenta contesta a programas de tenor humorístico y no da conferencias de prensa abiertas? ¿Por qué concede respuestas exclusivas –aunque superficiales– a noteros de *CQC* y no a otros periodistas de programas de análisis político? Consultada para el Estudio 2008, la diputada Norma Morandini, integrante de la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados de la Nación, intentó una explicación: "La cultura de la burla nació porque la censura obligó a que a través del humor se dijera lo que no se podía decir por la prensa. Pero hoy en día, creo que con estos programas en los que aparecen los *K* se parodia al periodismo en general y no a los políticos". ¿Será entonces que los *K* se burlan del periodismo serio al otorgarle notas sólo a programas humorísticos?

***c. La BPK como espacio de diálogo entre periodistas y políticos. La importancia de contar con reglas que ofrezcan garantías a ambas partes y que generen confianza***

Atento al panorama descrito en el punto anterior, es entendible que algunos políticos argentinos desconfíen de un acercamiento por parte de los periodistas y los medios. Los funcionarios que finalmente han aceptado concurrir a las conferencias de prensa BPK lo hicieron, en primer lugar, por entender que iban a participar de un espacio en el que las reglas iban a ser cumplidas, y esto les otorgaba seguridad. Esto les permitía a la vez dar cumplimiento a su obligación de informar acerca de su gestión a la ciudadanía, dentro de un marco ordenado, plural, de respeto e imparcialidad. Se disminuía así el riesgo de una difusión parcial o errónea de la información: el registro y la filmación de la conferencia

---

**5** Ver al final de este capítulo respuesta de Presidencia de la Nación confirmando recepción de la invitación. Luego de varios llamados al área de prensa, se pidió esperar hasta mediados de 2008. Recordamos que la conferencia de prensa otorgada por la Presidenta en la Quinta de Olivos tuvo lugar a principios de agosto.

**6** Recordemos que poco después de ser electo, el ex presidente Kirchner participó del programa televisivo *No hay dos sin tres*, en el cual recibió al elenco de humoristas en la Casa Rosada, se prestó a su juego e hizo referencias despectivas hacia el ex presidente Fernando de la Rúa, en un sketch que salió al aire (alusión a fármacos que supuestamente tomaría para dormir). El programa mencionado tenía un alto rating en ese momento.

constituyen una garantía de fidelidad de lo comunicado por el invitado, ya que le permiten solicitar la grabación en caso de haberse sentido agraviado y demostrar lo que en realidad expresó.

Asimismo, este sistema constituye un *sismógrafo* de la gestión del gobierno o del político, y se produce un flujo de información en sentido inverso. Los políticos tienen la oportunidad de percibir la opinión que la sociedad tiene sobre su gestión o una medida concreta adoptada por ellos (*feedback*), a través de las preguntas que les formulan los participantes de las conferencias. Si bien no hay lugar para el debate, se puede afirmar que se origina un diálogo en un ambiente cordial y de respeto mutuo.

Los entrevistados han aceptado que este modelo constituye una plataforma adecuada para la comunicación: su alcance se extiende a una gran cantidad de medios en tiempo muy breve. Pero lo que la gran mayoría de los participantes destacaron es la aplicación de *reglas para la conducción de la conferencia y esa condición fue determinante* para aceptar la invitación a una BPK.

Y, al mismo tiempo, se transparenta el proceso de obtención de la información, otorga credibilidad al periodista que la obtiene y transmite y al político o funcionario que la provee.

### **Más allá de la caricatura**

*Por Silvio Santamarina<sup>7</sup>*

*La crisis institucional que golpeó a la sociedad argentina al comenzar el siglo XXI dejó al periodismo en un limbo con respecto a su rol y a la valoración pública de los profesionales de la comunicación social. El periodismo de investigación, que en la década de 1990 se erigió en el paradigma dominante de la actividad informativa, pasó a ser luego del crack político-económico una parodia de sí mismo, una etiqueta más en el menú de "formatos" que ofrecen los medios masivos para captar audiencias. Un símbolo de esa autocaricatura es la imagen del periodista televisivo, que en la presentación de su programa posa con los brazos cruzados, mirando a cámara por encima del hombro, con cara de vengador/a. La escena suele filmarse en las terrazas de los canales de TV, con un cameraman que gira en torno al periodista-héroe, quien incluso en algunos casos adoptó el traje y las gafas oscuras típicas de las películas de*

---

**7** El autor es miembro fundacional del GP y actualmente se desempeña como Jefe de Redacción en el diario *Crítica* de Argentina.

*aventuras del cine posmoderno, llámese Matrix, la saga de Bourne o Misión Imposible. Puro "infotainment".*

*Más allá de los debates sobre la influencia de los medios electrónicos en la tarea periodística, tanta facilidad y rapidez para deslizarse del periodismo como oficio informativo al periodismo como show business delata una crisis de identidad. Y es una crisis colectiva de la profesión en la que ninguno de nosotros puede considerarse al margen. En pocas palabras, está en juego nuestra credibilidad.*

*Con esta sensación me acerqué a la primera reunión del Grupo Promotor, que desde el principio intentó apostar a la sensatez y a la humildad, discutiendo alrededor de una mesa cómo recuperar –sin nostalgias ni voluntarismos– las raíces de una actividad en estado de confusión. El contexto no ayudaba: la opinión pública en general también estaba en estado de confusión y la política de comunicación del gobierno de turno empeoraba la cuestión. Pero lo que más me interesó de aquellos primeros encuentros fue la certeza compartida –tanto por periodistas famosos como por profesionales sin rating– de que el foco de nuestra iniciativa debía estar en nosotros, en nuestros errores y olvidos, más que en las manipulaciones gubernamentales de la información pública, o que debería ser pública.*

*"Volver a las fuentes" fue la consigna tácita que ordenó los debates del Grupo Promotor. Y la propuesta de dedicarnos al simple objetivo de relanzar la vieja costumbre de las conferencias de prensa para preguntar en grupo a los políticos sobre su trabajo nos entusiasmó como a chicos con juguete nuevo. Después, enseguida, llegaron los problemas. Volvimos a lo nuestro: la cruda realidad. Los políticos –sobre todo los funcionarios– se hicieron rogar, y los colegas –nosotros mismos– acusaron la falta de tiempo para estar presentes en las reuniones periódicas de organización y puesta en marcha de la iniciativa BPK. Sin embargo, las conferencias de prensa se hicieron. A pesar de todo, pudimos. Y a mi humilde entender, valió y vale la pena. No sólo por el valor de rescatar para la Argentina una herramienta básica del periodismo, sino también por la urgente de necesidad de replantearnos cómo y para qué somos periodistas, y a quién servimos, en un momento histórico en que esa pregunta se hará inexorablemente. Y si no la respondemos los periodistas, el resto de la sociedad lo hará por nosotros.*

*Ben Bradlee, vicepresidente y ex director de The Washington Post, acaba de decirle al diario español El País: "Los presidentes ya no*

*pueden salirse con la suya. En los tiempos de Roosevelt, cuando había una rueda de prensa en la Casa Blanca, sólo había diez reporteros. Ahora, hay acreditados 1.500 reporteros". Supongo que Bradlee sabrá de lo que está hablando.*

Aquí se adjunta la nota enviada a la Fundación Konrad Adenauer que confirma la recepción de la invitación cursada a la Presidenta de la Nación para inaugurar el ciclo 2008 de conferencias de prensa BPK organizadas por El Grupo Promotor.

27 FEB 2008

"2008-Año de la Enseñanza de las Ciencias"



*Presidencia de la Nación  
Dirección de Documentación Presidencial*

Act. N° 4098-08-1-6

Buenos Aires,

21 FEB 2008

SEÑOR KORNELI CHRISTOPH

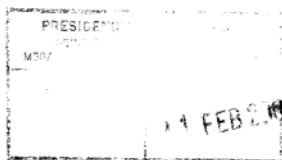
Me complace acusar recibo de la carta enviada a la Sra. Presidenta de la Nación.

Al respecto deseo informarle que la misma ha sido derivada para su consideración a:

SECRETARIA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DE LA NACION (- (011) 4344-3600 )

Saluda a usted muy atentamente.

*Elizabeth Miriam Quiroga  
Directora de Documentación Presidencial  
Presidencia de la Nación*



*Magdalena Rizzo*  
Magdalena RIZZO  
Directora Ejecutiva  
SECRETARIA GENERAL DE LA PRESIDENCIA DE LA NACION

## CAPÍTULO VII. INFORMACIÓN Y OPINIÓN: LA SOCIEDAD FRENTE A LA INFORMACIÓN POLÍTICA

a) Adaptación del modelo alemán: necesidad de recuperar el "ON" *the record*; Desconfianza ante el uso del *off the record*

Antes de comenzar este título recordaremos que la Constitución Nacional argentina protege el secreto de las fuentes periodísticas en el artículo 43, que reza: "No podrá afectarse el secreto de las fuentes de información periodística", por lo cual otorga una garantía de carácter casi absoluto, ya que ni siquiera bajo orden judicial se le puede exigir a un periodista la revelación de sus fuentes.

El uso del *off the record* como práctica periodística para acceder a información que no puede obtenerse en forma pública generó opiniones divididas. En la Argentina se reflejan dos posiciones encontradas y cuantitativamente desaparejas:

i) Por un lado están los funcionarios que no aceptan el *off* bajo ningún punto de vista, ya que consideran mejor trabajar bajo el canon de la transparencia en la gestión pública y que lo que debe mantenerse reservado por alguna razón no debe comunicarse en nivel *off* (por ejemplo, cuando una divulgación temprana de la información podría tener efectos perniciosos). Algunos de los entrevistados reticentes al uso del *off*, no obstante, reconocieron que podrían llegar a recurrir a él en caso de "extrema necesidad". "Es una herramienta de poco uso, aunque no se la considera ilegítima". Los más descreídos señalan que "el *off* no se usa, es un invento del periodismo para publicar información, ya que así **nadie se hace responsable de lo que se difunde** y se inventan o manipulan datos para hacer una nota", en tanto que otros políticos señalan que "existe un abuso en el uso del *off* a cualquier costo para conseguir la información".

ii) Por otro lado, quienes aceptan el uso del *off* explican que es “una forma de conocer con más detenimiento a un personaje”; “*para protegerse por la denuncia de un ilícito*” o “porque evita problemas legales y pueden hacerse críticas que en *on* serían imposibles de realizar”. Existe una necesidad de ambas partes en el *off*, “hay un *interés mutuo: del periodista en acceder a la información y del político en difundirla ocultando su identidad*”. También se utiliza el *off* “para no confundir la opinión personal de un funcionario con la del Estado o la institución”; “porque no conviene personalizar la fuente de información”; “para no quedar involucrado con un tema” o para “conversar con el periodismo sobre procesos que no están maduros”. Se destacó que jamás debe utilizarse el *off* para injuriar a un tercero. Para otros, “el *off* pasa por una relación personal con un periodista”, es decir, se concede el *off* a un periodista que ya se conoce y en el cual se deposita la confianza de la reserva de identidad de fuente.

El respeto al *off* por parte de los periodistas varía según el funcionario o político consultado. Así, mientras algunos políticos aseguraron que “no se lo respeta”, una minoría refirió que “siempre se respetaron los *off* que dio”. La queja más escuchada fue que el periodista al que se le otorgaba un *off the record*, describía la fuente de forma tan detallada, que no cabían dudas acerca de quién se trataba. Esto contribuyó a la pérdida de credibilidad y de confianza hacia el periodismo por parte de los dirigentes políticos. Por ello, existe una demanda insatisfecha de obtener información *ON the record*.

b) Agenda mediática: reconocimiento de Preguntar al Poder como plataforma de comunicación:

Hay coincidencia entre los políticos argentinos en afirmar que *la agenda de temas la fijan los medios de comunicación* de acuerdo con respondiendo a sus intereses editoriales, económicos y políticos, y siempre teniendo en cuenta las cuestiones que más preocupan a la sociedad; “los medios van siguiendo a la opinión pública”.

Sin embargo, muchos políticos no están conformes con la fijación de los temas de la agenda pública por parte de los medios de comunicación: “Hay una tendencia de los medios a dramatizar y *exagerar algunos temas, para hacerlos más vendibles*”. En general, desde el Ejecutivo hubo coincidencia en que la llegada a los periodistas no es difícil. Lo que es complicado es lograr la publicación de buenas noticias: los medios publican notas cuando reflejan situaciones de conflicto (huelgas, tragedias, accidentes, reclamos gremiales, etc.) y es sumamente dificultoso conseguir la difusión de información positiva,

que no genere controversias y que implique un servicio al ciudadano (planes de educación, salud, campañas de vacunación, otorgamiento de subsidios, etc.), si bien estos temas también pueden darse a conocer mediante la publicidad oficial. El asunto es que aquí entraría en consideración la discusión acerca de si los medios de comunicación cumplen no sólo un rol social sino, además, un fin social, tema que no es habitual en los debates sobre la materia.

Esto muestra que nuestra democracia es reciente, todavía algo frágil, y que es necesario reconstruir determinados valores pensando en el largo plazo. Hay quienes sostienen que no se puede pretender un periodismo de excelencia a corto plazo: “adoptar un sistema democrático es un proceso lento y el cambio cultural de la sociedad –y el periodismo como parte de ella– también llevará mucho tiempo”.

Los funcionarios del Poder Ejecutivo han coincidido en afirmar que los medios ponen la agenda, y no el gobierno. Por su parte, el ex presidente Carlos Menem, consultado para el Estudio 2008, opinó: “Este es un gobierno que mete miedo a la gente y a los medios de comunicación; hay medios que informan según lo que pida el Gobierno. (...) No concibo que no den conferencias de prensa. (...) ¿Cómo los medios no van a fijar la agenda si el Gobierno no informa ni da conferencias de prensa? (...) El estilo de Néstor Kirchner de dirigirse directamente a la población le dio resultados durante su mandato porque no hubo conflictos graves. Por eso a Cristina le está costando tanto, porque la inflación –que representa un temor importante para los argentinos– es lo que le hace cambiar la imagen y que pierda imagen positiva”.<sup>1</sup> Al respecto, políticos de la oposición afirmaron: “¿Cómo no van a poner los medios la agenda, si el Gobierno no informa!”. Por su parte, Luis Verdi, vocero del ex presidente Eduardo Duhalde, por ejemplo, señaló: “Hay vacío de gestión de comunicación en este gobierno”.

Se consideró que los medios de comunicación muchas veces no informan fielmente: “enardecen a la gente con la repetición de información, a veces de casos aislados, y por eso sobre una mínima base de verdad, universalizan y distorsionan los hechos”. Esta afirmación se agrava cuando se trata de la TV, ya que “la reiteración de las imágenes es como la gota que orada la piedra y la gente termina por creer que un suceso aislado es una característica general”, y más aún en el caso del multimedia, donde se replican las noticias a través de todos sus canales de difusión: TV, cable, radio, diario, revistas, Internet, repetidoras de TV del interior, etc.

---

**1** Entrevista realizada por las autoras al Dr. Carlos Menem, ex presidente de la Nación (1989-1999), para el Estudio 2008.

La posibilidad de plantear temas importantes y dialogar en el marco de una conferencia de prensa “agregando temas a la agenda mediática” le ha dado un reconocimiento merecido a la plataforma de comunicación política BPK en nuestro país. Quizás los casos más cabales que demuestran esto fueron las conferencias del fiscal general de la Ciudad Germán Garavano y de la ministra de Salud, Graciela Ocaña, quienes lograron atraer la atención sobre puntos importantes de su gestión y a los que el periodismo hasta el momento de la conferencia no había prestado demasiada atención.

### ***b) Reconocimiento institucional de la iniciativa BPK***

- Primer ciclo inaugurado por el presidente de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, Dr. R. Lorenzetti (abril de 2007).

**Entre** los objetivos a concretar en la siguiente etapa del proyecto BPK, el Equipo de Trabajo se planteó trabajar en los siguientes temas:

- consolidación del Grupo Promotor,
- conformación de la Red de Periodistas y
- fortalecimiento del sistema BPK en Argentina.

Para ello se realizaron diversas actividades, entre las que cabe reseñar:

- Elaboración de los criterios y de la metodología para integrar la Red en forma consensuada con los integrantes del Grupo Promotor (GP)
- Organización y seguimiento de las conferencias de prensa según el modelo alemán *Bundespressekonferenz* (BPK) durante el ciclo 2007-2008.
  - El Equipo de Trabajo organizó y coordinó junto con el Sr. Korneli, representante de la KAS en Argentina, cinco reuniones plenarias realizadas con los integrantes del GP, durante las cuales se discutieron diversos temas relacionados con la realización de las conferencias de prensa:
    - la adopción de decisiones relativas a la organización de las mismas y del grupo;
    - la elaboración de la agenda de invitación de funcionarios y políticos;
    - la propuesta e invitación de nuevos periodistas para integrar la Red de Periodistas.
  - El Equipo de Trabajo tuvo a su cargo las gestiones para contactar y convocar a los políticos y representantes de diversos partidos políticos. También asumió la responsabilidad de poner el modelo en conocimiento de los voceros de los funcionarios invitados y de entregarles el material informativo con la debida antelación. En la segunda mitad de 2008 se llevaron a cabo reuniones junto con el Sr. Korneli en Presidencia de la



Nación, en la Subsecretaría de Comunicación (Lic. Daniel Rosso) y el Dr. Jorge O'Reilly, asesor del Jefe de Gabinete, Sr. Sergio Massa. A esta última reunión también concurrió un representante del GP.

