



# **TRABAJO DE INVESTIGACIÓN FINAL**

**Universidad de Palermo**

**Facultad de Ciencias Sociales**

Autor: Matías López de Briñas

Legajo: 41889

Carrera: Licenciatura en Periodismo

Año: 2022

# **Aerolíneas Argentinas, "todo negativo"**

Análisis del diario Clarín con respecto a la cobertura dada a  
Aerolíneas Argentinas

Buenos Aires, marzo de 2022

## RESUMEN

En este trabajo se analiza la cobertura del diario Clarín con respecto a Aerolíneas Argentinas, la gestión estatal y la relación que existe más allá de lo estrictamente periodístico. Se presenta un marco teórico con bibliografía de distintos autores y uso de entrevistas. La hipótesis señala un tratamiento negativo por parte del periódico en base a causas económicas y políticas. Los resultados indican la afirmación de la misma dado el testimonio de los entrevistados y el análisis con fuentes teóricas con el que se confrontó a lo publicado en los artículos.

**Palabras claves:** medios, aviación, kirchnerismo, Clarín, Magnetto, Argentina

## INTRODUCCIÓN

Aerolíneas Argentinas es la línea aérea de bandera nacional que fue estatizada el 17 de diciembre de 2008 bajo la presidencia de Cristina Kirchner. El diario Clarín, el mayor medio gráfico del país, diez meses después, se encontraba en una disputa de intereses con el Poder ejecutivo a raíz de la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, promulgada el 10 de octubre de 2009 desde la Casa Rosada.

El foco de conflicto entre el conglomerado mediático y la Presidencia, era el artículo 161 referido al proceso de desinversión por parte de Clarín, que lo establecía en un plazo de un año, a partir de sancionada la Ley. De aquí en más, la discusión entre ambos se acentúa y utilizan distintas herramientas para por un lado, desarticular el monopolio de Clarín, y por el otro, defenderse del avance jurídico.

Si bien el Estado argentino poseía otras empresas estatizadas, la aerolínea de bandera contaba con características particulares ya que la empresa venía sufriendo huelgas sindicales, demoras en sus vuelos y diversos problemas operativos, tal como registraban las crónicas periodísticas de esos años.

Además de una situación financiera comprometida, donde ya tiempo antes, diversas instituciones como la Auditoría General de la Nación difundió en el Congreso un informe sobre Aerolíneas Argentinas y Austral en el que establecía que el patrimonio negativo alcanzaba los 2.515 millones de pesos.

El objetivo de estudio es el resultante de esas tres partes: Clarín, el gobierno nacional y la compañía aérea.

El objetivo en particular es presentar distintos aspectos que hacen a la relación entre un conglomerado de medios y su vinculación con el poder político, sumadas las herramientas que utilizan para esa vía. Los hechos y acontecimientos que ocurren en el mientras tanto y moldean el presente de ambos actores para bien o mal, con consecuencias incluidas.

Se organizarán de manera lógica, sistemática y jerárquica una serie de conceptos históricos relacionados con historia argentina, teorías de comunicación y aviación comercial. En la presente investigación se plantearán los comienzos del conflicto, hasta lograr dilucidar la interrelación de causas que lo provocaron.

Este trabajo, el cual consta de tres capítulos, comenzará con un apartado introductorio sobre el diario Clarín, su historia y actualidad. Continuará con otros relacionados a su vínculo con el poder político, hechos históricos como el paro de actividades de los sectores agropecuarios en 2008, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la discusión sobre Papel Prensa.

El capítulo dos poseerá otro apartado con una introducción sobre Aerolíneas Argentinas, la historia de su privatización y posterior reestatización. Se encontrará un análisis de la cobertura del diario con respecto a la aerolínea y crónicas periodísticas analizadas bajo los conceptos de distintas fuentes.

Se citará a la periodista Graciela Mochkofsky, autora del libro "Pecado Original: Clarín, Kirchner y la lucha por el poder" para comprender la relación entre medios de comunicación y poder político. El escritor Raúl Vallarino, autor de "El caso Aerolíneas Argentinas" tendrá su participación dada su publicación desde donde

trata la historia de la empresa y los pormenores de su privatización.

En tanto, el periodista Víctor Hugo Morales, en su libro "Papel Prensa: grupo de tareas" ayudará a entender la historia de esa compañía y su relación con Clarín. Héctor Magnetto, CEO del Grupo Clarín también será citado dado su libro "Así lo viví", donde relatará sus experiencias y puntos de vista.

Por último, los analistas en aviación Franco Rinaldi y Gastón Sena, el primero, escritor del libro "Aerolíneas Argentinas: 2000 días de pérdidas", y el segundo, periodista especializado en el área, serán citados para comprender el aspecto financiero de la línea aérea y su operatividad.

El tercer capítulo, en el cual, el marco teórico fundamental de esta sección son teorías de la comunicación, conceptos históricos de las ciencias sociales, citas y entrevistas. Un ejemplo de ello es la teoría de la aguja hipodérmica donde se buscará interpretar el papel de los medios de comunicación en relación al mensaje que dan y el poder que representan.

Ese apartado será interpretado con la obra del sociólogo Harold Lasswell. Otros autores citados serán Paul Lazarsfeld, Robert Merton y Teun Van Dijk.

En cuanto a citas de artículos, se verán fragmentos de periodistas como Pablo Sirvén, Julio Blanck, Alejandro Alfie, Carlos Pagni y la investigadora mexicana Silvia Gutiérrez Vidrio, autora del artículo "Discurso periodístico: una propuesta analítica". Por otro lado, al momento del desarrollo de los estudios teóricos de la comunicación, el uso de la propaganda y sus once principios, será citado el investigador español por la Universidad de Valencia, Joaquín Mateu-Mollá.

Otro concepto a tratar, será el de 'agenda setting' que tendrá el análisis del Doctor en Ciencias Sociales e investigador del CONICET, Esteban Zunino.

