Pauta oficial: Clarín, Crónica, La Nación, Facebook y Google los nuevos Szpolski

Category: Pauta Oficial
escrito por Lázaro Llorens | 19/09/2016

Durante el primer semestre el gobierno de Macri repartió pauta oficial a discreción por 800 millones de pesos. Clarín, Crónica, La Nación, Facebook y Google los mayores beneficiados con incrementos de hasta un 530%. Los más perjudicados, todos los medios críticos al gobierno. Jorge Grecco, ex editor de Clarín, actual secretario de Comunicaciones el responsable de distribuirla. Por lo cuestionamientos recibidos sacó una resolución para regularla que fue respaldada por ADEPA que no evita la discreción.

Por Lázaro Llorens.

El reparto a discreción de la millonaria pauta oficial fue eje de cuestionamientos, controversias y denuncias durante doce años del kirchnerismo. Y ahora lo sigue siendo con el macrismo. El 24 de agosto pasado se conoció que en el primer

semestre del año, el gobierno del presidente Mauricio Macri repartió 801 millones de pesos en pauta oficial. Y que entre los principales beneficiados descuellan un grupo de medios encabezados por: Clarín-143 millones-, Crónica o Grupo Olmos -46 millones-, La Nación -42 millones- junto a las plataformas Facebook y Google que recibieron muchísima más plata respecto al semestre del 2015 en desmedro de los medios críticos.

Estos números los dio a conocer el diputado nacional Remo Carlotto, del Movimiento Evita, presidente de la Comisión de Libertad de expresión del Congreso, en base a información suministrada por la Jefatura de Gabinete de Ministros a cargo de Marcos Peña luego de un pedido informe.

El reparto de la pauta, donde el mayor beneficiado fue el grupo Clarín con 143 millones de pesos, estuvo a cargo del secretario de Comunicación Publica el periodista Jorge Grecco. Ex editor del diario Clarín y columnista en los diarios La Voz del Interior y Los Andes, propiedad de este grupo.

Marcos Peña y Jorge Grecco

Para sorpresas de mucho, a pesar de los cuestionamientos que existen sobre los gastos en pauta publicitaria durante el kirchnerismo, en el primer semestre del 2016 el ex Clarín, destinó casi el mismo monto de plata en publicidad que habían destinado los K para el mismo período. 801 millones de pesos, frente a 986 millones del 2015.

Por eso, el 24 de agosto, el mismo día que el diputado Carlotto hiciera público estos millonarios gastos en pauta oficial, que se acrecentaron a partir del mes de abril, cuando a Macri la situación económica y social con el tarifazo comenzaba a complicarse, para contrarrestar el informe de Carlotto, Grecco firmó la resolución 247-E/2016 por el cual el

gobierno dice que ahora regulará el reparto de la pauta, mientras muchos miembros del congreso exigían una ley.

Ver más: https://www.boletinoficial.gob.ar/pdf/linkQR/VXREMzlJcGp1UHhycmZ0RFhoUThyQT09

Claro que una rápida lectura de los 16 artículos que componen la resolución de Grecco, publicada en el boletín oficial, establece ambiguos criterios sobre como el Estado repartirá la pauta que este año superará los 1500 millones de pesos. Con lo cual, el ex editor de Clarín podrá seguir repartiendo esta plata con absoluta discreción como lo hacía el kirchnerismo.

Por esta razón, la ambigua resolución 247-E/2016 de Grecco, que entre otras cuestiones crea un "*Registro Nacional de Proveedores de Publicidad Oficial*" RENAPPO, inmediatamente salió ser respaldada por la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas -ADEPA- que nuclea a las principales empresas de medios de Argentina, encabezadas por Clarín y La Nación.

"*Abre la esperanza de que no se reitere el dispendio de recursos y la manifiesta arbitrariedad que caracterizó el manejo de la pauta oficial en etapas anteriores, y en especial durante las gestiones de los últimos 12 años*» destacó ADEPA, cuyo consejo directivo lo integran Martín Etchevers (Clarín), Federico Erhart (Cronista Comercial), José Claudio Escribano (La Nación) entre otros.