- Contactó a ADEPA (Asociación de Empresas Periodísticas Argentinas) para la realización del Ciclo de Candidatos Presidenciales de las elecciones del año en curso. Esa organización brindó apoyo institucional al Ciclo y puso el auditorio a disposición del GP y de la Fundación para la realización de las conferencias de prensa.
- Se iniciaron gestiones con los directivos de la licenciatura en Comunicación Periodística de la Universidad Católica Argentina (UCA) para ampliar el circuito de ámbitos académicos que participan en la realización de las conferencias, ya que las primeras conferencias se realizaron en la (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES). Los directivos confirmaron su interés en sumarse al proyecto.
- El Equipo organizó las conferencias de prensa y coordinó todas las acciones necesarias para su concreción.
- Envío el audio digital a través de mails a los periodistas presentes en la conferencia, al invitado y a las instituciones que acompañan la iniciativa: ADEPA, FOPEA y ACE.
- Realizó el seguimiento sobre la repercusión de cada conferencia en los distintos medios de comunicación: programas televisivos, radiales; notas gráficas y digitales, cables de noticias, etc. Algunas de estas repercusiones fueron compiladas y sintetizadas en un DVD presentado en el Evento de Cierre del Ciclo de conferencias de Prensa 2007.
- Una vez abierta la Red, el Equipo de trabajo buscó interesar a nuevos periodistas para integrar la misma, acercándoles la información y convocándolos a las conferencias.
- Se llevaron a cabo reuniones con representantes de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA) y de la Embajada alemana, y se realizaron contactos con otras universidades e instituciones.

#### ■ **Puesta a disposición de la información de las conferencias en la página web local de la KAS**

A diferencia del sistema alemán, se subieron fotos y el audio completo de las conferencias a la página web de la KAS para ponerlas a disposición de los periodistas y cualquier otro interesado.

#### ■ **Difusión del modelo en las asociaciones periodísticas**

- El Equipo de Trabajo mantuvo conversaciones y reuniones con directivos de ADEPA (Asociación de Empresas Periodísticas Argentinas), de la Academia Nacional de Periodismo y de FOPEA (Foro de Periodismo Argentino). Como resultado de tales gestiones, ADEPA ofreció el apoyo institucional al Ciclo de Conferencias con Candidatos a Presidente de la Nación.
- Se comunicó a ADEPA la decisión del GP de invitar a periodistas de medios asociados a la institución, para que participen de la RED. Se incorporaron algunos periodistas de medios del interior del país.
- Se cursó un ofrecimiento similar a FOPEA, institución que pidió esperar hasta la realización de su asamblea anual (fines de noviembre de 2007), dado que hasta ese momento la apertura para la incorporación de nuevos periodistas a la RED no era total. Actualmente, FOPEA no brinda su apoyo institucional formal, pero colabora con la iniciativa BPK mediante la distribución de la invitación a las conferencias y luego el audio digital de la misma entre sus afiliados, quienes están convocados a participar activamente de las mismas.

#### ■ **Clipping de prensa 2007**

- Seguimiento de la difusión y repercusión de las conferencias en medios radiales, gráficos, televisivos y digitales.
- Recopilación y archivo de notas gráficas.
- En total se identificaron más de 70 notas periodísticas, que cubrieron las 9 conferencias BPK realizadas durante todo 2007 en gráfica, radio, TV y medios digitales.

En la mayoría de las notas se mencionó expresamente a la Fundación Konrad Adenauer como institución que promueve el proyecto y se puso de relieve el compromiso de la KAS con el mejoramiento de la comunicación política y la calidad de la democracia argentina.

La conferencia que mayor repercusión tuvo fue la realizada con el ministro de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires, Dr. León Arslanian, que generó cartas en correo de lectores (críticas) y tres notas consecutivas en *La Nación*. La iniciativa generó, asimismo, duros debates en programas radiales y televisivos.

Otro acontecimiento a destacar fue la aceptación de la ministra de Defensa de la Nación, Dra. Nilda Garré, de participar de una conferencia, hecho que quiebra la costumbre de los altos funcionarios del Poder Ejecutivo de no hablar con la prensa públicamente. Un hecho positivo del valor que esta metodología presenta

para el periodismo consiste en que sus declaraciones dieron origen a una investigación de un periodista de un medio gráfico acerca de un sondeo interno realizado en las Fuerzas Armadas y que fue nota de tapa con posterioridad a la conferencia.

Cabe destacar el espaldarazo que los medios de comunicación dieron a esta iniciativa. En casi todos los casos se mencionó la participación institucional de la KAS.

■ **Difusión institucional de la iniciativa en diversos ámbitos (presentación en universidades, programas televisivos, artículos periodísticos)**

Se realizaron las siguientes actividades:

- Presentación de la iniciativa en la Universidad del Salvador, Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social, Carrera de Periodismo.
- Disertación en UCES, en el Seminario conmemorativo sobre el Día de Acceso a la Información Pública.
- Publicación del artículo "El acceso a la información como desafío y oportunidad en la práctica periodística" dentro del libro Calidad periodística,<sup>2</sup> escrito por el Equipo de Trabajo. El libro fue presentado en el Segundo Congreso Internacional de FOPEA en noviembre de 2007.
- Publicación de artículo en la revista de ADEPA, "Cuando los periodistas preguntan" (septiembre de 2007).
- Presentación de la experiencia argentina en la República Oriental del Uruguay, con el Programa Regional para Latinoamérica, Medios de Comunicación y Democracia de KAS (abril de 2007).
- Preparación del informe "Resultados obtenidos en la implementación del sistema de conferencias de prensa BPK en Argentina - Proyecto auspiciado por KAS Argentina" para el Programa Regional de Medios de KAS, el cual fue entregado a la Directora del Programa en octubre de 2007 para su presentación en un congreso realizado en Medellín, Colombia.
- Organización en la KAS, en la primera mitad de 2008, de una reunión con representantes de embajadas de países extranjeros con el fin de ofrecer esta plataforma también a visitantes oficiales de alto rango de otros países.

Los diferentes periodistas que integran el Grupo Promotor y la RED explicaron la metodología de las conferencias en varias oportunidades: programa televisivo *Telenoche* (Canal 13) y *Lado Salvaje* (América), programa radial Radio del Plata (por los periodistas Leuco y Lanata), artículos de diarios y revistas, entre otros.

### **Resultados alcanzados**

1. En cuanto a la frecuencia de las conferencias, *el GP acordó realizar una BPK mensual, objetivo que se cumplió puntualmente*. Concurrieron funcionarios del Poder Ejecutivo Nacional, del gobierno provincial, del Poder Judicial y el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
2. Desde un primer momento, el apego a las reglas convenidas por parte de los integrantes del GP fue estricto, al igual que el respeto hacia el colega moderador de la conferencia. El ambiente en el que se desarrollaron las conferencias fue distendido y coloquial.
3. Los políticos invitados manifestaron sentirse cómodos con la metodología de comunicación BPK, así como con el ambiente de respeto hacia ellos que reinó en todas las conferencias.

### **■ Segundo ciclo (2008), inaugurado por el vicepresidente de la Nación, Ing. Julio Cobos**

En febrero de 2008 se cursó desde la KAS la invitación oficial a la presidenta Cristina Kirchner, para ofrecerle la oportunidad de inaugurar en marzo el nuevo ciclo de conferencias 2008 como primera invitada. La gestión retomó las conversaciones que se habían iniciado en 2007 con un asesor de prensa de la Presidenta, Diego Buranello, quien comunicó telefónicamente que "por ahora no" asistiría y que "en junio podemos volver a hablar". Ante esta respuesta, los miembros del GP decidieron invitar al vicepresidente de la Nación, Ing. Julio Cobos. La aceptación por el Vicepresidente de la Nación fue la reafirmación del reconocimiento institucional a este proyecto: para lograr la confirmación de su presencia no se necesitó ninguna explicación especial, salvo la coordinación de día, horario y lugar.

Durante los meses del conflicto con el campo se dificultó conseguir la concurrencia de los invitados seleccionados por el GP, en especial de los representantes de los sectores directamente involucrados. Algunos aclararon que no era por el hecho de no querer aceptar la invitación, sino por lo delicado de la situación y el temor a influir negativamente en el desarrollo del conflicto. Pero igualmente se logró cumplir con la frecuencia mensual de conferencias y se

logró la presencia de dos ministros de la Nación: el Ministro de Educación y la Ministra de Salud.

El marco de confianza que brinda este espacio fue incluso ponderado por la Dra. Lubertino, máxima responsable del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), quien no tuvo reparos en aceptar la invitación cuando el tema del impulso del Observatorio de Medios por parte de la Presidenta de la Nación estaba instalado en todos los medios y tenía incidencia directa en su gestión.

## **INDICADORES DE MEDICIÓN DE RESULTADOS - 2007/2008**

### **■ Desarrollo de las conferencias. Contexto**

#### ***i. Asistencia técnica: puntualidad y organización***

Tanto las conferencias realizadas en la UCES como en la UCA, en ADEPA y en el Senado de la Nación gozaron siempre de una organización sumamente correcta, con el apoyo logístico (audio, filmación, etc.) preparado con la antelación suficiente y en forma ordenada. Salvo alguna excepción, la mayoría de los políticos invitados concurrió puntualmente a la cita. También ocurrió que hubiera que dilatar el comienzo de la conferencia de prensa, a la espera del arribo de periodistas. Pero afortunadamente, los invitados siempre se mostraron muy tolerantes y estos “contratiempos” no influyeron en el desarrollo cordial de las conferencias.

#### ***i. Control del ingreso de periodistas. Número de periodistas presentes.***

En la primera etapa de 2007 las conferencias se realizaban exclusivamente con la participación de los periodistas integrantes del Grupo Promotor, en un intento de cuidar este espacio, ante el desconocimiento de cuál sería la evolución y la aceptación del proyecto BPK. Las primeras conferencias tuvieron una asistencia importante de periodistas miembros del GP, si se tiene en cuenta que el mismo estaba conformado por solo 17 integrantes. Pero a medida que el año fue avanzando y se planteó la apertura de la RED a la participación de otros colegas, la presencia de periodistas del GP fue disminuyendo. En parte esta tendencia no varió durante las conferencias de 2008, si bien cabe destacar que hay un grupo reducido que tiene una asistencia casi perfecta a las mismas.

La imposibilidad de asistencia de algunos miembros del GP se fundamenta en que el horario fijado para las conferencias de prensa coincide con los compromisos laborales del periodista, por lo que deben adaptarse al horario convenido por el resto de sus colegas y los tiempos de los medios gráficos y televisivos.

Durante las primeras conferencias de 2007 hubo llamados de periodistas interesados en participar de las BPK, interés que volvió a surgir en agosto de 2008, luego de la conferencia gubernamental de la Presidenta.

Ante la apertura total de las conferencias, la atención del Equipo de Trabajo estaba puesta en identificar antes del comienzo de cada conferencia a los nuevos periodistas que se sumaban por primera vez a esta iniciativa, con el fin de que suscribieran el Acta de Compromiso de respeto a las reglas BPK. Hubo ocasiones aisladas (con movileros de radio) en las cuales la negativa a firmar el Acta dio lugar a la aclaración de que podían estar presentes en la conferencia, pero no se los habilitaba a formular preguntas, ya que implicaba no estar en paridad de condiciones con los colegas que sí la habían firmado.

La presencia de periodistas de la Red en 2008 fue variando según el invitado en cuestión. Asimismo, en 2008, y a diferencia de 2007, con la presencia de corresponsales extranjeros en varias conferencias.

### ***iii) Moderación del Encuentro***

En todas las conferencias, el rol del moderador, que siempre estuvo a cargo de un integrante del GP, fue clave para el éxito del evento: se brindó seguridad a los invitados, se logró un buen manejo de los tiempos de la actividad, se respetó el orden de las preguntas de los diferentes periodistas presentes. No se registraron inconvenientes ni agresiones de ninguna clase, salvo en una oportunidad en 2008, en la que el moderador tuvo que hacer un llamado de atención a un corresponsal extranjero ante un comentario fuera de lugar y la enunciación impropia de una pregunta.

Cabe destacar que si bien la presencia de los miembros del GP decayó a partir de la segunda mitad de 2007, siempre se contó con la colaboración de sus miembros para alternarse en la moderación.

### ***iv) Respeto en el orden de las preguntas***

En la primera conferencia de 2007 (Dr. Lorenzetti) se realizó un sorteo entre los periodistas presentes para organizar el orden de prelación de la primera ronda

de preguntas. En la siguiente conferencia se decidió que a partir de esa ocasión se formularían las preguntas por orden de llegada al auditorio, anotando su nombre en una lista preparada a tales efectos. La moderación también jugó un papel importante en el respeto al orden, atendiendo que todos los presentes en la sala que lo quisieran pudieran formular sus preguntas al invitado. Esta práctica se mantiene hasta hoy en día, en que por la apertura de las conferencias a otros periodistas el moderador muchas veces no conoce a todos los colegas. Por ello, es usual que se solicite a los periodistas de la RED que se identifiquen y expliciten para qué medio trabajan al otorgárseles el derecho a preguntar.

Tema aparte merece el cumplimiento de los periodistas y de los invitados de la consigna de *no tener contacto individualizado* en el auditorio y sus intermediaciones antes y después de finalizada la conferencia de prensa, ya que la información debe ser la misma para todos los presentes. De lo contrario, se quebraría la paridad de condiciones o trato igualitario que pretende ofrecer el espacio BPK.

Al abrirse la RED e incorporarse nuevos periodistas, esta regla fue la que más veces hubo que recalcar y que en más ocasiones estuvo cerca de ser infringida. La posibilidad de poder acceder a alguna "exclusiva" fue más que tentadora para muchos periodistas. En varias ocasiones el Equipo de Trabajo tuvo que velar por el fiel cumplimiento de esta regla, recordando que este requisito asegura la igualdad de la información para todos los periodistas, interrumpiendo acercamientos y acompañando al invitado hasta fuera del edificio de la conferencia.

#### **v) *Clima de las conferencias***

La cordialidad entre las partes, el respeto mutuo y la serenidad fueron las notas características del ambiente que reinó en todas las conferencias. En la mayoría de las mismas, los entrevistados extendieron el tiempo disponible para dialogar con los periodistas, más allá del previsto inicialmente (entre 1 hora y 1 hora y media).

#### **Evaluación de los políticos**

Todos los invitados refirieron sentirse muy bien tratados por los periodistas y destacaron la importancia de contar con reglas para el desarrollo del diálogo así como garantías de fidelidad en la difusión de la información (filmación y envío del audio digital). Un prueba contundente de ello fue que hubo funcionarios

y políticos “reincidentes”, es decir que se presentaron por segunda vez (para algunos políticos la primera vez había transcurrido en el Senado Nacional), como fueron los casos de Carrió, López Murphy y Macri, o los funcionarios que concurrieron a conferencias de prensa en el 2007 y retornaron en 2008: el Ing. Felipe Solá y la Lic. Ocaña.

### **Evaluación de los periodistas**

La ponderación realizada por los integrantes del GP en el encuentro de cierre y presentación de resultados del ciclo 2007 (Hotel Argenta Tower) fue positiva. Damián Nabot (Agencia de Noticias DyN) recalcó que las conferencias realizadas en el marco El Poder Responde se habían convertido en fuente de información y que habían constituido el puntapié inicial para futuras investigaciones periodísticas. Por su parte, Gustavo Sylvestre (*Telenoche* y *TN* – programa *A Dos Voces*) señaló la importancia de rescatar el derecho a preguntar del periodismo. Asimismo, en la recepción de cierre del ciclo 2008 dada por el embajador alemán en diciembre de 2008, se ratificó la necesidad de continuar con esta iniciativa. Si bien por compromisos laborales la asistencia a la recepción por parte del GP no fue la esperada, los ausentes hicieron llegar sus disculpas y muestras de apoyo.<sup>3</sup> En su lugar, fue alentadora la presencia de periodistas de la RED. El periodista Silvio Santamarina, seleccionado para hablar como miembro del GP, llamó la atención sobre algunas de las dificultades por las que estaba atravesando el periodismo argentino y sus consecuencias para el fortalecimiento del proyecto.

### **DIFUSIÓN DE LAS CONFERENCIAS DE PRENSA. RESULTADOS**

1. Durante 2007, la cobertura de las conferencias de prensa en los principales medios de comunicación fue sumamente amplia, con importantes notas gráficas, televisivas y radiales. La distribución del link con el audio completo de la conferencia a periodistas que no integran el GP ni la RED contribuyó a maximizar la divulgación de la información. La única excepción se registró en la conferencia realizada con una funcionaria del Poder Ejecutivo Nacional. Se atribuyó la escasa difusión a la coincidencia con un gravísimo caso de corrupción detectado en el seno del gobierno nacional.

---

**3** La fecha de la recepción en la Embajada de Alemania coincidió con los 25 años de regreso a la democracia en la Argentina, lo cual obligó a varios miembros del GP a atender programas y coberturas de periodismo especiales y de mayor extensión.



Durante 2008, si bien fue buena, la cobertura de las conferencias en los principales medios de comunicación (en especial en TV) disminuyó. Se puede considerar que este descenso está relacionado con la ausencia en las conferencias de algunos miembros del GP de gran presencia mediática. En radio y prensa la cobertura se mantuvo e incluso se logró la difusión en medios del interior.