Serán consultados para analizar la cobertura del diario en la temática Aerolíneas Argentinas, el periodista Santiago Torre Walsh, especialista del sitio de viajes y turismo 'Sirchandler'; Gastón Sena, editor de Aviacionline, portal de noticias especializado en aviación; y el cronista Norberto Dupesso, periodista del Grupo Clarín, acreditado en el Aeropuerto de Ezeiza para Canal 13 y la señal TN. Finalmente, cerrará el trabajo la conclusión con el resultado que validará o no, la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

El período de la investigación va desde el 17 de julio de 2008, fecha del anuncio de estatización de Aerolíneas Argentinas, a diciembre de 2015 que es cuando finaliza el segundo mandato presidencial de Cristina Kirchner. El criterio de selección del diario Clarín se debe, a que es el más vendido en el país, según cifras del Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), sumado al enfrentamiento que encarna con el poder ejecutivo en frentes diversos como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual o su legitimidad en Papel Prensa.

La recopilación de todo el material periodístico, principalmente gráfico, es para entender el alcance de la cobertura de Clarín sobre la temática Aerolíneas. Se otorgará al lector una visión panorámica de la temática en cuestión al explorar la mayor cantidad de variables posibles.

En la presente investigación se utilizarán como recurso entrevistas, crónicas y obras bibliográficas de distintos autores, para conocer un fenómeno que años atrás no se ponía en debate: el rol de los medios.

En resumen, este trabajo es un punto de partida para tomar conciencia en cómo un medio de comunicación cubre la cobertura de una o varias noticias en particular en base a intereses que trascienden lo meramente periodístico.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO 1: “Relación Clarín - Gobierno”</b>	<i>Página</i>
1. A. Clarín en la actualidad.....	<b>8</b>
1. B. Clarín y los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández.....	<b>9</b>
1. C. El conflicto con el campo.....	<b>12</b>
1. D. La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.....	<b>17</b>
1. E. Papel Prensa.....	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO 2: “Análisis del caso”</b>	
2. A. Aerolíneas Argentinas hoy .....	<b>23</b>
2. B. Privatización de Aerolíneas .....	<b>26</b>
2. C. Reestatización de la compañía .....	<b>30</b>
2. D. Cobertura de Clarín en la temática Aerolíneas.....	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO 3: “Enfoque teórico de la problemática”</b>	
3. Análisis teórico de la cobertura periodística impartida por Clarín.....	<b>42</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>58</b>
<b>Bibliografía .....</b>	<b>60</b>
<b>Webgrafía.....</b>	<b>61</b>

## **CAPÍTULO 1: “Relación Clarín – Gobierno”**

### **1. A. Clarín en la actualidad**

Clarín es un medio de comunicación argentino que se publica diariamente en la Ciudad de Buenos Aires, fue fundado el 28 de agosto de 1945 por Roberto Noble en un contexto político e histórico del país donde gobernaba el entonces presidente Juan Domingo Perón.

Su formato tabloide lo convirtió en un diario de fácil lectura, que entre otros factores, lo llevó a ser uno de los más vendidos de Argentina.

Su tirada promediaba en 2012, los 270.444 ejemplares por día según el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), en un artículo publicado en agosto de 2013 por la agencia de noticias Télam; y es considerado, según se desprende de su propia página web institucional, como "uno de los medios de información de mayor difusión de toda América Latina".

Tuvo como directora a Ernestina Herrera de Noble, viuda del fundador, quien dirigió el diario y el grupo homónimo al que pertenece el matutino durante más de 40 años; mientras que Héctor Magnetto, actúa al día de hoy como director ejecutivo y CEO de la empresa.

Por otro lado, el Grupo Clarín es dueño de canales de televisión, como Canal 13 (Buenos Aires), Canal 12 (Córdoba), Canal 7 (Bahía Blanca), Canal 9 (Mendoza), Todo Noticias, Volver, Canal Rural, Magazine, Quiero música en mi idioma y TyC Sports junto a radio Mitre y la FM La 100, entre otras señales que forman parte de su portfolio.

A la vez, edita el diario deportivo Olé, La Voz del Interior (Córdoba), Los Andes (Mendoza), entre otras publicaciones. Las versiones digitales de todos esos medios también forman parte del grupo empresarial.

Clarín, en su web institucional afirma que “fue protagonista de los cambios que vivieron los medios alrededor del mundo. Sumó nuevas y variadas actividades de impresión y decidió acompañar la evolución tecnológica, invirtiendo para llegar a sus públicos a través de nuevas plataformas y canales, a través de nuevos lenguajes, audiovisuales y digitales”.

Dentro de las plataformas tecnológicas en las que el diario se circunscribe, su sitio web es el más visitado de Latinoamérica, el segundo de Hispanoamérica, después de El País de España, mientras que su página oficial en Facebook, supera el millón

y medio de seguidores, según datos validados por la empresa tecnológica ComScore en 2016.

Por otro lado, las ventas del holding posibilitaron que el Grupo Clarín tuviera ganancias durante los últimos años. Estos datos se desprenden del informe entregado el 21 de agosto de 2012 por el multimedio a la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Clarín siempre se propuso aportar desde sus páginas un “toque de atención para la solución argentina de los problemas argentinos”, al igual que se valió del lema “el gran diario argentino”.

## **1. B. Clarín y los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández**

A partir de 2003 comenzó en la Argentina un nuevo proceso político liderado por el entonces gobernador de Santa Cruz, Néstor Kirchner, quien el 25 de mayo de ese año asumió la presidencia del país. La relación entre el kirchnerismo y el diario no tuvo contratiempos en sus inicios.

Alberto Fernández, jefe de Gabinete que ocupó su cargo en los inicios del mandato de Kirchner, afirmaba en junio de 2008 que el Grupo Clarín “es un sistema absolutamente ensamblado de la noticia, donde se desplegaba a la mañana con un artículo en el diario, que lo tomaba Magdalena Ruiz Guiñazú en Radio Mitre, pasaba 24 horas seguidas en Canal 13 y TN y, al final del día, lo analizaba Joaquín Morales Solá en su programa. Te terminaba de aniquilar”.

Según la autora y periodista Graciela Mochkofsky en su libro "Pecado original: Clarín, los Kirchner y la lucha del poder", desde las presidencias de Raúl Alfonsín, Carlos Saúl Menem, Fernando De la Rúa y Eduardo Duhalde siempre se buscó un “sistema de buen trato” con la cúpula del diario más vendido del país. La realidad fue diferente, ya que “nunca tuvo los resultados esperados por quienes habitaban la Casa Rosada, ya que al final de sus mandatos o en el transcurso del mismo, de acuerdo a cada caso, las críticas desde Clarín eran cada vez más numerosas”.