Un ejemplo de esta ambigüedad se destaca en el artículo 1 de la resolución, donde se define lo que es la "Pauta Oficial" para el Estado, y que es "*toda forma de comunicación, anuncio o campaña institucional, de carácter oneroso, gratuito o cedido por imperio legal, efectuada a través de cualquier medio de comunicación*". Pero inmediatamente luego, en el artículo 2 Grecco lo relativiza y dice: "*Las actividades señaladas en el artículo precedente lo son a modo indicativo y*

no en forma excluyente".

Otro caso es el del artículo 8 donde fija los "*criterios objetivos*" que el Estado tendrá al momento de repartir la pauta, y donde el primero será el "*Alcance del medio*". Este se verificará "*en función de su circulación o audiencia, para cuya determinación se tendrán en cuenta los indicadores de referencia en cada mercado y los registros que el proveedor certifique mediante declaración jurada*". O sea serán datos que el propio proveedor suministra al Estado bajo la forma de Declaración Jurada, quedando a criterio del funcionario comprobar su veracidad.

En este artículo, también está el "*Pertinencia del mensaje*", que se fijará, según Grecco "*en función de la especialización del medio o plataforma y en relación a la audiencia o público objetivo del mensaje*". Lo cual, en el caso de los diarios, revistas o magazines, será difícil de precisar cuál es la *"especialización del medio o plataforma"* y las *"audiencia o público objetivo*".

Po último, dentro del artículo 8, otro de los "*criterios objetivos*" para fijar la pauta será la "Zona Geográfica". Según la resolución de Grecco esta se determinará en función de una "*comprobable cobertura de una determinada zona o región geográfica en la cual se encuentre circunscripta la audiencia o público objetivo del mensaje*". Claro que en el caso de los diarios de tirada nacional como Clarín o la Nación, con sus plataformas web, será difícil evaluar cuales zonas objetivamente abarcan estos grandes medios y cuáles no.

Finalmente, todo lo anterior queda relativizado con el Articulo 9, donde se sostiene será *"la Secretaría de Comunicación Pública*" o sea Grecco quien establecerá, en cada pauta publicitaria, la prioridad que tendrán de los criterios fijados en el artículo 8. Con lo cual la discreción seguirá reinando.

Los nuevos Szpolski

Haciendo una comparación con los años anteriores, en el informe del diputado Carlotto, se observa claramente la discreción con la cual el secretario de Comunicaciones de Macri manejó el reparto de la pauta oficial. Se destaca que un grupo de grandes medios encabezados por Clarín, Crónica –Grupo Olmos-, La Nación y otros, con una línea editorial claramente a favor del gobierno, recibieron un incremento en el volumen de la pauta de hasta 530% respecto al primer semestre del 2015. Muy superior a la inflación que fue del 45%. A la par, otros medios que mantiene una línea opositora, como es el caso del diario Página 12, recibieron sustanciales rebajas.

Entre los beneficiados se destacan:

- **Grupo Clarín:**

  Con una línea editorial claramente a favor del gobierno. Propietario de Canal 13, TN, radio Mitre, diario Clarín, La Voz del Interior, Los Andes, etc. Este multimedios de Héctor Magnetto, quien decía ser discriminado por el kirchnerismo, contra quien entabló un "*periodismo de guerra*", en el primer semestre del 2015 recibió del gobierno de Cristina Kirchner pauta oficial por 42 millones de pesos. Este año, con Macri y su ex editor Grecco, recibió 147 millones. Es decir tuvo un incremento del 230%. En total, desde el 2009 a la fecha, Clarín que ha objetado la pauta recibida por el empresario Sergio Szpolski, ha recibido unos 363 millones de pesos en pauta, sin computar del segundo semestre del 2015 cuyos datos oficiales se desconocen.