Por otra parte, el conflicto con el campo centralizó la atención y opacó cualquier noticia política que no tuviera incidencia directa sobre la problemática. Comentario aparte merece la cobertura de la conferencia de prensa gubernamental que ofreció la Presidenta de la Nación en agosto de 2008, y que reinstaló el interés de los periodistas en la metodología BPK de forma contundente.

2. A partir de las gestiones promovidas por el Equipo de Trabajo, FOPEA (Foro de Periodistas Argentinos, entidad que nuclea a periodistas de diversos medios) *distribuye el link con el audio completo de las conferencias de prensa a todos sus miembros*, más de 150 periodistas de todo el país, lo que amplía la llegada de la información en forma libre y gratuita a aquellos profesionales que no pueden estar presentes por cuestiones laborales, económicas o geográficas, y maximiza los objetivos del proyecto y el trabajo del GP.

3. Desde junio de 2007, ADEPA (Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas, institución que representa los intereses corporativos o empresariales del sector), también distribuye el link con el audio a los 160 diarios que forman parte de ella en todo el país.

4. Desde inicios de 2008, el audio de algunas conferencias también se suben al sitio web de La Nación online.

5. En diciembre de 2008 se presentó la página web de la iniciativa: [www.preguntaralpoder.kas.org.ar](http://www.preguntaralpoder.kas.org.ar), donde se puede encontrar el historial de las conferencias de prensa y su audio completo así como otra información de referencia.

## **CONCLUSIONES DEL CICLO 2007/2008**

- Cabe destacar que en todas las conferencias, una vez lograda la concurrencia del invitado, fue aceptada por aquel una *agenda abierta, sin condicionamientos previo,s para los temas a abordar en las preguntas.*

Todas las conferencias se desarrollaron en el nivel 1, es decir *on the record*.

- Las conferencias se convirtieron en *fuerza primaria de información*, *aunque hubo un caso cercano al boicot de la iniciativa* (ver Anexo I, Caso 4).
- Algunos políticos han empezado a elegir esta plataforma para situar temas en la agenda mediática. Por ejemplo, la ministra de Salud, Graciela Ocaña, reinstaló en los medios de comunicación su ya conocido enfrentamiento con el Superintendente de Salud de la Nación, así como la denuncia de la existencia de los “yabranes” dentro del sistema de salud, en alusión a empresarios que realizan negocios corruptos con el Estado. A los pocos días de las declaraciones vertidas por la Ministra, el Superintendente presentó su renuncia (ver nota en Anexo III).
- La modalidad empleada de grabar las conferencias tuvo su primer resultado positivo, al *frenar un intento de censura* por parte de un vocero a un medio no presente en la conferencia (ver Anexo II).
- La difusión del audio de las conferencias resultó muy útil para los periodistas tanto del interior del país como para aquellos que no estuvieron presentes en las conferencias, al posibilitar el acceso y uso los contenidos en forma libre y gratuita. Ello permite desalentar los intentos de censura o presión política y publicar la información en forma fidedigna.
- A partir de la segunda mitad de 2008, la iniciativa es conocida por gran parte de los máximos representantes de los tres poderes del Estado.

## ANEXO I

### LAS BPK COMO FUENTE PRIMARIA DE INFORMACIÓN

#### ***Caso 1: La reacción del público***

Los dichos vertidos por el Ministro de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires en una BPK motivaron la reacción de ciudadanos, quienes expresaron su disenso con la visión del Ministro a través de *cartas dirigidas y publicadas en la sección correo de lectores*.

Asimismo, la coincidencia de la información brindada por el Ministro sobre cifras de delitos en su jurisdicción, con importantes hechos delictivos cometidos al día siguiente de la conferencia, dio lugar a la *subsiguiente cobertura periodística* del tema durante un par de días más y con mención a la conferencia, lo que ratifica la importancia de la BPK como fuente primaria de información.

### **Caso 2: El periodista menospreciado**

En una conferencia, un Ministro hizo referencias despectivas en forma indirecta pero clara a la labor realizada por un periodista que no integra el GP ni la RED (Sr. Antonio Laje), conductor de un programa de TV, al poner en duda el delito del cual éste había sido víctima (asalto y robo en su vivienda). Pocas horas después de la conferencia, el productor del periodista se comunicó con la KAS y con el Equipo de Trabajo para solicitar la información vertida en la conferencia. Se le envió el link con el audio para que accediera a él en forma completa. Esa noche salió al aire una importante nota, con una extensión notable para un canal de TV abierta, que permitió informar pero a la vez realizar el descargo del periodista menospreciado por el Ministro.

### **Caso 3: Críticas a los medios de comunicación**

Un Ministro no tuvo inconvenientes, durante el desarrollo de las conferencias, en *formular críticas directas* a la forma en que publican la información determinados medios de comunicación, expresando su total desacuerdo con los criterios utilizados por dicho medio.

### **Caso 4: El peligro de un posible autoboicot**

El mismo día que se inauguraba la primera conferencia de prensa BPK en 2007, con la presencia como invitado del presidente de la Corte Suprema de Justicia, Dr. Lorenzetti, fue sorpresivo encontrar en la primera plana de un medio gráfico una entrevista exclusiva realizada por parte de un integrante del Grupo Promotor con el invitado que iba a concurrir a la primera conferencia, el Dr. Lorenzetti. Este hecho no sólo fue mal recibido entre los colegas del GP, sino que además quitó fuerza a la difusión de la información recabada por ese medio en la conferencia, al igual que en otros medios, ya que la entrevista exclusiva había sido muy extensa y completa. La nota publicada al día siguiente de la conferencia no obtuvo el mismo espacio y se limitó a una columna dentro del periódico. Más allá de la importancia de contar con una buena difusión, este hecho tuvo implicancias delicadas: se interpretó que la actitud asumida por el colega demostraba una falta de nobleza con los propósitos del proyecto y en particular hacia el compromiso asumido con los colegas del GP. Se la consideró una actitud cuestionable y cercana a ser catalogada como un posible boicot.

La cuestión no pasaba por la posibilidad de obtener y difundir entrevistas exclusivas con figuras relevantes (el gran logro al que aspira todo periodista),

sino por el sentido de tiempo y oportunidad para difundirlas. Desde este “perchance inicial” hasta la fecha no se repitió un acontecimiento similar.

Los casos citados muestran que:

- Hay temas más sensibles a la sociedad y la agenda pública, que suscitan mayor atención y *rapport* por parte de la sociedad civil.
- *Los invitados se sienten cómodos para expresarse en el espacio BPK, incluso para criticar a los medios de comunicación. Sin embargo, en algunos casos los voceros luego intentan suavizar o modificar la información que, a pesar de ser on the record, sus jefes manifestaron en la conferencia, intentando quebrar las reglas del diálogo BPK.*
- Además, ponen de relieve la transparencia de la información recopilada en las conferencias, que el audio que se envía o suministra a quien lo solicita ha demostrado garantizar.

## **ANEXO II**

### **INTENTO DE CENSURA A DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN DE UNA BPK**

Luego de realizada la conferencia, un vocero presente en la misma y a quien se había enviado el link con el audio se contactó con un periodista de un medio de comunicación ausente a ella, *para cuestionar la veracidad y fidelidad de determinados dichos del invitado* que serían difundidos en una nota y solicitó se quitase una frase de importante peso político (consistía en declaraciones de un gobernador acerca de la candidata a Presidente, Dra. Cristina F. de Kirchner), toda vez que a su criterio estaba tergiversada la información. *Cabe aclarar que en la Argentina, las BPK se realizan completamente y en todos los casos en el nivel 1, o sea on the record.*

Gracias a la grabación del audio, su distribución entre los integrantes del GP, la RED, FOPEA y ADEPA y la posibilidad del Equipo de Trabajo de chequear y contrastar la información de la nota con la grabada en el evento, pudo sortearse el intento de presionar al periodista y la nota se publicó con la frase cuestionada sin modificar. Además, esto además defender la transparencia de la labor realizada por KAS, el Equipo de Trabajo y el Grupo Promotor así como el espacio BPK, que pretende ser una fuente fidedigna y confiable de información.

Asimismo, dejó al descubierto aspectos culturales y vicios arraigados en la comunicación política argentina, tales como la modalidad de trabajo de los voceros de importantes funcionarios públicos, acostumbrados a comunicarse con los medios de comunicación y los periodistas para presionar e influir sobre

el contenido de las notas, lo que coarta la libertad de expresión, el derecho a la información de los ciudadanos y priva en muchos casos a la sociedad civil de información vital para la toma de decisiones y el conocimiento del manejo de cuestiones políticas.

### **ANEXO III**

#### **LA DENUNCIA SOBRE LOS "YABRANES EN EL SISTEMA DE SALUD"**

Diario Clarín: 7 de noviembre de 2008



LA VENTA IRREGULAR  
AL ESTADO Y A LAS  
OBRAS SOCIALES  
DE MEDICAMENTOS  
Ocaña: "Hay muchos  
'yabranes' en el negocio  
de la salud pública"

La ministra dijo que  
"transparentará" la  
Superintendencia de  
Servicio de Salud.  
Por: Pedro Paulin

INTERESES. OCAÑA,  
AYER, EN LA UCA: DIJO  
QUE LOS HAY "LICITOS  
E ILÍCITOS".

"Hay que terminar con los 'kioskos' dentro de la Superintendencia de Salud". El disparo por elevación es de la ministra de Salud, Graciela Ocaña. El destinatario, Héctor Capaccioli, titular de la Superintendencia de Servicios de Salud, un área que Ocaña quiere "transparentar", según dijo ayer en una conferencia de prensa que dictó en la Universidad Católica Argentina.

La pelea Ocaña-Capaccioli comenzó cuando se comprobó, meses atrás, que las empresas de Sebastián Forza –uno de los tres asesinados en General Rodríguez y cuya muerte destapó la denominada "ruta de la efedrina" en el país– había hecho negocios con el Hospital Francés y la obra social de Agua y Energía Eléctrica de Mendoza. Asimismo, Capaccioli había sostenido, el 23 de septiembre, que Forza "fue designado por la actual ministra de Salud, Graciela Ocaña" en el comité acreedor de ese hospital.

Con respecto a los actuales hechos de supuesta corrupción que investiga, sostuvo que "cuando había desmantelado los negociados en el PAMI, pensé que terminaba todo, pero empresas que había sacado y denunciado ahora encuentro que le estaban vendiendo a las obras sociales", expresó.

Asimismo, sobre los hechos investigados por supuestas maniobras ilícitas como la venta de remedios robados en las provincias, Ocaña señaló que "en la salud también hay 'yabranes', el problema es que la sociedad no los conoce". Durante una conferencia organizada por la fundación alemana Konrad Adenauer, se le interrogó a la ministra sobre quiénes eran esos "yabranes", en clara alusión al empresario Alfredo Yabrán que se suicidó el 20 de mayo de 1998.

-¿Cuánto tiempo tenemos? -contestó irónica antes de nombrar a "los que se hacen llamar 'los carlitos' en Santa Fe, el señor Aimovich en Córdoba, y los Romano en Capital, entre muchos otros".

La ministra había denunciado penalmente el mes pasado al ex interventor del Hospital Francés entre abril y noviembre de 2007, José Luis "Peter" Salvatierra, un hombre muy metido en el entorno de Capaccioli, quien responde al ex jefe de Gabinete Alberto Fernández. Salvatierra fue denunciado por cuatro supuestos hechos de corrupción cometidos durante su gestión en el Francés.

Ocaña se despachó contra Capaccioli también al decir que "el cambio de paradigma -por la política del actual Gobierno para con la salud- atenta muchas veces contra los intereses que hay en el sector, intereses lícitos e ilícitos".

Horas después de la conferencia brindada por Ocaña, Capaccioli sostuvo en respuesta a los dichos de la ministra que "si la funcionaria tiene pruebas de la denuncia", él personalmente la acompañará a la Justicia, "ya que su premisa también es el saneamiento del sistema de salud", sostuvo.

Si bien la pelea no terminó, quien logró el apoyo del Gobierno e inesperadamente del líder de la CGT, Hugo Moyano, es Ocaña, ya que a partir del miércoles 8 de octubre logró tener la mayoría de los gerentes en la Superintendencia de Salud, y así logra monitorear esa área.

# **CAPÍTULO VIII. LA NECESIDAD DE POSICIONAMIENTO DEL GRUPO PROMOTOR Y LA INICIATIVA BPK**

## **A. LA INICIATIVA BPK Y SUS ALIADOS: UCES, UCA, ADEPA, FOPEA**

Para poder llevar a cabo las conferencias de prensa utilizando la metodología BPK fue necesario buscar y motivar la colaboración de distintos actores clave pertenecientes al ámbito periodístico, académico, etc., con el fin de alcanzar el posicionamiento de la iniciativa El Poder Responde, posteriormente rebautizada como Preguntar al Poder.

Las universidades que cooperan activamente con el proyecto, UCES (Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales) y UCA (Universidad Católica Argentina), son ámbitos académicos de prestigio en el país. Tales instituciones brindan su sostén prestando apoyo logístico, desde el auditorio o espacio físico para la realización de las conferencias hasta el audio y la filmación, muchas veces en formato digital, que ha permitido a canales de TV o páginas web (lanacion.com) contar gratuitamente con imágenes de la conferencia a las pocas horas de concluida, para transmitir las al aire o subirlas a sus portales.<sup>1</sup> Como puede apreciarse, el valor de su colaboración y compromiso es inconmensurable.

Asimismo, en una oportunidad se pudo volver al Congreso de la Nación, en cuyo ámbito se desarrolló la conferencia de prensa con los senadores Morales y Giustiniani. A dicha conferencia se sumaron los periodistas del Círculo de Periodistas Parlamentarios e incluso un corresponsal de un medio suizo, donde

---

**1** El Senado de la Nación colaboró con la organización de una conferencia con representantes de la oposición (radicalismo y socialismo) y a través de Senado TV entregó copias en formato digital de la misma a quien lo solicitara.

se reiteró la excelente colaboración y logística brindada por el Senado de la Nación.

Con el fin de fortalecer el sistema y renovar el compromiso del sector corporativo o empresarial con la iniciativa BPK, el Sr. Christoph Korneli y el Equipo de Trabajo mantuvieron una reunión con el Sr. Martín Echevers, del Grupo Clarín, el 5 de junio de 2007. El propósito de la reunión consistió en informar al Sr. Echevers acerca del funcionamiento de las BPK, ya que había asumido las funciones que anteriormente desarrollaba el Sr. López Matheu. Martín Echevers sugirió nombres de colegas para integrar la RED. Asimismo, en su calidad de miembro del directorio de ADEPA planteó la posibilidad de su apoyo institucional a esta iniciativa y en especial la distribución del audio de las conferencias entre los jefes de editores de los diferentes diarios. Esto se logró, contando para ello con la aprobación del Sr. Gustavo Vittori, presidente de ADEPA, quien había tomado conocimiento de esta iniciativa directamente en Berlín, tras haber participado de un viaje informativo organizado por la Fundación Adenauer y asistido a una BPK en Alemania.

En Argentina, la difusión de los resultados de las conferencias de prensa llevadas a cabo de acuerdo con este sistema quedó asegurada. A diferencia de Alemania, el audio con el contenido completo de la conferencia se distribuye mediante correo electrónico a todos los periodistas presentes, al invitado, a los periodistas de la RED y se sube a la página web de Preguntar al Poder, lo que le imprime un carácter federal y democrático a la información. Además, también reciben el audio de la conferencia los periodistas asociados a las redes de FOPEA y ACE y los periódicos que integran ADEPA. Se puede acceder y usar los contenidos en forma libre y gratuita. Ello permite desalentar los intentos de censura o presión política y publicar la información en forma fidedigna y literal.

En noviembre de 2008 tuvo lugar una reunión con el Dr. Veiga, presidente de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), en la que se informó el desarrollo de este modelo y se evaluaron las posibilidades para su fortalecimiento. El consejo recibido fue claro: el modelo tendrá mayores chances de subsistir si los propios periodistas mantienen el interés en este espacio y valoran la importancia institucional del mismo. Para ello se sugirió la incorporación de nuevos periodistas y no temer a eventuales entradas y salidas de algunos integrantes del Grupo Promotor, a dos años de suscrita la Declaración de Principios.