Su método consistió en que “Clarín funciona como un grupo de presión que utiliza los medios para hacer esa presión y que en muchos casos, sobre todo en información política y lo que tiene que ver con el gobierno, esas coberturas están ligadas a lo que ocurre tras bambalinas, que son conversaciones entre los ejecutivos del Grupo y los gobiernos”, (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 52).

"Durante los 4 años y medio en los que gobernó Néstor Kirchner la relación con Héctor Magnetto fue fluida y cercana, en la que compartieron reuniones privadas en casa de gobierno y la quinta presidencial de Olivos. Se habían conocido en la campaña electoral de 2003, cuando el santacruceño recién comenzaba a recorrer el país", (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 54).

"En esos años, Clarín se situaba enfrentado políticamente con el ex presidente Carlos Menem, con quien la relación se encontraba deteriorada ya que el otrora mandatario riojano había intentado desguazar al grupo Clarín a lo largo de su segundo mandato presidencial (1995-1999). Bajo este panorama, la cúpula del diario veía con simpatía la candidatura kirchnerista", (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 55). La entonces senadora por Santa Cruz, Cristina Fernández, le decía a su marido y a Alberto Fernández (quien asumiría tiempo después en el gabinete), "ustedes son unos tarados que creen en Clarín" (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 47).

El 27 de abril de 2003 se celebraron elecciones presidenciales anticipadas en la Argentina, en las que Menem se impuso a Kirchner por poco más de dos puntos de diferencia. Al no llegar ninguno de los dos al 45% de los votos, la segunda vuelta era necesaria según el proceso electoral argentino.

Poco tiempo después, el candidato riojano desistió de participar, anticipándose a una fuerte derrota según los datos de las encuestadoras. De esta manera, Néstor Kirchner se consagró automáticamente nuevo presidente electo del país.

Desde Clarín, la principal medida oficialista que apoyaron, fue la renegociación de la deuda externa que el entonces ministro de Economía, Roberto Lavagna ejecutó para los acreedores internacionales.

Con este dato, hay que retrotraerse a principios de 2003 cuando el grupo renegoció su deuda en dólares, afectada fuertemente por la cesación de pagos del país dos años antes.

"La sintonía política entre el gobierno y Clarín no sólo se vislumbraba en titulares de carácter positivo hacia la gestión presidencial, sino también en el apoyo a medidas como la renovación de la Corte Suprema de Justicia y el proceso de reindustrialización que comenzaba a darse en Argentina", (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 59).

Mochkofsky relata que "Kirchner, en tanto, otorgaba primicias para el diario de mayor tirada del país. Una relación de beneficio mutuo, que alcanzó su epicentro en diciembre de 2007 con la aprobación por parte de la Comisión Nacional de Defensa

de la Competencia, de la fusión entre los cableoperadores Cablevisión y Multicanal. Una unión entre empresas, que haría de ellas, el mayor grupo de cable argentino".

"Desde Clarín, afirman que Kirchner llamaba al diario para mostrar su enojo por determinada nota o titular, y que era mucho más insistente, más inmediato, en comparación a otros presidentes. Néstor interpretaba cada artículo, título y foto, cada palabra de radio como un ataque o apoyo a su gestión por parte del dueño del medio, con el objetivo de obtener ventajas económicas o políticas" (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 63).

Las tapas de Clarín, especialmente la de los días domingo (día de mayor venta), estaban destinadas a resaltar los aumentos de jubilaciones, sueldos, baja de la desocupación, desendeudamiento, renovación de la Corte Suprema, entre otras medidas que impulsaban desde la Casa Rosada.

Magnetto, le reveló a su círculo de confianza que "Kirchner reducía todo a una lógica transaccional y que le había dicho acompañenme, ustedes van a ser los más ricos de la Argentina" (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 67).

El principal cortocircuito entre ellos, ocurrió en marzo de 2007 cuando la Secretaría de Medio Ambiente, a cargo de Romina Picolotti, denunció que Papel Prensa (empresa dedicada a la producción de papel de diarios, de la cual Clarín es accionista) contamina el río Baradero. Para ello, se establecieron 180 días como máximo para que cese el derrame de efluentes contaminantes.

Ante esta situación, Clarín recurrió a la Justicia para evitar el cumplimiento de la resolución, ya que de lo contrario debería haber pagado 10 millones de dólares bajo el concepto de daño ambiental. En tanto, desde las páginas del diario se publicaron investigaciones en las que los lectores pudieron conocer cómo Picolotti realizaba contrataciones injustificadas de parientes, ejecutaba sobresueldos y gastos desmedidos, entre otras falencias desde su puesto como funcionaria pública. Picolotti terminó renunciando.

## 1. C. El conflicto con el campo

En 2008, cuando Cristina Kirchner ejercía su primer mandato como presidenta, el conflicto con los sectores agropecuarios marcó un antes y un después en la relación con el multimedio más importante de Argentina.

El paro agropecuario, con cortes de ruta incluidos, reunió a todas las organizaciones que formaban parte del sector empresario agroganadero. Protestaban a raíz de la decisión del gobierno nacional de incrementar las retenciones a las exportaciones de soja y girasol e implementar así un sistema móvil para las mismas.

La medida de las patronales del campo duró 129 días, comenzando el 11 de marzo de 2008 y terminando el 18 de julio de ese mismo año.

Según la autora Graciela Mochkofsky, “la relación sufre un quiebre importante cuando comienza el conflicto por el campo: Kirchner llama a Magnetto y le dice que él ahí traza la línea y que espera que el Grupo esté del lado del gobierno. Magnetto le dice que no y entonces ahí dejan de hablarse, hay una ruptura. La cobertura de Clarín claramente no fue favorable al gobierno, sino muy crítica. Luego, pese a esa ruptura, continuaba existiendo un diálogo entre miembros del gobierno y el Grupo, aunque ellos dos ya no hablaran”.