- **Grupo Crónica:**

  Propietario de Canal y diario Crónica, revista Veintitrés y diario BAE. A cargo de los hermanos Raúl y Alejandro Olmos a quienes se lo sindica de ser

testaferros del gremialista de la UOM Antonio Caló. Este pequeño grupo, que hasta hace unos meses era ferviente defensor del kirchnerismo, en el primer semestre del 2015 había recibido pauta por 7,3 millones de pesos. Ahora, bajo el gobierno de Macri recibió 46 millones de la mano de Grecco. Es decir, tuvo un incremento del 534% que también se refleja en su contenido a favor de Macri. En total, del 2009 a la fecha, los hermanos Olmos recibieron 186 millones de pesos en pauta a la par que sus trabajadores denuncias constantes persecución y despidos.

- **La Nación:**

  Diario de la familia Julio y Fernán Saguier. Solo posee un medio: el diario La Nación también con una línea editorial claramente a favor de la gestión de Macri. Su principal accionista es la familia Saguier que desde los 90 carga numerosas causas judiciales en su contra. Este diario, en el primer semestre del 2015, había embolsado 6,8 millones de pesos en pauta oficial. Esta se elevó a 42,9 millones durante el primer semestre del gobierno de Macri. Es decir se incrementó un 528%. En total, del 2009 a la fecha, este influyente diario lleva cobrado unos 95 millones de pesos, de los cuales, 42 millones, casi el 50%, los cosechó este año con Macri.

Dentro de los grandes beneficiados por la pauta oficial macristas también están las plataformas de internes Google y Facebook, que hasta el año pasado no participaban del negocio. Google, según el informe del Carlotto, en el primer semestre del 2016 embolsó nada menos que 11,6 millones de pesos. Mientras que Facebook de Mark Zuckerberg 12,9 millones.

De esta manera, ambas plataformas se llevaron casi el total de la publicidad oficial destinada a la web. Formato al que el gobierno de Macri, a diferencia del de Cristina Kirchner, le

otorga especial interés por su penetración en las redes sociales. Por eso actualmente tiene, en la propia Casa Rosada, un ejército de 68 troll dedicado a vigilar el discurso oficial en las redes. Y por eso, para este año, según publicó la revista Noticias, Grecco tiene asignado un presupuesto de 163 millones de pesos para estas plataformas. De los cuales Google se llevará 63 millones y Facebook 35 millones y el resto se lo repartirán Twitter, Instagram, Linkedin y Spotify.

Fuente revista Noticias

Perdedores sin pauta

En contraposición con Clarín, La Nación, Crónica, Facebook y Google otro grupo de medios, con un discurso disonante con el macrismo, recibieron mucho menos pauta que en el 2015. El Grupo Octubre propietaria del diario Página 12, recibió este año 12 millones de pesos, menos que Facebook, cuando durante el primer trimestre del 2015 había recibido 28,7 millones. Esto es un 58% menos, que sumado a la inflación interanual -46%- arroja casi un merma del 100% de sus ingresos.

Lo propio pasa con el grupo Indalo del empresario K Cristóbal López dueño del canal C5N, Radio 10 y las FM Mega, Vale, Pop y TKM entre otros. Este grupo, que absorbió medios de Sergio Szpolski, como Vorterik o CN23, recibió 67 millones de pesos durante el primer semestre de este año, cuando el año pasado había facturado 55 millones. Es decir, a pesar de tener más medios sólo recibió un aumento en su pauta del 21% que no recupera la inflación.

Telecentro, del peronista Alberto Pierri, también recibió este año un -33% de pauta oficial. Al igual que el ex banquero Raúl Moneta y su revista El Federal -55% menos y los cordobeses Electroingeniería, operadores del Radio Del Plata y 360 TV, que cobraron un -8%, por lo que hoy sus medios están tambaleando.

De esta manera, está claro que durante el macrismo, el reparto de la polémica pauta oficial, ahora a cargo de Grecco, como lo hacía el kirchnerismo, se sigue y seguirá distribuyendo a discreción. Y ésta continuará siendo, en un contexto de crisis, el método por excelencia del gobierno para disciplinar medios y periodistas. Herramienta más sutil que las censura. Por eso a la hora de analizar porque los medios dicen lo que dicen del gobierno, es mejor antes ver cuanta pauta oficial reciben.