Según Veiga, al cambiar continuamente la composición propietaria de los medios, el mapa mediático va variando (tendencia que se acentuará con las



próximas elecciones), por lo que si bien el apoyo de cada medio es importante, más relevante aún será contar con el convencimiento de periodistas “de raza” sobre lo significativo de esta iniciativa.<sup>2</sup>

## **B. LA VISIÓN DE LA INICIATIVA BPK-ARGENTINA DESDE EL SECTOR ACADÉMICO**

Mag. Jorge Liotti

Director de la Licenciatura en Comunicación Periodística de la UCA  
Editor de la Sección Política del diario Perfil

*El ciclo de conferencias de prensa “El poder responde” ha exhibido una importante evolución en pocos años, desde sus inicios exploratorios en el ámbito del Congreso. Su principal mérito ha sido fusionar la dinámica periodística con cierto marco institucional, un factor cada vez más ausente en la cobertura de temáticas que hacen a la labor del Estado. La imagen de funcionarios o de políticos de la oposición desplegando sus opiniones en un ámbito reposado y respetuoso, en el que el periodista sólo puede apelar a la vieja esgrima de la pregunta y la repregunta para obtener información esencial, se asemeja bastante a un demorado retorno a las fuentes clásicas de la profesión, que en los últimos años habían quedado desbordadas por desordenadas declaraciones de pasillo, abundantes en off the record no respetados y presuntas malinterpretaciones.*

*Naturalmente no es una solución para todos los problemas que atraviesa el ejercicio periodístico, pero sí una alternativa que se había desvanecido en el fragor cada vez más desesperado por obtener primicias de poco valor.*

*Esta alternativa tiene un componente vital en un momento de creciente suspicacia entre el poder político y los medios de comunicación: generar un ámbito de confianza mutua, con reglas preestablecidas que faciliten un debate abierto y un cuestionario frontal.*

---

**2** Con posterioridad a la entrevista con el Dr. Veiga se informaron las ventas y cambio de dueños de las radios América, Radio Del Plata y Aspen. Tales medios, anteriormente con voces de periodistas opositores al gobierno actual, pasaron a manos de empresarios afines o cercanos al oficialismo.

*Desde un punto de vista académico, la experiencia de albergar estas conferencias de prensa ha sido altamente satisfactoria, ya que ha permitido a entidades como el Instituto de Comunicación Social de la UCA (ICOS) ser el espacio de fusión entre la política, el periodismo y la formación universitaria, ámbitos convergentes en muchos puntos, aunque no siempre cooperativos.*

*Recuerdo claramente la extrañeza que provocó, por ejemplo, la presencia del vicepresidente Julio Cobos, cuando participó del ciclo apenas un par de meses antes de su ya famoso "voto no positivo". Fue una radiografía de lo que Cobos representaba en ese momento. A los estudiantes y profesores les generaba curiosidad por tratarse de una figura institucionalmente relevante pero al mismo tiempo poco popular. Desde el estrado él respondió con un perfil prudente y lleno de optimismo por el futuro que se iniciaba. Una postal que quedó rápidamente congelada cuando Cobos pasó a la fama una noche en el Senado y se transformó en un crítico del kirchnerismo. Dentro de las conferencias desarrolladas en el ICOS otra experiencia importante fue la presencia de la ministra de Salud, Graciela Ocaña, y su denuncia sobre la existencia de los "yabranes de la salud", una definición que caló muy hondo en el seguimiento de temas como "la ruta de la efedrina", "el farmagate" y la financiación de la campaña electoral.*

*En este sentido, las conferencias de prensa del ciclo "El poder Responde" se han transformado en un estímulo y un aliciente en el ámbito académico altamente valorados.*

*No obstante ello, quedan por delante algunos desafíos para que la iniciativa se consolide definitivamente y adquiera una regularidad y trascendencia que la transforme en una referencia vital en el flujo informativo. Para ello, quizá el objetivo más difícil de todos sea convencer a los poderes del Estado que el escenario de la conferencia de prensa debe estar relacionado con el concepto de rendición de cuentas y no con la noción de trincheras enfrentadas con el periodismo.*

*El camino que queda por delante es atractivo por estos desafíos pendientes. La contribución académica y profesional que pueden hacer las universidades, sumado a la que realizan los periodistas y la Fundación Konrad Adenauer, es vital para que esta experiencia alcance todo su potencial. En esa tarea estamos comprometidos.*

LOS ALEMANES Y OTRA FORMA DE REALIZAR CONFERENCIAS DE PRENSA

## Cuando los periodistas convocan

Los encuentros tienen una duración de 60 minutos, son filmados en VHS y se registran en audio digital, que se distribuyen entre los participantes y al político invitado, para evitar la tergiversación de la información.

ADEPA respondió positivamente a una iniciativa de la fundación alemana Konrad Adenauer para facilitar la comunicación entre periodistas y políticos dentro de un marco ordenado e imparcial y favorecer una difusión real de la información suministrada por el político o el funcionario invitado.

Se trata de lo que en Alemania se denomina BPK ("Bundespressekonferenz"), es decir un sistema de conferencia de prensa vigente desde hace 50 años en la cual son los periodistas quienes invitan a los políticos a brindarlas.

El apoyo institucional de nuestra entidad consistió, entre otras cosas, en poner a disposición el Auditorio de la Prensa Argentina para la realización del "Ciclo Candidatos Presidenciales-Conferencias de Prensa según el Modelo Alemán BPK".

La BPK es una asociación alemana de periodistas independientes de los órganos de Gobierno, cuya finalidad es organizar y convocar a conferencias de prensa, invitando a los principales referentes en temas de política nacional e internacional.

En nuestra casa hubo ya dos conferencias de dos candidatos presidenciales, Elisa Carrió y Ricardo López Murphy. Esta serie de actividades se iniciaron en marzo de este año, y con ese fin se creó un grupo de periodistas que representan a distintos medios de comunicación e ideologías, con el propósito de asegurar el pluralismo informativo. Todos ellos firmaron una declaración de principios basada en el respeto de la ética y la objetividad. ■



Elisa Carrió en el Auditorio de ADEPA.



Ricardo López Murphy, otro de los candidatos invitados.

### C) LA IMPORTANCIA DE LAS REPERCUSIONES

Una de las características más importantes de las repercusiones mediáticas de una nota publicada en un medio es, sin duda, la información que llega a la ciudadanía a través del prisma de los periodistas. En las conferencias BPK, la subjetividad del periodismo y del medio de comunicación se ve atenuada, ya

que la información obtenida es la misma para todos y el evento entero se realiza en nivel *on the record*. Por supuesto que un medio podrá darle mayor relevancia a una declaración que a otra vertida en la conferencia, según su línea editorial o según la coyuntura de temas a cubrir en el día.

Sin embargo, un aspecto destacable –aunque no exclusivo– es que da lugar a la expresión de la ciudadanía, por ejemplo a través de cartas de correo de lectores, de una manera más libre e independiente, ya que no está tan atravesada por la opinión, sino por la información recibida a través de la cobertura de la conferencia.

Va ejemplo de Arslanian (notas gráficas y cartas de lectores)

Polémicas declaraciones en un encuentro organizado por la Fundación Adenauer

# “Los countries vedan el ingreso policial”

Según Arslanian, quienes viven en esos barrios son responsables de su seguridad; prometió avances en el caso López

“Quiero ir a vivir a un country to mi decisión de hacerme cargo de mi propia seguridad. Como a primera la seguridad de la policía.” Con estas frases, el ministro de Seguridad de la provincia de Buenos Aires, León Arslanian, desvinculó la responsabilidad que le cabe al Estado por la inseguridad de los delitos que se cometen en los complejos habitacionales privados de su distrito.

Después una conferencia de prensa realizada ayer en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y organizada por la Fundación Konrad Adenauer, Arslanian se mostró satisfecho con su gestión.

Fue el único momento en el que elevó el tono de voz tras cuando acusó a los medios de comunicación de agitar un “mita de alarmas sociales” que agite.

De hecho, según Arslanian, los barrios en los centros son un caso paradigmático en la construcción de la sensación de inseguridad.

“Pero no es una causa de ser una zona preocupante. Hay habilitaciones actualizadas, limpieza, orden. No obstante, Arslanian admitió que su cartera impulsa un proyecto en la Legislatura honorarios para la creación de una superintendencia dedicada específicamente a la seguridad de los centros o barrios privados. “Será potestativa, tendrá carácter de inteligencia policial”, anticipó.

El ministro se explicó también en las preguntas que provoca seguridad en los centros. Según dijo, parte del problema es que los agentes de la vigilancia “son muy malos”.

Al realizar este apremio para solucionar otro día de los delitos. “Antes, un superintendente de la fuerza cobraba 400 pesos, hoy es de 10 millones”, dijo. Además, se debe “crear un sistema de seguridad”.

niuno no se detuvo la hora de hacer referencias a su gestión.

“No hay más seguridad exterior que en el country”, como es el caso de Azul y Bismberg. Desbarataron todas las banderas”, afirmó. Como ejemplo, mencionó a una banda de Moveros que habían cometido cinco formas de asaltar a los vecinos.

Además, sin embargo, el problema persiste por los límites de las acciones que, en los que la víctima es rapada por unos horas mientras se les obliga a abandonar el área. “Es un delincuencia que son más difíciles de detectar”, mencionó.

Arslanian mencionó el uso de tecnología de última generación como el uso de drones para observar las zonas que realizan sus acciones extorsivas por teléfono (virtual).

Cuando se le preguntó por el uso de estos recursos en el caso del diputado Jorge Julio López, se mostró muy optimista respecto del estado de avance de esa causa.

“Hay una interpretación de una intensidad muy importante por este caso. Está bien resumiendo y debería llevar a la resolución.” Sin embargo, dijo que era imposible dar alguna conferencia específica para no “interferir la investigación”.

### Sin respuestas

Sobre los casos actuales en el caso Luis Cerezo fue puntual: “No falló ni para ir al para adelante porque no hay firmas ni pruebas. El primer Cerezo fue una fuente muy pobre”.

Los cambios en la política clave para reducir la inseguridad, según Arslanian. “Desde que entro en el cargo se generó un cambio de cultura en la organización”, explicó.

Respecto a la detención de los sucesos de los delitos policiales. “Para algunos de los casos y los hechos son complejos”.



“El caso López está bien encaminhado”, dijo Arslanian durante la conferencia de prensa

Al respecto, destacó que la detención de personas en comarcas se reduce la mitad. “Antes había 7000 hoy hay sólo 3000. Es una forma de prevención, pero está mal”, dijo, y agregó que hubiera maneras de optimizarlas.

### Internas

Cuando se le preguntó por presiones internas políticas en el caso de los hechos de López, Arslanian dijo un interrogante: “¿Si los hechos delictivos pueden tener origen político? Responderé, pero no tengo que hacer”.

cuero es que estamos mucho mejor en [combate] la corrupción e inseguridad”.

Respecto de su continuidad en el cargo cuando Felipe Solé dijo de gobernar la provincia, dijo que trataría de “ser un sueldo personal muy grande”, se justificó.

Y tuvo, como suele ser habitual en él, comentarios duros para con Juan Carlos Bismberg, de quien dijo que es un empujón social que surgió tras un reclamo al grupo por un hecho antes, pero que “no tiene autoridad para hablar de seguridad. Si

### Críticas a La Nación

Los medios de comunicación realizan una contribución fundamental al incremento de la sensación de inseguridad”, acusó el ministro de Seguridad Buenos Aires, León Arslanian. También se refirió a La Nación: “No da a conocer jamás los esclarecimientos múltiples de hechos delictivos graves porque, primero, eso contribuiría a focalizar las instituciones de la República

## Apoyo a traspaso la Federa

El ministro de Seguridad de Buenos Aires, León Arslanian, también se apoyó en favor de una total liberación de la policía, y del traspaso de la Policía Federal de Buenos Aires. Así, refirió un reclamo: “De larga data tanto de los delitos como de las víctimas, la única gubernación que, en pleno auge de la ciudad, no puede manejar su de seguridad propia.”

“Si usted fuera el ministro Interior de la Nación, transferiría la policía”, tituló ayer a Arslanian.

“La ciudad tiene que ser propia policía. Es un matter de hecho. Se tiene que decir que se tiene que volver a la ley. Hay que reformar. Votamos en la ciudad de Buenos Aires”, dijo el ministro.

La voluntad de Arslanian antes de que el gobierno someta a consulta popular la idea de crear una policía, ante la demora del traspaso de la Federa.

Por eso, si se cumpliere pasado necesario, en la creación de una policía. Justamente, en otro momento de Gobierno pedía el pal, hasta Madrid, desde la Policía Municipal que

Domingo 6 de mayo de 2007

## Inseguridad

# “Hubo una coincidencia de hechos violentos”

## Arslanian, luego de los últimos delitos

LA PLATA.—El asesinato de un hombre a la salida de un banco en Avellaneda; el asalto comando a una fábrica de Malvinas Argentinas y a un camión de caudales en Tres de Febrero, y el robo en un country de Pilar, ocurridos en menos de 48 horas, fueron “una coincidencia desdichada de hechos violentos”, según el ministro de Seguridad bonaerense, León Arslanian.

“Veníamos razonablemente bien, sin grandes episodios. Esto lamentablemente es así; los últimos fueron violentos”, dijo ayer el funcionario en declaraciones radiales. Sin embargo, Arslanian expresó optimismo al manifestar que “hay investigaciones sobre hechos delictivos en curso que ya tuvieron personas detenidas y esperamos que arrojen más resultados”.

Al referirse a los robos ocurridos en countries de la provincia —por lo menos



ARCHIVO

Arslanian, crítico con los medios

40 en lo que va del año—, el ministro de Seguridad consideró que “el tema no genera un fenómeno que deba preocupar demasiado”. No obstante, durante una conferencia que ofreció el jueves pasado, Arslanian informó que su cartera impulsa un proyecto de ley para crear una superintendencia dedicada exclusivamente a la seguridad de countries y barrios privados.

Como en esa ocasión, que se quejó porque “los medios de comunicación realizan una contribución formidable al incremento de la sensación de inseguridad”, ayer, el ministro consideró reprochable que haya “medios de comunicación que los cuentan día a día, van 29, van 30, y los ponen como si los countries debieran ser algo aparte donde no debería pasar nada”.

Según Arslanian, “la seguridad es privada porque son ámbitos de exclusión. No se puede hacer prevención porque yo no puedo recorrer los interiores de los countries de la misma manera en que no puedo entrar en su casa; es propiedad privada”.

Anteayer, al ser consultado por LA NACION luego de que el funcionario manifestara que los barrios privados “cercan el ingreso de la policía”, Juan Carlos Pratesi, prosecretario de la Federación Argentina de Clubes de Campo, explicó: “El régimen de cerramiento no obsta a que personal oficial tenga libre acceso. El cerramiento tiene que ver con la privacidad; que exista mayor seguridad es algo colateral”.

Arslanian dijo, además, que “lo que se llama robos a los countries generalmente no son tales. Muchas veces son hurtos perpetrados por gente conocida de la casa”.

# LA NACION

## Cartas de lectores

Viernes 11 de mayo de 2007

Miércoles 9 de mayo de 2007

### **Countries**

Señor Director:

“Según se informó, el ministro de Seguridad de la provincia de Buenos Aires, León Arslanian, expresó en una conferencia de prensa: «Quien va a vivir a un country toma la decisión de hacerse cargo de su propia seguridad», y deslindó la responsabilidad que le cabe al Estado provincial en los delitos que se cometen en los complejos habitacionales privados de su distrito.

“Corresponde opinar que el supuesto esgrimido estaría en contradicción con las disposiciones de orden público de policía y seguridad que encomiendan la Constitución nacional y leyes nacionales y provinciales a los gobiernos nacional y provincial, asegurándose el monopolio exclusivo de la fuerza pública para hacer cumplir la ley y prevenir el delito.

“Si los particulares contratan servicios de seguridad, como los barrios privados, establecimientos educacionales, edificios privados, etcétera, ello no puede implicar jamás desligar de responsabilidad al Estado y ningún ordenamiento legal impide el ingreso policial en los complejos habitacionales privados.

“Lo expresado por el ministro también puede significar un aval para la «justicia privada» a cargo de los vecinos. «Jueces privados que no juran por la Constitución nacional».

“Resulta un disparate decir que la Inspección General de Justicia supervisa y controla a los countries.”

Horacio Colman Lerner  
Escribano  
info@colmanlerner.com.ar

### **Arslanian**

Señor Director:

“Si «quien va a vivir a un country toma la decisión de hacerse cargo de su propia seguridad», ¿debemos entender que esa gente ha sido relevada por el señor ministro Arslanian del pago de sus impuestos? Sería bueno notificárselo al señor Montoya.”

Juan I. Casadella  
juancasadella@sinectis.com.ar

# **CAPÍTULO IX. PROPAGANDA O INFORMACIÓN PÚBLICA: REDEFINIR EL ROL DE LA PRENSA**

**CAPÍTULO ESCRITO POR LA DRA. ADRIANA AMADO SUÁREZ  
DIRECTORA LICENCIATURA EN COM. SOCIAL (UCES)  
PROFESORA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA MATANZA**

Asistimos a un cambio en la forma en que se construye información. Tradicionalmente, el rol de la producción de noticias estuvo asociado a la tarea del periodista, pero distintos factores han determinado cambios sustanciales en la forma en que el periodismo desempeña su tarea. La producción teórica sobre la prensa ha enfocado su análisis en los medios de comunicación como actores principales de la producción y circulación de información (sujeto de la enunciación), distinguiéndolos de los protagonistas de las noticias (sujetos del enunciado). Según esta concepción, los actores sociales eran observados e investigados por el periodismo y las noticias eran producto de esta tarea que idealmente debería de realizarse de manera independiente y con un rol de control. En esta perspectiva, el periodista tomaba la iniciativa para determinar los temas de los que se iba a ocupar y planificaba una serie de tareas de investigación que luego de un tiempo daban como resultado una nota periodística que venía a echar luz sobre temas de interés para la ciudadanía.