Cuando el entonces ministro de economía Martín Lousteau anunció en casa de gobierno la resolución 125/2008 se dio inicio al enfrentamiento que paralizó las rutas del país por cuatro meses. El proyecto establecía un nuevo sistema de retenciones móviles a la exportación, determinando su aumento o disminución a la evolución de los precios internacionales que rigen al sector agropecuario.

Por otro lado, se anunciaron mejoras y beneficios a otros sectores, como el de la industria lechera y subsidios para los productores de carne bovina.

Ante esta situación, la Mesa de Enlace, que agrupaba a las cuatro principales asociaciones nacionales de empresarios agropecuarios (Sociedad Rural Argentina, Federación Agraria Argentina, Confederaciones Rurales Argentinas y Coninagro), dio por iniciada la protesta nacional por tiempo indeterminado.

El 25 de marzo los productores cortaron las rutas y dejaron de comercializar granos con el fin de mostrar el descontento del sector.

Las provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires fueron el epicentro de la movilización, provocando que los servicios de transporte de larga distancia se suspendieran, generando un sinnúmero de problemas para los pasajeros que se desplazaban desde la Capital Federal a diversas regiones del país como Córdoba,

Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza, Tucumán, Corrientes, Misiones y Chaco. La primera aparición de Cristina Kirchner luego de iniciado el conflicto, ocurrió por la tarde del 25 de marzo de ese año en un acto en Casa Rosada, donde ante la presencia de gobernadores, intendentes y funcionarios, afirmó; “estos piquetes son casi un paso de comedia. Los lleva adelante el sector que mayor rentabilidad consiguió en los últimos cuatro o cinco años. Es una conducta rara, cuando hay pérdidas debemos socializarlas y cuando las vacas vienen gordas, las ganancias para ellos y las penitas para los demás”. Ante los aplausos de los allí presentes, agregó que “en 2001 los argentinos cortaban las calles porque les faltaba trabajo. Hoy el piquete lo realiza el sector que mayor rentabilidad obtuvo. Pero no están decididos ni a cambiar, ni a entender ni a comprender. El campo critica el modelo que le dio competitividad y rentabilidad. Los ruralistas no amenazan con desabastecimiento al Gobierno sino a toda la sociedad. Además, las retenciones no son medidas fiscales, son medidas de distribución del ingreso”.

Desde la Mesa de Enlace, en tanto, se decía que la protesta continuaría “ante la falta de respuestas positivas desde el gobierno nacional”. El discurso de la mandataria fue respondido a las pocas horas con un cacerolazo masivo en las principales avenidas de la ciudad de Buenos Aires, con foco en las arterias de Santa Fe, Callao, Cabildo, Federico Lacroze, Libertador, Alberdi, Rivadavia y Corrientes, al igual que en varios distritos del Gran Buenos Aires, como Vicente López, en las inmediaciones de la Quinta de Olivos, y en otras ciudades de las zonas oeste y sur. Las palabras que Cristina Kirchner anunció horas antes, donde dijo que “si no hubiese retenciones, los argentinos verían el pollo, la carne y la leche por televisión” generó malestar en la población, con una movilización que superó el millón y medio de personas en las calles según datos ofrecidos por la Policía Federal Argentina.

La crisis con el campo, de la que también Clarín era partícipe debido a sus negocios en el agro, generó malestar en varios gobernadores. El periodista Jorge Asís, en su propio portal de noticias, escribía en 2008, que “muchos debían hacer un equilibrio político entre los reclamos de sus ciudadanos y los designios de la Casa Rosada”.

Dos casos testigos en ese año, fueron los mandatarios de Córdoba y Entre Ríos, donde Juan Schiaretti y Jorge Busti, respectivamente, “se alejaron progresivamente del poder oficial con el fin de evitar un desgaste electoral en

sus distritos de fuerte actividad agropecuaria", según describe Asís. Al corte de rutas, se sumó un desabastecimiento de alimentos en varias ciudades del país, que tuvo como consecuencia el aumento de precios en determinados productos.

Según diversas organizaciones de consumidores, como la Cadena Láctea Argentina (OCLA), se perdieron más de seis millones de litros de leche, dos millones de kilos en verduras y frutas, además de que debieron sacrificarse un millón y medio de pollos.

El entonces gobernador bonaerense Daniel Scioli, al conocer esos datos afirmó que "el gobierno dialogó, corrigió para compensar a pequeños y medianos productores, pero hay dirigentes que siguen alentando medidas de fuerza que causan gran perjuicio al conjunto de los argentinos, con la comida no se jode".

En tanto, Eduardo Buzzi, quien oficiaba de miembro de la Mesa de Enlace, afirmaba que ellos habían "demostrado que se puede desabastecer". Ante este panorama, la Unión de Docentes de la Provincia de Buenos Aires denunció que el paro agropecuario había desabastecido al 70% de los comedores escolares.

Según las crónicas periodísticas de esos días, la sociedad se había polarizado entre los simpatizantes del gobierno y los que apoyaban a los sectores agropecuarios. Esta situación se veía incluso en las marchas de apoyo: los oficialistas tuvieron sus actos en la Plaza de Mayo y en la plaza del Congreso, mientras que el movimiento agropecuario tuvo su convocatoria sobre la avenida Sarmiento a metros del monumento de los españoles.

En el acto realizado el 1 de abril de 2008, Cristina Fernández acusó de "golpistas" a las patronales del campo, desde donde afirmó ante casi 100.000 personas que "esta vez no han venido acompañados de tanques, esta vez han sido acompañados por algunos 'generales' multimediáticos que además de apoyar el lock out al pueblo, han hecho lock out a la información, cambiando, tergiversando, mostrando una sola cara".

Ese mismo mes, la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires emitió un comunicado donde cuestionó el paro agropecuario y la cobertura de los medios de comunicación en relación al conflicto patronal, en especial la realizada por Clarín. Allí se podía leer que "han existido expresiones de periodistas no corregidas, y enmendadas por colegas o sus superiores, que llenan de vergüenza e

indignación por sus contenidos clasistas y racistas, y por la supina ignorancia que revelan. El público de los medios ha recibido muestras inadmisibles de trato discriminatorio de los actores sociales según su capacidad económica o su pertenencia de clase, ante formas similares de reclamo de derechos. Hubo una notoria ausencia de contrastes en las posiciones dadas a conocer en los medios sobre las medidas de las cuatro entidades que las convocan y todas estas cuestiones ponen de manifiesto la necesidad de la sanción de una ley democrática de radiodifusión que garantice los derechos del público a acceder a la información plural”.

"La relación entre el gobierno de Cristina Kirchner con los medios siempre fue tensa, en especial con Clarín, pero el conflicto con el campo agravó la situación, donde toda la relación giró en los términos amigo - enemigo” (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 69).

En mayo de 2009, la mandataria afirmó que “los argentinos tenemos que reflexionar sobre quiénes son los titulares de la libertad de prensa: si son las grandes empresas de comunicación, o es el ciudadano y la ciudadana de a pie, como a mí me gusta decir”.

A la crítica en cuanto a la gestión del gobierno con el sector agropecuario, se sumaron crónicas negativas desde el diario con respecto a la inflación, pobreza y los índices oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), como así también por la fluida relación política de Cristina Fernández con el entonces mandatario venezolano Hugo Chávez, al que acusan de “populista y autoritario”. El conflicto con el campo le provocó una baja considerable en su imagen positiva, como así también a la de su gobierno, según datos de la encuestadora Giacobbe y Asociados. La crisis ya comenzaba a tener consecuencias tanto en imagen como en gestión.

Según esa encuesta, publicada en Clarín, pasó de un 56% de valoración positiva en marzo de 2008 a poco más del 25% en diciembre de ese mismo año.

"Iniciado el conflicto agropecuario, las tapas del diario Clarín eran de carácter negativo, que se alternaban con la programación del canal Todo Noticias que las 24 horas del día transmitía una agenda afín a los intereses de las patronales del campo. Millones de televidentes veían en vivo y en directo los cortes de ruta, y las movilizaciones multitudinarias en los pueblos; mientras que en el diario se podían leer los análisis del conflicto", describe la autora Graciela Mochkofsky.

Según la escritora, Néstor Kirchner llamó de urgencia al titular del Grupo Clarín,

Héctor Magnetto, a una reunión en la quinta de Olivos. Allí, el ex presidente le dijo: “Héctor yo necesito tenerlos en esta pelea a ustedes al lado mío. Yo les voy hacer polvo a los del campo y a vos te necesito al lado mío. Si no estás a mi lado, aquí trazó la línea”. Magnetto, en tanto, le responde: “Yo tengo una visión diferente. Este conflicto es absolutamente innecesario. Es una pelea por 2.000 millones de dólares. No amerita un conflicto de esta envergadura. Se arregla con una negociación en 72 horas. Néstor, no estás peleando contra cuatro personas, sino contra una base social mucho más amplia, geográfica y etnográfica. Es una base social enorme. Y esta es una pelea innecesaria” (Mochkofsky, Graciela, 2011, p. 71).

Luego de esta charla, la relación entre ellos dos se vio paralizada. Ni Kirchner ni Magnetto pudieron llegar a un acuerdo, por lo cual, el gobierno y el principal conglomerado de medios del país entraban en conflicto.

En el acto que el ex mandatario santacruceño protagonizó el 15 de julio de 2008 afirmó que “hablan de democracia, y cortan las rutas; hablan de democracia, y desabastecen a los argentinos; hablan de democracia, y nos queman los campos; hablan de democracia, y -escuchen bien, por favor, esto-, como en las peores etapas del '55 y el '76, salen como comandos civiles o grupos de tarea a agredir a aquellos que no piensan como ellos en forma vergonzosa”.

El 16 de julio de 2008, el proyecto de ley entró al recinto para ser tratado por la cámara de senadores, presidida por el entonces vicepresidente mendocino Julio Cleto Cobos. Como la votación estaba empatada en 36 votos, entre los que apoyaban o no la medida de aumento de retenciones impulsada por el gobierno de Cristina Kirchner, Cobos definía la instancia parlamentaria.

A la madrugada del día siguiente, cuando tuvo que desempatar afirmó: “yo sé que me cabe una responsabilidad histórica en esto. Hay quienes desde lo político dicen que tengo que acompañar por la institucionalidad, por el riesgo que esto implica, mi corazón dice otra cosa y no creo que esto sea el motivo para poner en riesgo el país, la gobernabilidad, la paz social. Quiero seguir siendo el vicepresidente de todos los argentinos, el compañero de fórmula hasta el 2011 con la actual presidenta de los argentinos. Vuelvo a decir que es uno de los momentos más difíciles de mi vida. No persigo ningún interés. Estoy expresando o tratando de expresar lo que mi convicción, mis sentimientos, empujan la decisión muy difícil seguramente. Yo creo que la presidenta de los argentinos lo va a entender, me va a entender, porque no creo que sirva una ley que no sea la solución a este conflicto. La historia me juzgará, no sé cómo. Pero espero que esto se entienda. No puedo acompañar y esto no

significa que estoy traicionando a nadie. Estoy actuando conforme a mis convicciones. Que la historia me juzgue, pido perdón si me equivoco. Mi voto, mi voto no es positivo, mi voto es en contra”.

La votación a favor de los sectores del campo, generó la primera derrota política del kirchnerismo desde que llegó al poder en 2003.

El ex gobernador de Mendoza pasó a ser el político con mejor imagen del país, según la encuestadora Analogías, y algunos analistas políticos lo veían como presidenciable para las elecciones de 2011. En poco más de tres meses, realizó entrevistas exclusivas a Clarín y otros medios gráficos.

### **1. D. La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**

Luego de la derrota política en manos de los sectores agropecuarios en julio de 2008, y el posterior fracaso electoral de junio de 2009, el kirchnerismo comenzó a trabajar en una nueva agenda política. Cristina Fernández de Kirchner, mandó al congreso el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522), que buscaba reemplazar a la vieja ley de radiodifusión (Ley 22.285) que fue aprobada en 1980 bajo la dictadura militar.