La realidad de las redacciones de los últimos veinte años es muy distinta. El ideal del periodismo de investigación es cada vez más difícil de alcanzar, no sólo porque las empresas periodísticas hoy tienen menos autonomía en el contexto político y económico que en el pasado, por lo que evitan ocuparse de temas que pongan en riesgo su continuidad en un mercado o frente a un gobierno. Ocurre también que el enfoque comercial que tiene la mayoría de los medios los han convertido en empresas que deben responder por sus resultados financieros, que demandan mayor productividad de sus contratados y una optimización extrema de los gastos, lo que ha devenido en un recorte importante de los recursos que los periodistas necesitan para cumplir su tarea. Frente al achicamiento y precarización de las redacciones, en las organizaciones

políticas y privadas se registró un fuerte desarrollo de las áreas de comunicación dedicadas a la difusión de sus mensajes.

En sociedades mediatizadas o en vías de mediatización como las actuales, la circulación de la voz institucional es una condición para legitimar su accionar en el espacio público. Frente a la profusa actividad informativa que desempeñan las áreas de prensa y comunicación, el periodista dedica una gran parte de su tiempo a procesar la información que recibe en la redacción y a participar de las actividades que se organizan para realizar anuncios para que la prensa los difunda al gran público. En este contexto, las acciones tales como envío de gacetillas o las conferencias de prensa se fueron convirtiendo en instrumentos integrados al plan de comunicación de los emisores de los cuales el periodismo es un mero receptor. Estas circunstancias contribuyen a una pérdida creciente de la iniciativa periodística, que queda supeditada a los ritmos que marcan las áreas de comunicación institucional. Como parte de este juego, las conferencias fueron priorizando el interés del emisor por dar a conocer sus novedades promocionales antes que la necesidad ciudadana de estar informado. Así se vio hacia el final del siglo XX cómo las grandes empresas organizaban fastuosos encuentros en hoteles cinco estrellas para presentar sus novedades comerciales, lo que convirtió las conferencias de prensa en un evento social, cuyo éxito se mide por la concentración de invitados y se justifica por la publicación eventual de gacetillas de cortesía.

Este tipo de encuentros, donde lo que menos importa es lo informativo, son corrientes en el ámbito empresarial, pero tienen su contrapartida en el ámbito público. Es cada vez más común encontrar una agenda de actividades oficiales programadas cuyas imágenes y mensajes se distribuyen de manera homogénea a todos los medios, que en muchos casos dejan de enviar a sus cronistas para transmitir la versión oficial pre-producida. En el mejor de los casos, si los periodistas asisten, no siempre están habilitados para hacer preguntas, por lo que pierden la posibilidad de profundizar la información u ofrecer a sus lectores una versión diferente a la del mensaje programado.

En este contexto, se condena a los periodistas al mutismo o a procurarse información en los pasillos o a través de llamados de teléfono discrecionales. Así, el acceso a la información deja de ser público para circular entre los pocos elegidos para asistir a la conferencia o para ingresar en el despacho del ministro, en lugar de estar disponible para todos los medios por igual. Entonces, el derecho a la opinión del emisor institucional predomina por sobre el derecho ciudadano a ser informado y el periodismo resigna su función de investigación



y control del poder, en la medida en que se convierte en un mero transmisor de imágenes más cercanas a la propaganda que a la información pública.

Se puede argumentar que el sistema es muy eficaz: empresas y funcionarios suelen tener repercusión de sus anuncios de manera homogénea, dado que la mayoría de los medios se hacen eco de sus iniciativas. Tienen así cierta sensación de manejar la comunicación, al contar con un número importante de medios que proporcionan un canal que parece controlado. Las presiones ejercidas adicionalmente a través de la pauta publicitaria, que retira las inversiones de los medios críticos, refuerza este escenario.

Pero lo que no tiene en cuenta este sistema de máximo control de los medios es que la crisis, el rumor, la protesta social, la investigación periodística (escasa por estos tiempos pero efectiva cuando existe) pueden irrumpir igual en estos escenarios en apariencia manipulados. Cuando circunstancias imprevistas tuercen la agenda programada, aun los actores más poderosos pueden verse obligados a dar explicaciones que no hubieran querido presentar. En estas circunstancias, incluso el mismo silencio puede ser insidioso y comprometer al implicado en la noticia. En cualquier caso, se pone en evidencia el poco entrenamiento que los periodistas tienen para preguntar libremente y los funcionarios para responder con responsabilidad. En estos momentos se comprende mejor por qué las conferencias de prensa no son de quien las convoca ni el intercambio informativo es un privilegio de las fuentes de poder sino un derecho de la ciudadanía, en la medida en que son los procedimientos que garantizar un pleno acceso a la información. Como tal, el periodista debe protegerlo y las áreas de prensa, respetarlo plenamente.

## **LA REALIDAD DE LAS NOTICIAS**

En el escenario descrito, asignar a los medios toda la responsabilidad de la producción de noticias es desconocer que la mayor parte de la información que circula no es producida por el periodismo. Ya hace unos años los teóricos de las noticias advirtieron que en la producción noticiosa intervienen activamente otros actores, especialmente los interesados en dar difusión a su información a través de los medios de comunicación. Así es que Lorenzo Gomis advirtió en un manual clásico para la formación de periodistas que en la producción de la prensa: "La regla es que los hechos a los que se dará forma de noticia han sido previamente escogidos y aislados de los procesos de alguna 'acción en marcha' por los interesados en que el hecho se conozca" (Gomis, 1991:59). Estos 'interesados' serían los protagonistas de los hechos que asignan la tarea a comunicadores

profesionales, como reconocen los autores de la teoría de *agenda setting*, Shaw y Mc Combs, que sostienen que la idea básica en la actividad de los agentes de prensa es la de conferir *status* ante los medios de comunicación, para influir de esta manera en la prominencia o celebridad de un individuo o un objeto ante la mirada del público (Mc Combs et al., 1995). Así es que múltiples investigaciones empezaron a plantear la necesidad de integrar las fuentes y las oficinas de prensa como recurso principal de los periodistas para obtener información. Esto implica que las redacciones no parten de cero, sino que su insumo principal proviene de la información que producen las áreas institucionales.

Hace unos años, Leon Sigal (1973), en un estudio que analizó las noticias de gobierno de los diarios *The New York Times* y *Washington Post* demostró que el 78% de las noticias de política se basaba en fuentes oficiales, producidas por las oficinas de prensa gubernamentales en su gran mayoría. Investigaciones más recientes demostraron que ésta había sido la razón principal por la que los medios adoptaron inicialmente la postura del gobierno de Bush en el conflicto con Irak, en la medida en que la información que manejaban provenía casi en su totalidad de las fuentes gubernamentales. Una investigación cita un análisis sobre 414 noticias de las cadenas NBC, ABC y CBS entre setiembre de 2002 y febrero de 2003 sobre el conflicto, de las cuales todas menos 34 habían sido originadas en alguna de las fuentes oficiales (Casa Blanca, Pentágono, Departamento de Estado) (Cunningham, 2003).

Recientemente, el periodista Nick Davies, en su libro *Flat Earth News* (2008), presentó una investigación realizada en cuatro diarios ingleses de calidad (*The Times*, *Guardian*, *Independent*, *Daily Telegraph*), a cargo de Cardiff University (sobre una base de 2.207 noticias). Según el estudio, sólo el 12% de las noticias responde a la iniciativa periodística en el sentido tradicional, mientras que el 80% proviene de agencias de prensa y relaciones públicas (de las cuales un 60% son reproducción textual y un 20%, reproducción parcial de los comunicados). Del 8% restante de las noticias no se podía identificar la fuente.

En la Argentina, una investigación sobre noticias de los diarios *Clarín* y *La Nación* mostró que 59% de las noticias analizadas proviene de "informaciones entregadas o producidas por la fuente" y sólo un 27% se originó por iniciativa del medio (De la Torre et al., 2004:70). De la Torre y Téramo concluyen que "[l]os periodistas pueden ceder a esta primera iniciativa de los comunicadores institucionales, debido a la presión de llenar unas páginas en tiempo restringido, pero también a otros factores que reclaman atención, ya que, de esta manera, no son los hechos novedosos o investigados en su profundidad los que se imponen por su propio peso a la lógica informativa, sino aquellos atractivamente

propuestos con antelación, a través de agencias informativas, fax directos a la redacción o llamados al periodista” (De la Torre et al., 2004:67).

Esta constatación plantea directamente la posibilidad, real o potencial, de un recorte en la pluralidad de voces que conforman el relato noticioso. Una investigación anual que realiza la organización Periodismo Social entre los principales diarios de la Argentina, muestra cómo opera esta concentración de emisores en las noticias que tienen como protagonistas a los niños. Según este monitoreo, la mayoría de las fuentes sobre noticias de niñez y adolescencia son funcionarios y policía (mencionadas en un 37,8% de las oportunidades), seguido por el 13,1% de las fuentes es de la sociedad civil y un 4,4% de las que provienen del ámbito escolar. El informe plantea como conclusión que los lectores terminamos conociendo acerca de la problemática de los niños desde la perspectiva del funcionario o una vez que están judicializados, y en raras oportunidades conocemos la opinión de los protagonistas o de sus familiares directos.

Como suele ocurrir, la mayoría de las noticias trata de situaciones conflictivas que son relatadas desde la perspectiva del poder, que elige la oportunidad y la forma en que quiere comunicar su posición y deja al periodismo supeditado a esos tiempos. En otros casos, la dependencia creciente de las fuentes oficiales se manifiesta en el anonimato de los informantes, que piden esta condición para proporcionar información, confundiendo el principio de protección de una fuente con la dilución de su responsabilidad en los dichos. Así, la ciudadanía queda sin conocer los reales intereses que están detrás de las noticias del poder y sus funcionarios no asumen que no es optativo identificarse cuando se trata de información de carácter público.

## **VOCEROS Y PERIODISTAS**

Estas observaciones nos plantean que al ejercicio tradicional del periodismo hay que agregar en el análisis la producción de información de las oficinas de prensa, en la medida en que la información circulante es producto de juego entre la prensa de los medios y la prensa de las organizaciones. En este sentido, ambos actores deberían velar por que ese intercambio sea lo más ético y transparente posible para los destinatarios de la información.

Según una investigación de Txema Ramírez para España, el factor clave para la eficacia de un gabinete de prensa es la cercanía al poder. Esto explica la alta participación de las oficinas de prensa en las noticias del sector económico y de los partidos políticos, a la vez que hay una baja presencia como fuentes

de la sociedad civil y sus organizaciones, que además no suelen contar con departamentos de prensa organizados. Según esta investigación, el poder es fundamental en la valoración que hace el periodista de la tarea de prensa: "el poder tiene a su favor otra serie de factores como son: el privilegiado lugar que ocupa el emisor dentro del proceso de comunicación, la trepidante dinámica productiva de los medios y la dependencia que crean las rutinas periodísticas. Todos estos factores unidos dibujan un panorama ideal para que la actividad informativa de los poderes públicos sea realmente eficaz." (Ramírez, 1995).

En Argentina, una encuesta de la Consultora CIO entre 200 periodistas incluyó una pregunta sobre la confiabilidad de las fuentes y concluyó que las de la política eran las menos confiables de todas. A la pregunta "¿Qué tipo de fuente diría que es la más confiable en el suministro de información?", las respuestas mencionaron mayoritariamente las consultoras (39%), seguidas por las empresas (32%) y finalmente por el poder político (21%) (en un 8% fueron mencionadas "Otras"). Esto podría explicarse en función de las condiciones en que se fueron construyendo los vínculos de cada uno de estos participantes con el periodismo local. En este caso, las consultoras tienen un manejo profesional, que se ajusta a los tiempos y requerimientos de los periodistas que algunos jefes de prensa de gobierno no tienen, que aún hoy trabajan más a la defensiva, tratando de evitar los pedidos periodísticos, a diferencia de lo que ocurre cuando están en campaña electoral y se desviven por salir en los medios.

Una evidencia de las dificultades que tiene el vínculo entre las fuentes oficiales y los periodistas la podemos encontrar en una investigación de Schmidt-Lierman, Lavalle y Rovere sobre acceso a la información pública en Latinoamérica. De la indagación realizada entre periodistas argentinos surge que los principales obstáculos tienen que ver con un responsable del área de prensa que en lugar de facilitar el acceso a la información, lo entorpece. La primera mención es la negativa a entregar la información de parte de los voceros (52% de las respuestas múltiples), demoras en la entrega (46%), la incompetencia de los voceros (44%), el área no produce información (44%) o es incompleta (43%).

Estos datos contrastan con los ofrecidos por Ramírez, cuya investigación asignaba un buen indicador para las fuentes gubernamentales, en la medida en que la intervención de los gabinetes de prensa era positiva: "Una de las principales conclusiones que se establecen del amplio trabajo realizado es que, en el actual sistema informativo, los gabinetes de prensa cumplen una función necesaria, positiva y socialmente aceptada. Así lo estima la mayoría de la clase periodística y así es visto también por las empresas informativas" (Ramírez, 1995). Esta conclusión se opone abiertamente a la percepción que tienen los

periodistas argentinos de que los voceros de prensa constituyen un obstáculo para el libre juego informativo.

Como señalan las conclusiones de la investigación para la Argentina, “se ha desvirtuado la función para la cual existe esta figura, ya que actúan como un filtro para no poder acceder a la información, cuando debería ser de la manera contraria. Cuando el funcionario público al cual asisten tiene una alta exposición en los medios, el retaceo o negativa a entregar la información solicitada es mayor, ya que se teme que perjudique o pueda perjudicar su imagen. Se tiende a proteger al funcionario por sobre el derecho a saber de los ciudadanos” (Schmidt et al., 2003:113).

El contraste entre las dos perspectivas parece señalar que no hay una única forma de ejercer la función del jefe de prensa, que se puede ejercer de manera activa y contribuir al acceso del periodismo al poder. O, como señalaban para el caso de las fuentes gubernamentales argentinas, los voceros pueden ser reticentes a proporcionar la información necesaria, lo que se evidencia en negativas a los pedidos periodísticos, en dar sólo información incompleta, en desconocimiento del tema, entre otras. En estos casos, el agente de prensa oficia como un *gatekeeper* que hace su propia selección de la información que podría llegar a los medios. Incluso, la operación de prensa podría redefinirse desde esta perspectiva como un procedimiento de construcción de la información a cargo de la fuente, que selecciona y articula los sucesos que dará a conocer: “Las llamadas ‘operaciones de prensa’, habituales y hasta aceptadas tácitamente por los mismos voceros de prensa oficiales (...) consisten en desviar la atención de un hecho, relativizarlo o encauzarlo con otro sentido, a partir de otra información accesoria o diferente, y hasta hacerlo desaparecer” (Martini, 2000:59).

En este contexto, el desafío para periodistas y voceros es construir discursos noticiosos creíbles y confiables a partir de un libre intercambio de información. Para ello es imprescindible propiciar espacios de encuentro entre los periodistas y el poder que faciliten el acceso a la información y que contribuyan a despegar a la información política de la sospecha de la manipulación que las fuentes podrían ejercer en los medios.

Hace unos años, un ministro solía comenzar sus proverbiales conferencias de prensa matinales preguntando a los movileros cuáles eran las preguntas que tenían para las declaraciones que él tenía pensado hacer. Quizás de ahí venga la costumbre del poder de convocar para hacer anuncios en lugar de entender que están para dar explicaciones a los ciudadanos a través de la prensa, y de que el

jefe de prensa sea visto como un operador, en lugar de ser un facilitador de la información.

## **DE LA PROPAGANDA A LA LIBRE INFORMACIÓN**

Parecería que el periodismo tuviera poco margen para tomar contacto con un personaje que "no está en promoción", para copiar la jerga que usan los jefes de prensa de los artistas. Así, se observa en los medios que la agenda de personajes entrevistados mucho tiene que ver con las campañas de promoción de películas, libros y demás actividades, que aparecen profusamente con ocasión de los estrenos y lanzamientos, pero que son difíciles de conseguir cuando se trata de sucesos menos glamorosos. De la misma manera, los políticos y funcionarios se desviven por aparecer en los medios cuando están en campaña política, pero no atienden los teléfonos cuando están involucrados en sucesos que afectan seriamente el interés público.

Empresas y gobiernos presionan a la vez a los medios con amenazas de retirar sus pautas de publicidad si los periodistas intentan ir más allá de lo que estos actores de poder quieren comunicar, o brindan algo de información sólo a los medios y periodistas más afines a su posición, o menos inquisidores. Con estos antecedentes, iniciativas como las de las conferencias de prensa convocadas desde los propios periodistas, que priorizan el interés público por sobre el personal del emisor y garantizan el acceso a la mayor cantidad de medios, resultan un aporte importante a la circulación de la información.

Al invertir la lógica y restituir la iniciativa a los periodistas para invitar a funcionarios y políticos a encuentros y conferencias de prensa, se cambia la lógica de oferta de información por una de demanda a cargo de los periodistas, que recuperan de esta manera su iniciativa. Y se redefine el papel de los voceros que pasan de ser aquellos que interfieren en el contacto del periodista y el funcionario, como se señalaba más arriba, a ser un facilitador en el proceso informativo democrático.

Esto requiere dos competencias clave de las vocerías: por un lado, solvencia técnica y un conocimiento preciso de la información de su área; por otro, autoridad para hacer las declaraciones, que serán tomadas como la voz oficial. En el primer caso, el vocero se convierte en una voz que aporta datos y precisiones a los medios, evitando que solo accediendo al personaje de poder se obtenga información. Personalizar demasiado la posición de un organismo estatal no sólo restringe la información, porque está claro que el funcionario no podría estar el día entero respondiendo a los requerimientos de la prensa,

sino que desconoce que en cualquier ámbito oficial existe un conjunto de personas con solvencia técnica que podrían estar aportando información. En el segundo caso, el vocero dejaría de ser un personaje en las sombras, percibido como un operador, en lugar de ser visto como un funcionario con obligaciones ciudadanas para contribuir a la transparencia de las instituciones.