Conocida como Ley de Medios, fue establecida como una ley que establece distintas normas para regir el normal funcionamiento y distribución de las diversas licencias de medios radiales y televisivos en todo el territorio argentino. Está dirigida al sistema audiovisual nacional, y por lo tanto no están afectadas las páginas de internet (portales web de diarios, etc.).

Fue aprobada en la cámara de diputados por 146 votos a favor, 3 negativos y 3 abstenciones, mientras que en el senado, obtuvo 44 votos positivos, 24 negativos y ninguna abstención. De esta manera, la ley que tuvo amplia mayoría legislativa, fue promulgada el 10 de octubre de 2009.

La ley 26.522 tiene diversas características, entre las que pondera que “toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos”.

En cuanto a la radiodifusión en sí, aclara que “es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura, y no un simple negocio comercial. La radiodifusión es un servicio de carácter esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, por el que se ejerce el derecho a la información. Se garantizará la

independencia de los medios de comunicación”. En base a la libertad de expresión, se enuncia que “se deberá impedir cualquier forma de presión, ventajas o castigos a los comunicadores o empresas o instituciones prestadoras en función de sus opiniones, línea informativa o editorial, en el marco del respeto al estado de derecho democrático y los derechos humanos. También estará prohibida por ley la asignación arbitraria o discriminatoria de publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas”.

Otro apartado expresa que "la promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol soberano que garanticen la diversidad cultural y pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión”.

Dadas las características anteriormente enunciadas, uno de los pilares de la ley 26.522 habla de los monopolios en el sistema de comunicación audiovisual. Aclara que “si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. Deben adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia, al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de los ciudadanos”.

Por otro lado, se busca que los pueblos originarios, la iglesia, las provincias, municipios, universidades, entre otros, tengan su propia señal de medios audiovisuales.

En cuanto a los contenidos de producción nacional, se establece un cupo para cada canal, donde la programación debe ser argentina y no ‘enlatada’, es decir, importada. A nivel local, el 70% de la producción en radio, como el 60% en televisión, deben de ser producidos en el país.

Otro punto característico de la ley está referido al segmento publicitario en televisión, donde aclara que “la publicidad sonora y audiovisual será de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación, no estará incluida en esta, se difundirá en tandas claramente identificadas al inicio y al final por la señal distintiva del medio y no inducirá a estafas y engaños a la comunidad”.

En tanto, en cuanto a los sistemas de distribución de señales, “deberán incluir en su grilla de canales, a las emisoras de televisión de aire de cada localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia”.

La discusión entre el gobierno y Clarín está relacionada con la implementación de dos artículos: el 161 referido al proceso de adecuación a la norma, y el 45, basado en la multiplicidad de licencias.

El artículo 161 afirma que “los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición. Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento en cada caso correspondiesen”.

Por otro lado, el artículo 45 referido a la multiplicidad de licencias enuncia que “a fin de garantizar los principios de diversidad, pluralidad y respeto por lo local se establecen limitaciones a la concentración de licencias. En tal sentido, una persona de existencia visible o ideal podrá ser titular o tener participación en sociedades titulares de licencias de servicios de radiodifusión, sujeto a los siguientes límites: en el orden nacional, una licencia de servicios de comunicación audiovisual sobre soporte satelital. La titularidad de una licencia de servicios de comunicación audiovisual satelital por suscripción excluye la posibilidad de ser titular de cualquier otro tipo de licencias de servicios de comunicación audiovisual; hasta diez licencias de servicios de comunicación audiovisual más la titularidad del registro de una señal de contenidos, cuando se trate de servicios de radiodifusión sonora, de radiodifusión televisiva abierta y de radiodifusión televisiva por suscripción con uso de espectro radioeléctrico; hasta veinticuatro licencias, sin perjuicio de las obligaciones emergentes de cada licencia otorgada, cuando se trate de licencias para la explotación de servicios de radiodifusión por suscripción con vínculo físico en diferentes localizaciones. La autoridad de aplicación determinará los alcances territoriales y de población de las licencias”.

En el caso particular del Grupo Clarín, alcanza las 12 licencias a nivel nacional. Por eso, si la ley fuera aprobada, tendrían que desprenderse de varios canales de televisión que hoy por hoy infringen la norma, donde sólo se permiten 10 licencias de radio y televisión.

Señales como Volver, Canal 13, Metro, Magazine, Quiero música en mi idioma y TyC Sports tendrían que venderse y por lo tanto, encontrar nuevos dueños.

En cuanto a Cablevisión, sistema de cable del cual es dueño, tendrá que ser revisada su operación en determinados distritos, ya que se prohíbe tener un canal de televisión abierta y un cable en una localidad determinada.

Por ejemplo, en Capital Federal las opciones son elegir entre mantener Canal 13 o el sistema de televisión paga. El mismo caso, ocurre en Córdoba con Canal 12 y en Bahía Blanca con el Canal 9 local.

Según la nueva ley, "que una empresa monopólica se desprenda de varios de sus activos posibilitará que nuevos jugadores aparezcan en el mercado". Desde señales de televisión, a nuevos operadores de cable, ya que Cablevisión solo podrá operar en 24 ciudades, cuando hoy lo hace en 158 localidades.

Recién el 28 de octubre de 2013 la Corte Suprema de Justicia falló a favor de la constitucionalidad de la Ley de Medios, obligando al conglomerado de medios a adecuarse a la ley votada por amplia mayoría en el congreso, después de cuatro años en los que el litigio se encontraba en la justicia a merced de los continuos recursos de amparo que beneficiaban a Clarín.

### **1. E. Papel Prensa**

Papel Prensa es una empresa que se dedica a la producción de papel de diario. Su planta, que fue inaugurada el 27 de septiembre de 1978 y está ubicada en la localidad de San Pedro, Provincia de Buenos Aires, es operada por un directorio elegido por una asamblea de accionistas, donde el Grupo Clarín tiene el 49% de las acciones y el resto, está distribuido entre el diario La Nación y el Estado.

Es la única fábrica del país que produce papel, esencial para la actividad gráfica, la cual luego distribuye todo lo producido entre los distintos medios de la Argentina.

Ámbito Financiero, cuando era dirigido por Julio Ramos, fue uno de los más perjudicados, al igual que Crónica, Página/12 y Popular.