En los últimos años, el periodismo pareció acostumbrarse a las limitaciones informativas que determinan la discrecionalidad del poder. No puede desconocerse que en la medida que cualquier poder influya en cuestiones públicas, tiene claras obligaciones informativas para con la sociedad, se trate de gobierno, economía, empresas, servicios, etc.

Desde la perspectiva del derecho de la información, podría postularse que la polifonía, que permite la participación en el discurso periodístico de las voces de personajes e instituciones, responde al derecho a la expresión. La potestad de dar a conocer las distintas posiciones en los medios de comunicación se seguiría del respeto del derecho a la opinión. Sin embargo, si se considera el derecho a la comunicación en su sentido amplio, este derecho a la difusión sólo se respetaría si incluyera la mayor cantidad de voces y no sólo las de aquellos que cuentan con estructuras comunicativas profesionales. Y se cumpliría de modo pleno si al derecho de las organizaciones de difundir sus posiciones se agregara el de la ciudadanía a recibir toda la información que necesita.

En este esquema, las estructuras de la comunicación institucional funcionan como una contraparte de los medios en la medida en que ambos son productores de información pública: las primeras promueven comunicaciones de carácter particular; los otros, supuestamente, información con una mirada más plural y generalista. Ambas funciones son fundamentales para el juego democrático, dado que la inclusión de las voces de los distintos actores sociales los pone en una posición de simetría con los medios, que dejan de estar por encima de la sociedad, para convertirse en un vector propiciador del diálogo social.

Mientras que la información que proporcionan los distintos actores sociales contribuye a la deliberación pública (opinión, expresión), la prensa es una articuladora de la discusión en tanto canaliza, investiga y revalida los distintos mensajes, oficiando de contrapunto a la comunicación institucional. Está claro que solo trabajando conjuntamente los informadores de los medios y los institucionales se puede pluralizar un escenario de información gubernamental restringido, haciendo entender a funcionarios, dueños de medios y periodistas que nadie puede beneficiarse durante mucho tiempo del ahogo informativo.

En la Argentina, el tema de las oficinas de prensa y los voceros suele ser considerado ajeno al periodismo, a pesar de que cada vez más es una tarea desarrollada por propios periodistas, especialmente en los ámbitos públicos y de la sociedad civil, que suelen contar con medios propios de un gran alcance y con una intensa producción de información de interés público (considérese como ejemplo el caso de las páginas web de las organizaciones ambientalistas o la información científica que difunden las universidades). Se desconoce la importante función de los encargados de prensa en aportar información a los medios. Si se asume esta realidad, el sistema alemán muestra de qué manera la información de los medios y la institucional debe responder a los mismos principios éticos y profesionales, en tanto busca proteger el derecho de la ciudadanía a conocer y a escuchar la pluralidad de las voces sociales. Entiende que la información es pública, con independencia de que sea producida por las fuentes o por los medios, que hoy también son en su mayoría actores privados, con intereses particulares tan fuertes como los de cualquier institución proveedora de información. Así es que la Asociación de Periodistas de Alemania (*Deutscher Journalisten-Verband*), la segunda a nivel mundial en número de afiliados, admite como miembros plenos a los periodistas, sea que éstos trabajen en medios, en forma independiente o en oficinas de prensa. Y de hecho, los voceros son la mitad de sus 40 mil socios. De esta manera, se asegura que todo productor de información tenga las mismas garantías y, sobre todo, las mismas obligaciones.

A pesar de que cada vez es más común encontrar a periodistas trabajando en áreas de prensa, al punto de que equipara el número de profesionales trabajando en las redacciones, se suele escuchar entre periodistas y voceros la idea de que cuando, uno deja los medios, se pasa "al otro lado del mostrador". Esta metáfora tan corriente habla mucho de lo que unos y otros piensan del vínculo entre periodistas y jefes de prensa. Mientras sea percibido como una transacción comercial, ni medios ni periodistas ni voceros entenderán cabalmente su rol social en la construcción de información. Claro que la idea del mostrador puede ser verdad para muchos periodistas que intercambian difusión de información o silencio a cambio de pautas publicitarias, o para muchos jefes de prensa que sólo mandan gacetillas a los medios que auspician. Pero puede trabajarse conjuntamente para construir de manera más transparente la información pública. En el contexto actual, es posible que la información se juegue "en un mostrador", pero también hay ejemplos que muestran que hay otras formas de informar a la sociedad.

Cualquier táctica de relaciones públicas o cualquier decisión editorial deberían basarse en el hecho de que la información pública es de la ciudadanía y no es



una potestad del gobierno o de las empresas ni una prebenda de ningún medio. En ninguno de estos ámbitos se puede anteponer el interés electoral o comercial a la hora de brindar información. No podemos olvidar que las oficinas de prensa, además de productoras de gacetillas, son las fuentes que proveen información a los periodistas y tienen la gran responsabilidad social de facilitar el acceso de la prensa a sus mandantes. Pero este acceso no puede ser un fin en sí mismo para obtener difusión o para que el medio obtenga una exclusiva (que no debería existir cuando se trata de información de gobierno, porque debería estar disponible para todos).

La información no puede ser un bien de cambio, que se dosifica a los periodistas amigos del poder o que se equipara a la pauta publicitaria con que se premia a la obsecuencia de ciertos medios. La información tampoco es un privilegio del periodista, que juega al investigador con expedientes facilitados con intenciones que nunca devela a sus lectores, y qué raramente contrasta con fuentes alternativas. Los periodistas argentinos deberían interiorizarse de las investigaciones sobre los medios locales que demuestran el predominio absoluto de las fuentes oficiales y empresariales en todo tipo de noticias. Este podría ser un primer paso para tomar conciencia de que la cercanía al poder suele restar pluralismo a los reportajes e independencia en las entrevistas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cunningham, Brent (2003). "Re-thinking Objectivity in a world of spin", *Columbia Journalism Review*, Columbia University's Graduate School of Journalism, julio/agosto.
- Davis, Nick (2008). *Flat Earth News*. Londres, Chatto & Windus.
- De la Torre Lidia y María Teresa Téramo (2004). *La noticia en el espejo*. Buenos Aires, Editorial de la Universidad Católica.
- Gomis, Lorenzo (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona, Paidós.
- Martín, Stella y Luchéis, Lila (2004). *Los que hacen la noticia*. Buenos Aires, Biblos.
- Mc Combs, Maxwell y Evatt, Dixie (1995). "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*", en *Comunicación y Sociedad*, Vol. VII, Nº 1, Pamplona, Universidad de Navarra, pp. 5-32.
- Periodismo social (2006). *Niñez y adolescencia en la prensa argentina. Informe anual. Monitoreo 2005*. Buenos Aires: Periodismo Social (disponible en [www.periodismosocial.org](http://www.periodismosocial.org)).
- Ramírez, Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas

periodísticas al servicio del poder", *Telos*, Madrid, 40, dic-feb., pp. 47-57.

Schmidt-Liermann, Cornelia; Rovere, Marta B. y Lavalle Cobo, Dolores (2003). *Periodismo y acceso a la información pública*. Lima, Konrad Adenauer Stiftung.

# CAPÍTULO X. DESAFÍOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INICIATIVA

## A. INCORPORACIÓN DE NUEVOS PERIODISTAS

Como se viene describiendo, esta iniciativa de conferencias de prensa se encuentra aún en una etapa de crecimiento y consolidación. Para seguir creciendo y legitimarse, requerirá de continuidad y perseverancia por parte de quienes la implementen. Para ello será fundamental contar con el apoyo y participación de periodistas, no sólo en las conferencias, sino también en definir y aportar al cumplimiento de pequeños logros, tales como, por ejemplo, conseguir la asistencia de un político evasivo a una conferencia, difundir esta iniciativa entre otros colegas y lograr el reconocimiento de esta plataforma dentro del medio para el que trabaja, sumar nuevos adeptos a la RED, delinear pasos futuros que lleven al fortalecimiento de esta propuesta, etc. La incorporación progresiva de periodistas de todo el país<sup>1</sup> respetando la igualdad de oportunidades y el trato equivalente entre los colegas independientemente de su género, creencias religiosas, ideologías políticas o características del medio en el que trabajen es clave para ello. Cuanto mayor sea la cantidad de periodistas de medios e ideologías distintos que integren el grupo, menores serán las influencias de los políticos de turno.

En la difusión, es importante recalcar a los periodistas que esta plataforma “es para ellos”; que son ellos los dueños de casa de las conferencias y quienes

---

**1** El Grupo Promotor está integrado por: Julio Blanck, Alfredo Gutiérrez y Alejandra Gallo (*Clarín*); Claudio Jacquelin, Adrián Ventura y Martín Dinatale (*La Nación*); María Laura Santillán y Gustavo Sylvestre (Canal 13 y TN); Alfredo Leuco; Alex Milberg (revista *Newsweek*); Jorge Lanata, Luciana Geuna; Silvio Santamarina (*Crítica*); Damián Nabot (Agencia DyN); Maximiliano Montenegro y Reynaldo Sietecase (América TV).

marcan el pulso de las mismas, pero velando por que esto no implique posicionar protagonismos personales. Al ser una plataforma “de los periodistas”, se evita que un periodista sea excluido por ser considerado opositor o “no afín” al gobierno de turno.

Durante el lapso de dos años transcurrido desde el inicio de las BPK a nivel nacional en marzo de 2007 hasta la definición del nombre propio Preguntar al Poder, con reciente página web, conseguir la adhesión de nuevos periodistas no ha sido tarea fácil. Lo más dificultoso ha sido contar con la presencia consecutiva de los mismos periodistas en las diferentes conferencias. Esto parecería no muy lógico, pero consideramos que se debe a las siguientes razones:

- La reticencia de los funcionarios del Poder Ejecutivo a brindar conferencias de prensa: si bien esta postura se flexibilizó en la segunda mitad de 2008, la renuencia a otorgar entrevistas y dialogar abierta y públicamente con todos los medios de comunicación se mantiene desde la asunción del ex presidente Kirchner (mayo de 2003). Entendemos que esto ha empujado al periodismo y a los medios a intentar conseguir el contacto con los políticos oficialistas en forma exclusiva a toda costa.
- Por otra parte, la falta de ejercicio en participar de conferencias de prensa y del derecho a preguntar parecería haber adormecido su práctica, interés y valoración de esta herramienta de comunicación.
- El enfoque de algunos periodistas de institucionalizar el espacio BPK solamente para los miembros del GP.
- Las agendas sobrecargadas de los periodistas, que tornan dificultoso conciliar horarios para los encuentros del GP así como de las conferencias.
- El interés desigual en el proyecto de algunos integrantes del GP (por ejemplo: ausencia de algunos periodistas a reuniones y conferencias, luego de haber suscrito la Declaración de Principios);
- La especialización en la cobertura de temas, políticos o partidos determinados, en especial en los medios más grandes, provoca que varios periodistas integrantes de la RED sólo concurren a las conferencias concernientes a su área de especialización;
- Dificultades en el desempeño de las tareas periodísticas cotidianas: las noticias de último momento, directivas del medio para el cual trabajan, dificultan una planificación anticipada de la agenda, por lo que la presencia de los periodistas en las conferencias está siempre condicionada por los avatares coyunturales;
- Periodistas más jóvenes o novatos se han sentido de alguna forma intimidados por la presencia en las conferencias de otro colega de más

trayectoria que representa al mismo medio, considerando entonces que su presencia no es necesaria ante la participación de aquel.

- La difusión del audio de las conferencias –aproximadamente a las dos horas de finalizadas– y su posibilidad de encontrarla en la página web posibilitan un acceso cómodo y rápido del periodista a la información suministrada por el invitado, sin necesidad de concurrir físicamente a la misma.

Pero sin el insumo de las preguntas y, por ende, sin la presencia del periodista en la sala... no hay conferencia valiosa posible.

Por ello, el desafío estará en seguir manteniendo vivo el interés de los periodistas del GP y lograr seguir trabajando en el armado de la RED. El periodismo soporta condiciones laborales cada vez peores y se enfrenta a cuestiones que dificultan el ejercicio de su profesión, incluso a veces a la imposibilidad de comunicar la información obtenida debido a la censura que en ocasiones ejercen los medios en los que trabajan.

Es posible que esta iniciativa deba enfrentar los intentos de algunos sectores para resquebrajar la incipiente unidad del grupo, que únicamente podrá soslayarlos y superarlos si prima una actitud solidaria entre sus integrantes.

## **B. INCENTIVOS PARA MEJORAR CALIDAD DEL PERIODISMO**

Es indiscutible: para que una entrevista sea valiosa, es fundamental que las preguntas sean interesantes, claras y precisas. Ello presupone un entrevistador informado y consciente de la oportunidad que se le brinda. A diferencia de ello, en una conferencia de prensa, la posibilidad de preguntar es compartida con colegas, incluso de otros medios, lo que por un lado puede predisponer a desalentar el planteo de una pregunta incisiva o “caliente”, por temor a perder la exclusividad y primicia de la respuesta. Pero por otro lado, posibilita respaldarse en las preguntas y respuestas obtenidas por los colegas durante el transcurso de la misma, para profundizar sobre un tema y conseguir información aún más valiosa.

Se ha registrado una opinión coincidente tanto entre periodistas y políticos como de representantes de medios en señalar que este sistema contribuiría a mejorar la calidad del periodismo (conscientes de una autocrítica importante), dado que exigiría al periodista informarse en forma previa y profunda y, en especial, concentrarse en preguntar mejor, adaptándose a las reglas.

Pero volvamos sobre la problemática del descenso en la calidad y profesionalismo del periodismo: la superficialidad con la cual se tratan los temas de actualidad es una de las deficiencias que presentan los periodistas y medios de comunicación argentinos hoy en día. Las secciones políticas de los diarios mantienen su espacio, pero se nota una paulatina desespecialización: el tratamiento que se hace de los temas políticos peca muchas veces de superfluo. Así, el debate político se ha simplificado y empobrecido. Se utilizan títulos de alto impacto –muchas veces esto es lo único que el ciudadano lee y es lo que queda en la memoria como información–, pero luego lo suministrado resulta débil, muchas veces incierto o repetitivo, sin referencia concreta a las fuentes o parcial (no se recaba la postura de la parte involucrada u otras) y, lo que es peor, la información proporcionada es incompleta, con lo que se logra tergiversar la realidad. Se extrañan las editoriales estratégicas, aquellas que aportan diferentes visiones sobre problemáticas del país. Luis Verdi señaló: “hay un vaciamiento del debate”.

En este aspecto, vale la pena señalar que en el Estudio 2008 se constató una crítica generalizada hacia los agentes de prensa: se considera que debido a la contratación de agentes de prensa se ha tercerizado la obtención de información. Y este hecho dio lugar a un reclamo importante: el periodismo lo tienen que hacer los periodistas de los medios y no de otras instituciones.

Esta baja en la calidad del periodismo obviamente forma parte de un contexto general que está sufriendo la sociedad argentina. Sin embargo, se pueden señalar otras causas relevantes y específicas del sector que ayudan a explicarla:

- 1) La falta de capacitación profesional y de profundización en el conocimiento de los temas técnicos: por ejemplo, en materia económica, tributaria, de educación, defensa, etc. Hay déficit de periodismo especializado. Esto trae aparejado como resultado que haya que comenzar una nota explicando “desde la información más básica”, para luego ir a la información de actualidad. La falta de especialización o superficialidad conlleva un riesgo importante: *“los periodistas son más fáciles de operar y manejar porque no saben acerca de lo que están informando”*. La causa de esta carencia se atribuyó, en general, a la obligación que el medio le impone al periodista de “saltar de un tema a otro”; así, “picotean en muchos temas a la vez”, aludiendo a la superficialidad con la que trabajan.
- 2) Se perdió la costumbre de hacer archivo acerca de las personas y las temáticas investigadas. A veces ni siquiera se hace un *googleo* (en alusión a una exploración en *Google*, el buscador en Internet). Esto tiene

como consecuencia que cuando se entrevista a un funcionario o dirigente político, social, religioso, etc., no se conozca en profundidad su actividad y su perfil, y las preguntas y el contenido de las notas sea de baja calidad o irrelevante. Esta falta de información y preparación al hacer notas sobre políticos determinados o temas de actualidad resulta incluso incómoda para el entrevistado, quien se ve en la disyuntiva de aclarar o corregir al periodista o ignorar el *furcio* para no desprestigiarlo o ponerlo en evidencia.

- 3) Existe una crítica generalizada hacia la *vedetización* de la profesión: En especial se ha señalado la falta de nivel en las nuevas generaciones de *periodistas televisivos*: “los cuadros periodísticos son mediocres, transmiten mal, cometen faltas de dicción, realizan comentarios chabacanos que no le aportan ningún beneficio a la noticia”. Los cuadros que llegan a la pantalla chica serían *frívolos*; en lugar de elegir a los mejores, son premiados aquellos que tienen en su haber las mejores relaciones sociales o laborales; se advierte un “amiguismo” que resulta perjudicial para el televidente y discriminatorio para los colegas periodistas. El “te vi” otorga una jerarquía social, no por la sabiduría sino por el solo hecho de salir por TV. La diputada Norma Morandini señaló: “La mayoría de los periodistas jóvenes apunta a la gran pantalla”. Se concluyó que se cae en la falacia de creer que la llegada de un periodista a la TV implica que es un buen profesional.
- 4) Existen críticas hacia los “movileros”, más acentuadas entre los políticos del oficialismo: “no se saben organizar, no se respetan entre ellos mismos, no saben preguntar, etc.”. Se produce un avasallamiento del entrevistado, “parece una avalancha, en lugar de una nota”. Algunos se preguntan si realmente se los puede considerar periodistas.
- 5) El abandono del periodismo de investigación. Como causales de esta tendencia, en el Estudio 2008 se enumeraron las siguientes:
  - i) el recorte del presupuesto destinado a la sección de periodismo de investigación en algunos medios de comunicación; ii) la falta de curiosidad que muestran muchos periodistas sobre temas diversos, en especial en ahondar en investigaciones, cómo preguntar a los protagonistas y, particularmente, en especial hacer un seguimiento periódico de las noticias; iii) el rol de la tecnología, en especial la herramienta de Internet, es considerado como una de las causas fundamentales por la cual el periodista ha dejado de investigar: confía en la información que obtiene o “baja” de Internet, sin profundizar ni volver a consultar con las fuentes primarias de información; iv) las condiciones laborales, que se deterioraron debido a bajos salarios, lo

que obliga a los periodistas a tener más de un empleo y, en algunos casos extremos, a tener un trabajo en el sector público y otro en el privado. Esto dificulta la investigación periodística y que se adentren más en los temas que estudian. Esta situación se observa en forma menos crítica con los periodistas de medios de comunicación más relevantes y de mayor circulación, sobre todo en los gráficos.

- 6) La relación entre los políticos y el periodismo. En algunos casos, el amiguismo existente entre los políticos y algunos periodistas es demasiado patente. Habría que trabajar sobre ello; se señaló la necesidad de que exista cierta distancia entre ambas partes. Sin embargo, también hay casos de políticos que han manifestado temor a hablar con la prensa, a exponerse a críticas infundadas y a un trato injusto. A veces, el recelo está basado en que el periodista que solicita la entrevista es "amigo" de otro político y se sospecha de una exposición provocada a sabiendas. Se dijo: "Hay libertad de prensa pero no de opinión, varios legisladores temen hablar con la prensa".
- 7) La falta de costumbre de trabajar en el mediano o largo plazo, que es la forma de trabajar desde las instituciones públicas. El periodismo y los medios de comunicación trabajan a partir de cuestiones coyunturales, y aquí se produce un conflicto entre los tiempos mediáticos y los de la gestión pública.
- 8) La sobreoferta de carreras de periodismo. Hay demasiadas universidades que han desarrollado la carrera de periodismo y comunicación; egresa de ellas un elevado número de graduados que no encuentran demanda laboral en proporciones semejantes, lo cual en numerosos casos los lleva a aceptar una oferta de trabajo de baja exigencia.

Cabe aclarar que si bien el periodismo en su conjunto ha sido objeto de cuestionamientos acerca de su desempeño, también se debe hacer un reconocimiento a aquellos periodistas y asociaciones que -como FOPEA-, han realizado una autocrítica importante e intentan marcar la diferencia. Esta autocrítica es lo que, por otra parte, está faltando por parte de los medios como empresas informativas. Se ha resaltado que queda como gran asignatura pendiente la necesidad que los medios de comunicación encaren su propia *autocrítica*. Sobre todo, porque se coincidió en declarar que "sin los medios la ciudadanía se queda al margen de lo que pasa en el país". Muchos de los políticos entrevistados coincidieron en que:

- 1) Hay una tendencia a la concentración de medios de comunicación que presenta variadas consecuencias negativas: i) se observa un



- “funcionamiento mimético, se copian y se levantan entre sí”, se “refritan”; ii) hay una llegada a todo el país de contenidos muy homogéneos por parte de grupos que son propietarios de diversos medios: radio, TV, diario, página web.
- 2) La concentración de medios también tiene otra consecuencia: las líneas editoriales son muy marcadas y afectan la posibilidad de la diversidad necesaria para una comunicación plural, que refleje e identifique a distintos sectores. “Cada vez se otorga menos espacio a la oposición; se reducen las columnas de opinión, que son importantes para la formación de una posición propia del ciudadano”.
  - 3) Está ausente la necesidad de encarar un *debate acerca del rol y la responsabilidad de los medios de comunicación* de cara a la sociedad, en cuanto a los contenidos, la comunicación y el tratamiento de la información. Existe una preocupación generalizada, tanto en el oficialismo como en la oposición, por la influencia de la *transmisión de la información en la cultura*: “Los medios son formadores de cultura y, por ende, deben ser conscientes de su responsabilidad y actuar acorde a ello”. Se reclama más equilibrio entre la calidad de la noticia y el éxito periodístico. Se consideró que los medios no tienen real conciencia de que cumplen una función o rol social o no quieren hacerse cargo de ello en forma cabal.
  - 4) Se exige a los medios de comunicación mayor respeto y cuidado en la transmisión de noticias, tanto de orden institucional como de referencias personales de los funcionarios públicos y dirigentes sociales, religiosos, etc. Preocupan la burla y el desprecio que se advierte en los medios hacia las instituciones públicas y sus representantes.
  - 5) Es indispensable trabajar en pos de transparentar la titularidad o composición propietaria de los medios y dar a conocer el mapa mediático. Los periodistas tienen derecho a saber para quién trabajan y el ciudadano, a saber quién decide sobre qué le van a informar y qué medio eligen para ello.
  - 6) La disminución de la cobertura y difusión de noticias internacionales. En este aspecto hubo unanimidad de opinión en los resultados del Estudio 2008: “En los medios nacionales se informan cada vez menos las noticias internacionales”. Algo similar ocurre con la presencia de noticias acerca de la Argentina en diarios extranjeros, como resultado de la política comunicacional de la gestión kirchnerista. El ex presidente Carlos Menem advirtió: “Nos descolgamos del mundo, no tenemos presencia y pareciera que eso también se refleja en el país a la hora de transmitir noticias internacionales”.

Asimismo, las conferencias pueden motivar a:

- un mayor rigor en el chequeo de fuentes, especialmente antes de participar de las conferencias, recabando mayor información y datos sobre el entrevistado y su desempeño;
- una profundización en las temáticas planteadas;
- evitar el “tráfico de datos”;
- implementar un sistema de autocontrol de la ética profesional de los periodistas;
- alentar el respeto del principio de solidaridad entre los periodistas, al margen de la competencia y el “vetetismo” que aquejan a gran parte del sector.
- lograr la participación de políticos influyentes también constituye un incentivo significativo, ya que va generando confianza en las garantías de la metodología BPK.

Al privilegiarse el *on* se desalienta el uso indiscriminado y generalizado del *off the record*, lo que permite transparentar la obtención de la información. Pero lo más importante quizás es incentivar al periodista a volver a valorar *el derecho a la pregunta*. El derecho de preguntar irrestricto, a agenda abierta, sin condicionamientos, ha probado ser un instrumento efectivo en Alemania contra el intento frecuente por parte de los políticos invitados de atenuar u ocultar información. El periodista tiene el desafío de procurar lograr del invitado la mayor cantidad posible de información.

La posibilidad de la diversidad de las preguntas dificulta al entrevistado ejercer influencia durante el transcurso de las conferencias de prensa: al estar frente a un grupo de periodistas, siempre deberá tener presente que se le pueden plantear preguntas incómodas o críticas, incluso repreguntas por parte de otros periodistas si consideran que las explicaciones otorgadas sobre un tema fueron insuficientes.

La conferencia de prensa también le sirve al periodista para chequear información obtenida de otras fuentes y confirmar el resultado de investigaciones previas. Incluso lo habilita para difundirla públicamente. Las “buenas preguntas”, generalmente, son, justamente, el resultado de una investigación periodística.

Por ello, en Alemania, la formulación de preguntas en sí misma también es relevante. Ningún político quiere aparecer expuesto a que desde el gobierno se niega a dar respuesta o brindar información.

Esto significa que el derecho irrestricto a la pregunta de los periodistas en las conferencias es un instrumento efectivo. El punto está en saber usarlo.

### **C. FEDERALIZACIÓN E INTENTOS DE RÉPLICA A NIVEL PROVINCIAL: MENDOZA, SANTA FE, ETC.**

#### **1. Provincia de Mendoza**

En el marco del proceso de instalar y fortalecer la implementación de la metodología alemana de comunicación política *Bundespressekonferenz*, se decidió con el actual representante de la KAS Argentina, Sr. Christoph Korneli, analizar en la segunda mitad de 2006 su extensión a las provincias, para lo cual fue elegida la provincia de Mendoza. El objetivo consistía en “federalizar” la iniciativa y ofrecer esta propuesta también a las provincias, como alternativa para facilitar la comunicación entre periodistas y políticos, con el fin de favorecer el acceso igualitario del periodismo a la información y contribuir a mejorar la calidad de la democracia y de las instituciones públicas.

Para lograr el objetivo, se contó con la valiosa colaboración *in situ* de la Fundación Libertador, contraparte local en Mendoza de la Fundación Konrad Adenauer, con el fin de llevar adelante la propuesta en forma coordinada. La Fundación Libertador tuvo a su cargo el desarrollo de tareas logísticas, entre ellas la organización de reuniones individuales y grupales con los periodistas y políticos y/o funcionarios convocados, mientras que las autoras fueron las responsables de aportar y transmitir el *expertise* adquirido en la temática.

Durante la visita se realizó un diagnóstico de viabilidad de la implementación del modelo BPK. Para ello se mantuvieron reuniones informativas con diferentes interesados, entre ellos periodistas, directivos y empresarios de medios de comunicación, pero también con voceros de prensa de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Además, se convocó a los periodistas entrevistados a un taller de trabajo que tuvo como resultado la aceptación unánime de los presentes de la implementación de la metodología en Mendoza.

#### **Breve resumen del panorama general de comunicación en la provincia de Mendoza**

En la provincia de Mendoza existen dos medios gráficos importantes: el diario *Uno* responde a un multimedia (Grupo Vila) que, además, desarrolla otros emprendimientos empresariales y urbanísticos también en otras provincias

del interior del país. Asimismo, el multimedia es propietario de un canal de televisión, radio y TV por cable. El otro periódico, *Los Andes*, es un diario tradicional, con una trayectoria de más de cien años. Estos periódicos representan a distintos sectores sociales y actualmente tienen líneas editoriales generalmente opuestas. Se suman dos diarios más, pequeños y de creación más reciente, con un tiraje menor, como también un diario gratuito de circulación local.

Se observó que el enfrentamiento de los principales medios de comunicación era bastante marcado (noviembre de 2006). Si bien lo que se dio en llamar “la guerra de los medios” se había calmado, la labor cotidiana de los periodistas se ve teñida por esta contienda, quienes se identifican con el medio para el que trabajan. Igualmente, se destacaba lo siguiente:

- i. Se percibió un clima de *solidaridad y camaradería entre los periodistas*, a pesar de desempeñarse en medios de comunicación opuestos.
- ii. *Autocensura*: la mayoría de los periodistas refirió que existían temas que no podían ser investigados por presiones políticas o por afectar algún interés del medio de comunicación en el cual trabajaban, ya sea por algún negocio relacionado al medio o porque involucra a alguna empresa auspiciante.

La “guerra de los medios” había dejado consecuencias sobre la comunicación política: existía un alto nivel de influencia de los dueños de los medios sobre la agenda de los políticos. En el caso de un multimedia, los diferentes medios son utilizados por el propietario como una herramienta de influencia para poder realizar negocios de otra índole.

También hubo coincidencia entre los periodistas entrevistados en que la prensa escrita establecía la agenda de los demás medios (radiales y televisivos), lo que inicia un círculo que se retroalimenta. Es usual, en lo que a temas coyunturales se refiere, encontrar acusaciones y refutaciones (reacciones) sobre el mismo tema en los dos diarios principales.

Para completar el resumen del panorama, es necesario referirse al rol de la publicidad oficial. Su distribución es totalmente discrecional y no responde a criterios preestablecidos y objetivos. Se mencionó que el multimedia recibe un importante porcentaje de la publicidad oficial, situación que dificulta conocer la proporción destinada a cada uno de los distintos medios que componen al grupo.

### **Acceso a la información en los tres poderes**

#### a) Poder Ejecutivo Provincial

Se registró coincidencia entre todos los entrevistados en que el acceso a la información del Poder Ejecutivo Provincial no presentaba dificultades. Por el contrario, a diferencia de lo que pasaba a nivel del Ejecutivo Nacional, la información suministrada por la gobernación era fluida y constante: El contacto con el funcionario no constituía un insumo crítico. Se destacó la conducta extremadamente abierta y mediática del gobernador de ese momento, el Ing. Julio C. Cobos (actual Vicepresidente de la Nación), quien no ponía ningún reparo en comunicarse con la prensa: "El Gobernador se expresa en actos políticos, conferencias de prensa formales y no formales, recibe periodistas, envía gacetillas de prensa, etc., sin agenda preconcebida". Pero esta conducta abierta hacia la prensa por parte de la Gobernación era considerada por los periodistas, a veces, como "*sobreabundante y avasallante*". Se sostenía que ello atentaba contra la calidad de la información y, por otra parte, dificultaba el tratamiento de temas relevantes en forma profunda. Desde los medios se destacó que lo importante NO sucede durante estas conferencias de prensa, sino en la información exclusiva que cada periodista individualmente podía obtener al margen de las mismas.

Por su parte, el vocero del Gobernador, Julio Paz, señaló que la política de comunicación era de total apertura: de "trabajar con todos los medios". Reconoció que dadas las características del estilo de comunicación del Gobernador y su informalidad hacia la prensa, en ocasiones genera un desorden involuntario en el suministro de información, lo que se traduce en cobertura poco satisfactoria.

Asimismo, el intercambio vertiginoso de comunicación entre el Gobernador y los periodistas dejaba al descubierto falencias por parte de estos últimos, quienes en ocasiones se muestran desinformados, sin haber tenido oportunidad de prepararse previamente sobre el tema de referencia.

En relación con el sistema de la BPK, Paz expresó su opinión personal positiva sobre la conveniencia de utilizar el mismo para tratar, en un ámbito de tranquilidad y respeto mutuo, temas que no sean de coyuntura sino de fondo. Consideró importante asegurar su continuidad y comenzar desde el inicio con una periodicidad establecida, comprometiéndose a informar al Gobernador de este mecanismo.

En este aspecto, hay que resaltar que antes de finalizar la visita de dos días del Equipo de Trabajo en Mendoza, desde la Gobernación se *comunicó a la Fundación Libertador la voluntad del Gobernador de participar en este sistema de conferencias.*

#### Poder Ejecutivo Municipal

Hubo coincidencia entre los periodistas en destacar que *“no se cuenta con un espacio de difusión relevante en los medios, a la vez que no se destinan periodistas a cubrir los temas municipales”*. Se afirmó que esto no debería ser descuidado, ya que en numerosas ocasiones había negociados o actividades corruptas que no se detectaban, en parte por la escasa atención que se le brindaba a la información municipal. Se manifestó que no hay un control de la gestión municipal por parte de los medios, incluso en aquellas jurisdicciones que cuentan con normas de acceso a la información pública. Se agregó que el Intendente no suele brindar conferencias de prensa y cuando ello ocurre se trata de temas irrelevantes, lo que resulta en una escasa presencia periodística.

#### b) Poder Legislativo Provincial

Los periodistas refirieron que el Poder Legislativo era permeable y proclive a entregar información y a mantener un contacto personalizado con la prensa. No obstante, el acceso a la información era sumamente dificultoso cuando se trataba de temas sensibles y de actos de corrupción.

Las voceras de prensa del Poder Legislativo (de las Cámaras de Senadores y Diputados) no compartían esta opinión y enfatizaron la transparencia en el acceso a la información y la posibilidad de acercarse a los legisladores cuando era necesario. Agregaron que la información vertida en la página web de la Legislatura era muy completa, detallada y transparente. A excepción de la vocera de la Cámara de Senadores, no se consideró necesario realizar alguna modificación en el sistema actual de comunicación en la Legislatura Provincial.

#### c) Poder Judicial Provincial

Hubo consenso entre los entrevistados en señalar al Poder Judicial como el órgano históricamente más cerrado, hermético y de más difícil acceso. No obstante, se reconoció que existía una apertura con respecto a tiempos pasados. La mayoría de los entrevistados expresó su interés en convocar a la BPK a la presidenta de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia, Dra. Aída Kemmelmajer de Carlucci.

Por su parte, el vocero de prensa del Poder Judicial manifestó que el órgano se encuentra en un proceso de apertura hacia el periodismo y la sociedad civil, y dispuesto a trabajar en propuestas de mejora.