En agosto de 1997 Ramos afirmaba que "no hay que olvidar que por vía militar y asociación al Estado, Clarín lograba tener papel más barato que sus competidores. Clarín y La Nación tienen ventaja para tirarlo y ha impuesto un monopolio terrible sobre la prensa toda y ha atemorizado a periodistas y competidores, quizá excepto Ámbito y otros pocos más".

Según el periodista Víctor Hugo Morales en su libro "Papel Prensa: grupo de tareas",

la historia de Papel Prensa tiene sus matices con respecto a "la compra fraudulenta que hicieron Clarín y La Nación en base a la mayoría accionaria que hicieron propia. Durante el gobierno de Jorge Rafael Videla, en plena dictadura militar, se realizó la compra de acciones en sintonía con los deseos de los dos diarios y la Casa Rosada" (Morales, Víctor Hugo, 2017, p. 6).

En 1976 Papel Prensa estaba en manos del banquero y empresario David Graiver, quien tiempo después falleció en un accidente aéreo en México. Ante esta situación, su viuda, Lidia Papaleo quedó a cargo de la empresa, junto al hermano de Graiver. La difícil situación económica del país y de la compañía en sí, aceleró el proceso de desfinanciamiento de Papel Prensa. Es así, que en noviembre de 1976 se firma el traspaso de acciones al tándem conformado por Clarín y La Nación.

Según allegados a estos dos diarios, la venta fue transparente. Pero desde la familia Graiver opinaban diferente.

Papaleo denunció que se firmó el traspaso de las acciones "bajo amenaza de muerte y distintas presiones hacia su persona y familia".

Según sus propias declaraciones, Magnetto la amenazó con que si se negaba a firmar "correría peligro mi vida y la de mi hija".

En 1977 un grupo de tareas, vinculado al oficialismo, secuestró a Papaleo, para lo cual fue retenida de su libertad por varias horas. Según se desprende de su declaración, fue torturada, golpeada y violada.

La violación a los derechos humanos contra Papaleo le causó severas secuelas, además de las psicológicas. "Estando detenida, sufrió un tumor cerebral a causa de las torturas recibidas, por lo cual tuvo que ser trasladada a un área especial dentro de la cárcel donde estaba retenida, para ser operada allí" (Morales, Víctor Hugo, 2017, p. 11).

Por otro lado, también denunció que episodios similares sufrieron otros allegados a su familia.

Al recordar lo vivido en una asamblea de accionistas de Papel Prensa en julio de 2010, Papaleo afirmó que "fui forzada a vender todo. No hubo sugerencias, fue firmás o te mato. Yo desaparecí y todo lo que pasó fue estando desaparecida.

También firmé en La Plata estando desaparecida. Desde el departamento de Policía me llevaban a declarar envuelta en una manta gris, porque estaba totalmente quemada, perdí mis pechos, mi abdomen y también mis genitales durante la tortura y me operaron en la cárcel de un tumor cerebral por los golpes que recibí. Al salir de la cárcel seguí viviendo todo esto, me siguieron amenazando, tuve que intervenir el

teléfono y la situación siguió, siguió y siguió”.

Ante la mirada de todos, incluidos los accionistas de Clarín, agregó que “todo el horror que fue mi vida después de mi secuestro es indescriptible en la serie de perversiones, vejaciones y tormentos a la que fui sometida, no obstante deseo concluir con la presente reiterando que prefiero ver los ojos y la cara de mis torturadores, antes que ver los ojos de Mignotta en el momento en que me amenazaba para que firmara”.

Si bien desde distintos sectores políticos se relaciona el secuestro con la relación del entonces dueño de Papel Prensa con el grupo guerrillero Montoneros, otros lo asocian con "la extorsión y amedrentamiento recurrente de Clarín con el fin de quedarse con el poder total de la fábrica de papel" (Morales, Víctor Hugo, 2017, p. 12).

"La importancia del papel, es fundamental para entender este caso. Papel Prensa cobraba un precio diferencial a sus propios dueños, mucho más bajo que el que le otorgaba a la competencia" (Morales, Víctor Hugo, 2017, p. 12).

En 2009, Clarín afirmaba que el gobierno pretendía quedarse con la fábrica con el único fin de "silenciar a la prensa", acaparando todo el papel producido, para así darle mayor volumen a los medios afines y oficialistas, y niveles ínfimos a los diarios no oficialistas.

El periodista Víctor Hugo Morales, en su libro, resume este hecho de la siguiente manera:

"El 2 de noviembre de 1976 se dio una puntada fundamental a una trama de injusticia, mentira y muerte cuyas consecuencias explican en mucho la dolorosa actualidad de la Argentina. La venta fraudulenta, bajo extorsión, de Papel Prensa y su apropiación ilegal por parte de Clarín, La Nación y La Razón, en complicidad con el gobierno militar, que había negociado a cambio el silenciamiento de las atrocidades de las que era y sería responsable, no sólo fue la piedra basal para la constitución del oligopolio mediático que maneja hoy el acceso a la información de grandes porciones de la sociedad. Fue además el inicio de una creciente cadena de encubrimientos que, ya en democracia, sumó capítulos vergonzosos dentro de los pasillos del Poder Judicial extendiendo hasta el presente la infame red de complicidades". (Morales, Víctor Hugo, 2017, p. 5)

Del otro lado, Héctor Mignotta publicó un libro llamado "Así lo viví", donde por medio de una entrevista deja declaraciones sobre diversos temas, uno de ellos Papel Prensa. Allí dice que "la compra de Papel Prensa por los diarios fue legal,

beneficiosa para la industria y para la sociedad, como también lo fue, en sus orígenes, el proyecto de Papel del Tucumán, que exploraban otros diarios del país. En este tema donde me acusaron, inventaron directamente las pruebas". (Magnetto, Héctor, 2015, p. 10)

## **CAPÍTULO 2: "Análisis del caso"**

### **2. A. Aerolíneas Argentinas hoy**

Aerolíneas Argentinas es la línea aérea de bandera del país, fundada en 1950 bajo la presidencia del General Juan Domingo Perón como una medida que buscaba garantizar la conectividad aérea en el país, la octava nación más extensa en territorio del mundo.