### **Consensos alcanzados en el taller realizado con periodistas de Mendoza**

1. Todos los directivos de medios de comunicación y periodistas presentes<sup>2</sup> en el diagnóstico de viabilidad de implementación de la metodología BPK para la provincia de Mendoza *acordaron intentar ponerla en funcionamiento*, tomando como punto de partida la experiencia anteriormente impulsada por la Fundación Konrad Adenauer y el Equipo de Trabajo en el Senado de la Nación, como alternativa para facilitar la comunicación entre periodistas y políticos, con el fin de favorecer el acceso a las fuentes de información y la reinversión de la agenda pública. Se encontró en Mendoza un grupo de periodistas y directores de medios que se consideraban a sí mismos actores sociales y que han sabido reconocer las ventajas de la metodología BPK para la provincia de Mendoza.
2. Hubo acuerdo en constituir un núcleo de periodistas o *grupo promotor* para el desarrollo institucional de la propuesta, que motorizara la iniciativa de instalación de las conferencias BPK, para lo cual se convocó al mayor número de colegas posible, con el fin de que se integraran a este espacio. Se remarcó que el criterio de integración fuera el más amplio posible, reconociendo como única restricción la ideología o prácticas antidemocráticas.
3. Los periodistas coincidieron en valorar la importancia de definir una agenda amplia para convocar referentes, comenzando por el mismo Gobernador, continuando con los representantes del Poder Judicial y Legislativo, hasta incluir referentes culturales y del mundo empresarial. Se acordó abordar en las BPK *temas de fondo*, no coyunturales, que hacen a los intereses de la Provincia (por ejemplo: la creación del nuevo Banco Provincial, el desarrollo del tren transandino, etc.).
4. Se alertó sobre la importancia de tener presente que, de resultar exitosa la iniciativa, se estaría generando un nuevo espacio de poder que debería gozar en todo momento del consenso de sus pares,

---

**2** Cabe señalar que el Director del diario *Uno* (Grupo Vila) fue el único entrevistado que estuvo ausente en el taller. Durante la reunión informativa en su oficina mostró una postura escéptica, casi negativa, acerca de las ventajas de la metodología BPK.

- velando para ello por un desarrollo transparente y democrático.
5. Por parte de los convocados surgió la inquietud, compartida por todos, de que esta iniciativa sólo podría instrumentarse con el *apoyo institucional de la Fundación Konrad Adenauer*, ya que una propuesta sin el "padrinazgo" de dicha institución carecería de fuerza ejecutiva frente a las autoridades y propietarios de medios de esa provincia.
  6. Para la instrumentación de la iniciativa, se aceptó *prima facie* la propuesta de firmar una *Carta de Intención* entre KAS y los periodistas que conformarían el "grupo promotor", en la cual se establecerían los objetivos y reglas a seguir, y en el que la KAS brindaría su apoyo institucional y *know how* para la fase inicial.

Hacia fines de 2006, la KAS evaluó dos alternativas de implementación de la BPK: una consistía en iniciar la metodología a nivel provincial (en este caso, en Mendoza) y la otra, en lanzar la BPK dirigida a los tres órganos de gobierno nacional. Por razones estratégicas y de logística, para la Fundación Adenauer era muy complejo asumir la organización del seguimiento de ambos proyectos simultáneamente. Se privilegió centralizar los esfuerzos en instalar y fortalecer la iniciativa BPK en Buenos Aires, con la formación del Grupo Promotor y el desarrollo de las primeras conferencias, y se pospuso la posibilidad de desarrollar alguna alternativa para esta provincia. Pero gracias a los contactos establecidos en la visita a Mendoza se logró que como primer invitado a las conferencias del ciclo 2008, concurriera el vicepresidente de la Nación, Ing. Julio C. Cobos (quien entonces había sido gobernador de Mendoza y cuyo vocero tenía muy presente la importancia del modelo BPK).

## **2) Provincia de Santa Fe**

Durante el desarrollo del ciclo de conferencias 2007 fue invitado a participar de una de las conferencias el recientemente electo gobernador de Santa Fe, Dr. Hermes Binner. En dicha conferencia también participaron algunos periodistas de medios locales santafesinos, gracias a la difusión del evento por ADEPA y FOPEA.

La experiencia positiva despertó el interés tanto en periodistas como en la nueva gobernación y una serie de inquietudes y búsqueda de información sobre este modelo durante 2008.

Por ello, en noviembre de 2008 se decidió organizar una reunión informativa con periodistas locales en la ciudad de Rosario, de diversos medios gráficos y de radio y televisión. Participó también un periodista del GP, con el fin de transmitir



su experiencia a lo largo de dos años de vigencia del proyecto y de evaluar el interés real por parte de los periodistas de intentar aplicar una versión local del sistema nacional de BPK. Como representante del GP se contó con la valiosa colaboración del periodista Reynaldo Sietecase, quien a su vez es rosarino.

En esta primera etapa de diagnóstico no se llevaron a cabo reuniones con representantes de los tres poderes de Santa Fe ni con representantes de medios de esa provincia. Pero si se logró una reunión en la Casa de Santa Fe (en la ciudad de Buenos Aires) con el secretario de Comunicación Social de la Provincia, el Lic. Rubén Galassi, quien reiteró la total predisposición e interés de la Gobernación en participar en conferencias de prensa bajo esta metodología como herramienta de un acceso igualitario a la información y garantía de una democratización de la información.

### **Panorama de la comunicación en la provincia de Santa Fe**

El escenario mediático es, en algunos aspectos, similar al encontrado en la provincia de Mendoza: existen dos medios gráficos importantes: el diario *Uno* responde a un multimedia (con el mismo nombre que el diario *Uno* de Mendoza, y aunque ambos pertenecen al Grupo Vila, son dos diarios diferentes) que, además, desarrolla otros emprendimientos empresariales y tiene una Fundación (Fundación La Capital) con una ideología política determinada. El otro es un diario tradicional que tiene líneas editoriales generalmente opuestas al primero. A esto se suman diarios más pequeños, con un tiraje menor, como también varios radios locales con área de influencia definida.

El enfrentamiento entre los dos diarios es marcado. También aquí se habla de "la guerra de los medios", con denuncias recíprocas, amenazas, acusaciones judiciales entre sus directivos y custodia policial. Esto hacía presuponer que la labor cotidiana de los periodistas se vería teñida por este enfrentamiento. También en esta provincia prevalecieron la *solidaridad, el conocimiento y la camaradería entre los periodistas* por sobre el enfrentamiento entre los dos medios opuestos. Se percibió que coexisten dos niveles de relación: a) la relación entre colegas periodistas y b) la relación entre los medios de comunicación, siendo ambos completamente diferentes y transitando carriles distintos. Los periodistas no ven la lucha entre los medios como un problema para instrumentar un sistema BPK, dado que se respetan mutuamente, independientemente del medio en el cual trabajan.

La característica propia de Santa Fe es que presenta una importante dispersión de medios, lo que dificulta una comunicación uniforme del nivel político con

los medios y periodistas locales. Asimismo, existen dos centros urbanos que nuclean medios e información y que parecerían ser difíciles de unir: la ciudad de Rosario (polo económico y comercial) y la ciudad de Santa Fe (capital de la provincia y sede del poder político), que conlleva a duplicar la actividad oficial de suministro de información y la presencia de los medios.

En lo que a la influencia de la publicidad oficial respecta, si bien tampoco existe un criterio objetivo y transparente de distribución, no se puede observar una influencia tan marcada como en Mendoza o a nivel nacional en los contenidos informativos.

Previamente a realizar la visita a Rosario se había consultado a dos funcionarios de nivel medio, quienes se mostraron algo escépticos sobre el interés que pudieran tener los periodistas en organizar conferencias de prensa, dado que el contacto de estos con los políticos es cotidiano.

Pero este escepticismo no se vio reflejado entre los periodistas concurrentes. Al contrario, fue total y unánime el interés de intentar replicar en Rosario el sistema de conferencias de prensa que se está llevando a cabo en Buenos Aires. Las razones esgrimidas para ello fueron:

a. Al igual que en la visita a Mendoza, los periodistas de Santa Fe coincidieron en recalcar que el contacto y la posibilidad de entrevistar al gobernador era fácil y la comunicación con él y otros funcionarios era fluida. Se remarcó, aquí también, que faltaba un ámbito para ahondar con mayor profundidad sobre temas específicos y políticas de mediano plazo.

Si bien el acceso a la información es fácil y se considera que desde el gobierno se “bombardea” a los periodistas con comunicados de prensa, gacetillas, etc., existe una necesidad de profundizar sobre ciertas temáticas y ordenar la forma en que se entrevista a los políticos y funcionarios.

b. La posibilidad de que sean los periodistas mismos quienes puedan solicitar a los políticos que concurren a dar conferencias fue considerada de gran valor institucional, significativa transparencia y pluralidad en la difusión de la información. Se podría promover así un cambio en la dinámica de las conferencias: enfocar no sólo en la figura del entrevistado, sino en el contenido de lo que este entrevistado pueda decir (lo importante sería, entonces, no conseguir la exclusiva con tal o cual funcionario, sino lo que éste puede aportar en contenido).

c. Asimismo, este sistema contribuiría a mejorar la calidad del periodismo (se hizo una autocrítica importante), dado que exigiría al periodista informarse en forma previa y profunda y, en especial, focalizar su actividad en preguntar mejor, con adaptación a las reglas.

d. Sería una posibilidad para sumar a más periodistas en la difusión de la misma información, y así llegar mejor al ciudadano. Se jerarquizaría la información.

e. Se consideró que se podría utilizar este sistema también para invitar a los miembros del Supremo Tribunal de Justicia de la Provincia, a sindicalistas y a algunos ministros provinciales que no se comunican con los medios. Por sobre todas las cosas, la falencia comunicacional estaba dada por el difícil, si no imposible, acceso a la información por parte de empresarios o industriales importantes, de quienes dependía el devenir económico del país o la región. Intentar invitar a algunos de estos representantes o actores de la vida económica de la provincia sería, desde, ya un gran logro.

Se llegó a conversar incluso acerca de la posibilidad de tantear en un futuro con el gobierno provincial la factibilidad de firmar una carta o acta acuerdo entre el grupo de periodistas y el gobernador Binner, para que no solamente asista él a las conferencias, sino todos los ministros de su gestión.

En conclusión: la iniciativa fue considerada como una oportunidad para responder en forma plural a los requerimientos de información de los periodistas de toda la provincia. Si bien no se definió todavía una contraparte local para trabajar en este sentido, se está analizando la alternativa de trabajar conjuntamente con la Universidad Nacional de Rosario o el sindicato de periodistas de Rosario y centralizar en la figura de una periodista unánimemente sugerida por sus colegas, la organización y la convocatoria de los demás periodistas interesados en conformar un grupo promotor en Rosario. Se vislumbró como posibilidad comenzar con un primer ejercicio de conferencia de prensa en marzo de 2009.

### **3) Provincia de Tierra del Fuego**

En el marco de una visita a la provincia de Tierra del Fuego por invitación de la nueva dirigencia del Movimiento Popular Fueguino a participar de un seminario de comunicación política abierto a toda la sociedad fueguina, en diciembre de 2008 se tuvo oportunidad de presentar, de manera tangencial, el modelo alemán y comentar la experiencia de su adaptación en Buenos Aires. El auditorio era diverso, con presencia de estudiantes, funcionarios y ciudadanos

de diferentes profesiones, y la presentación suscitó interés e inquietudes. Llamativa fue la reacción de algunos periodistas radiales, en cuyos programas se tuvo la posibilidad de participar, quienes recién al finalizar la entrevista (luego de haber elaborado la información suministrada) volvían sobre el tema, con un gran entusiasmo por saber más. En especial, llamó la atención la "inversión" de la convocatoria a la conferencia y el rol activo del periodista en la elección del invitado y formulación de las preguntas.<sup>3</sup>

*Cabe destacar que en las tres visitas a las provincias, se volvió a confirmar una actitud que ya se había observado en otras oportunidades: un agradecimiento generalizado por la posibilidad de compartir y difundir experiencias a nivel provincial, revalorizándose la importancia de una descentralización de las actividades y el acercamiento a las provincias.*

---

**3** Se escuchó exclamar entre los presentes: "Esto es fantástico, recién ahora me cayó la ficha de lo trascendental de lo vienen hablando"... Quién sabe, otra semilla que podría estar germinando.

# CAPÍTULO XI. CONCLUSIONES

Varios periodistas del Círculo de Periodistas parlamentarios y del Grupo Promotor que han forjado y participado de esta iniciativa entienden que la profesión debe recuperar un rol protagónico. Desde la individualidad de los periodistas, desde la diversidad, lejos de dobles intenciones políticas y al margen de las políticas editoriales de los medios para los que cada uno de los periodistas trabaja, la iniciativa pretende iniciar una nueva forma de relación entre los dirigentes políticos, legisladores, empresariales, sociales, el periodismo y la comunidad.

**La implementación y adaptación de este proceso de comunicación al sistema argentino surgió** como una manera de colaborar en forma proactiva frente al descontento planteado por el periodismo local, debido a las restricciones gubernamentales que limitan el flujo de la información y a la ausencia de una plataforma de horizontalidad en su difusión. A esta altura, se puede decir que el modelo ha sido reconocido y aceptado por una gran cantidad de políticos (incluso del Poder Ejecutivo) y representantes de los poderes públicos. La incógnita está dada por la posibilidad de mantener este modelo en el tiempo, ya sea a través de una cierta institucionalización o alguna otra forma que permita su desarrollo sostenido y su fortalecimiento, sin resignar el objetivo y las reglas que le dieron origen.

¿Aceptará la actual presidenta Cristina Kirchner la invitación para participar de una conferencia de prensa no gubernamental? ¿Se logrará mejorar la relación con el periodismo y que se contesten periódicamente preguntas fuera de la agenda oficial a una pluralidad de periodistas y medios, tal como lo hace la canciller alemana Angela Merkel y, en especial, sus voceros? No lo sabemos.

La experiencia indica que una pregunta no deja de existir simplemente por no ser respondida. Tampoco puede ser "neutralizada" por ser ignorada, en especial cuando la causa de la pregunta es genuina: querer saber.

La legitimidad de la clase dirigente también está dada por una relación democrática con la prensa y, por ende, con el ciudadano. Un enfrentamiento es dañino y corroe los cimientos institucionales de un país. Dos partes se enfrentan cuando no hay relación, cuando hay ausencia de intereses comunes y quita de colaboración entre ellas. Anhelamos que se logre encaminar la relación entre el Gobierno y el periodismo, en pos de la ciudadanía y del futuro del país.

Asimismo, el devenir del país no pertenece solamente a los argentinos: brindar información sobre nuestras políticas al resto del mundo es también participar de las obligaciones de vivir en un mundo globalizado. No olvidemos completar los viajes presidenciales para contactarnos abiertamente no sólo con la prensa extranjera, sino también con periodistas argentinos que puedan transmitir fidedignamente las experiencias y resultados de las visitas a países foráneos.

Salvando las diferencias, el modelo BPK surgió como respuesta a una situación concreta, tanto en Alemania como en nuestro país. Debemos intentar continuar trabajando en este sentido, adaptándonos al proceso histórico, intentando influir positivamente sobre el mismo, de manera perseverante y constructiva, en pos de dar una respuesta a la inquietud del ciudadano de informarse.

En una gran mayoría de los países, el suministro de información se realiza mediante pautas establecidas desde el gobierno de turno, a través de *briefings* o comunicados de prensa. La difusión de información oficial es meticulosamente estudiada y se otorga con cuentagotas o a periodistas funcionales al poder. Por otra parte, el poder político frecuentemente intenta desviar la atención del periodismo sobre los temas de corrupción, lo que obstaculiza las diversas formas de acceso a las fuentes de información.

Es por ello que la implementación de una metodología como la BPK contrasta con las prácticas descriptas, y su principal ventaja es su total independencia del poder, tanto en lo que se refiere a la elección de los invitados como al derecho ilimitado a preguntar, lo cual garantiza que este espacio no se convierta en un escenario cooptado por el Estado para difundir su propia información. Este valor es el que le imprime trascendencia y significado –esperamos que así lo entiendan todos los periodistas– y es lo que impulsa a que entre todos los que somos parte de la iniciativa BPK sigamos adelante en la construcción de este ámbito autónomo, apolítico, no partidario y con reglas propias, pero también

con garantías y respeto que se aplican en forma equitativa hacia todos los convocados, sin importar su ideología o color político.





# **LAS AUTORAS**

## **CORNELIA SCHMIDT-LIERMANN**

Abogada graduada en 1987 en la Universidad de Buenos Aires. Posteriormente cursó estudios de postgrado en Hamburgo, Alemania. Se especializa en Derecho Internacional Privado y Entertainment Law. Realizó un estudio comparativo sobre analogías entre la Unión Europea y el Mercosur para la Cámara Argentino-Brasileña de Comercio. Se desempeña como investigadora en temas de acceso a la información y comunicación política, proyectos apoyados por la Fundación Konrad Adenauer. Miembro consultor del CARI.

## **DOLORES LAVALLE COBO**

Abogada egresada de la Universidad Católica Argentina en 1990. Master en Derecho Internacional y Comparado en The George Washington University (EE. UU.). Obtuvo experiencia sobre fortalecimiento de la participación ciudadana para ONGs de Derecho Ambiental en dicho país. Se especializa en Derecho de Acceso a la Información y Comunicación Política, áreas en las que desarrolla proyectos de investigación. Autora de diversos artículos en esta temática publicados en repertorios jurídicos nacionales. Forma parte del Consejo Editor de la página web [www.accesolibre.org](http://www.accesolibre.org), con foco en el derecho de acceso a la información pública.