Según se desprende de su sitio web oficial, actualmente cubre 36 destinos de cabotaje y 24 puntos en el exterior, entre vuelos regionales, transpolares y transoceánicos. Sus rutas internas, incluyen las 24 provincias argentinas, mientras que a nivel internacional cubre 9 países en América del Sur, además de Australia, España, Italia, México y Estados Unidos, con proyecciones a largo plazo de crecer en nuevas rutas al exterior.

Su flota alcanza 38 aeronaves entre modelos de avión del fabricante europeo Airbus, versiones A340-200/300-A330; de la brasileña Embraer con sus E190NG; y de la norteamericana Boeing y sus B737-700/800. Todos aviones de última generación, o en su defecto con no más de 10 años de antigüedad en el mercado aéreo según los registros del sitio especializado 'Airfleets.net'.

Aerolíneas, junto a la subsidiaria Austral Líneas Aéreas, que se ocupa del mercado doméstico y el Mercosur (Mercado Común del Sur), es la línea aérea líder en Argentina en cantidad de pasajeros transportados según datos del Ministerio de Transporte. Es el único miembro de Sudamérica dentro de la alianza de aerolíneas SkyTeam, que agrupa a 19 líneas aéreas del mundo, donde los pasajeros suman millas volando con cualquiera de las empresas que forman parte del grupo, además de beneficios especiales, como prioridad para el embarque, límite extra de equipaje, etc.

La incorporación de Aerolíneas ("AR" código dado por IATA – Asociación Internacional del Transporte Aéreo), según el comunicado de prensa que enviaron a los medios en agosto de 2012, marcó "un punto de inflexión en la compañía, ya que

significó el ingreso por primera vez a una alianza de categoría mundial, dándole a Aerolíneas reconocimiento internacional y beneficios inmediatos para sus pasajeros frecuentes. Gracias a su entrada al segundo mayor grupo de aerolíneas a nivel mundial, más de 44.000 pasajeros de la alianza utilizaron, en 2013, el Salón Cóndor de Aerolíneas en Ezeiza".

Por otro lado, según informó la propia empresa, los clientes de Aerolíneas Plus, el programa de millas, disfrutaron ese mismo año, de más de 530 salones en distintos aeropuertos del mundo.

En tanto, según la gerencia de operaciones de la compañía aérea, el 39% de los tickets aéreos vendidos en 2013 tenían como destino final, diversas ciudades operadas por otras aerolíneas de SkyTeam. El 53% de los turistas internacionales que viajaron dentro de Argentina por Aerolíneas, llegaron al país por compañías asociadas como KLM, Air France, Delta Airlines, AeroMéxico y Air Europa.

El 29 de agosto de 2012, cuando se oficializó su entrada al grupo, su entonces titular, Mariano Recalde afirmó, que "el ingreso a esta alianza no se compra, se gana. Ser parte de SkyTeam no es ser miembro de un club al que se le paga una cuota, hay que ganarse el derecho de ser miembro, y todos lo ganaron con el esfuerzo, la dedicación y el trabajo".

Dentro del grupo Aerolíneas, además de las dos compañías nombradas anteriormente, se suma Aerolíneas Cargo, es decir la rama carguera de la compañía, que en cada vuelo que realizan dentro de Argentina y el resto del mundo, llevan en sus bodegas carga proveniente de distintas ramas económicas. Por ejemplo, limones tucumanos, manzanas neuquinas, aceitunas sanjuaninas, etc. Además, es miembro oficial de SkyTeam Alliance Cargo.

JetPack, en tanto, es la empresa prestadora de servicios y representante de cargas de cabotaje de Aerolíneas y Austral. Y por último, se encuentra Aerohandling, que se encarga de proveer todos los servicios de rampa a los aviones de la línea aérea de bandera nacional.

En cuanto a su operatividad, su base de operaciones al extranjero se centra en el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini de Ezeiza, Provincia de Buenos Aires, mientras que cabotaje y regional se emplazan en el Aeroparque Metropolitano de la capital argentina. El aeropuerto de Pajas Blancas en Córdoba, en tanto, es el principal HUB (centro de distribución de vuelos) del interior del país.

De allí salen vuelos, sin pasar por Buenos Aires, a Mendoza, Neuquén, Comodoro Rivadavia, Salta, Iguazú y Jujuy. Los que unen el Norte y Centro del país, son el

denominado 'Corredor Federal', mientras que los dirigidos a ciudades patagónicas son conocidos como el "Corredor Petrolero".

Aerolíneas es hoy administrada por el Estado Nacional y tiene un presidente elegido por el gobierno con un mandato de 4 años. Según la IATA, transporta más de 6 millones de personas anualmente, y posee 1,5 millones de pasajeros frecuentes bajo el programa "Aerolíneas Plus" donde suman millas por cada viaje.

Según datos de la compañía, tiene más de 234 vuelos diarios en su red de rutas y 10.928 empleados.

Para los próximos años, según el plan de negocios presentado en 2013, pretenden sumar vuelos a la ciudad entrerriana de Paraná y destinos internacionales como Londres (Gran Bretaña), París (Francia), Los Ángeles (EE UU), Guayaquil (Ecuador) y La Paz (Bolivia).

En cuanto a la flotilla, está en estudio la compra de 10 Boeing B737-800 directos de fábrica, 4 Airbus A330 de segunda mano, además de otros Airbus A340-300 para reemplazar a los A340-200 que serán desafectados de la flota en pos de renovarla en tecnología y eficiencia.

En tanto, según ese mismo plan, la incorporación de Airbus A340-500 está en revisión, ya que es el avión ideal para volar largas distancias tales como Sydney, Roma, Auckland y Johannesburgo.

Por otro lado, en octubre de 2013, se anunció la orden de compra de 20 Boeing B737-800 versión NG para operar en rutas domésticas y regionales, por un valor de 1.800 millones de dólares que serán pagados por el gobierno argentino.

Estas aeronaves permiten una notable reducción de costos operativos, ahorro de combustible y mayor confiabilidad en el despacho de los aviones.

Desde la empresa, al anunciar la millonaria compra, el departamento de Prensa afirmó que "esta orden es una gran noticia para los pasajeros y para la aviación argentina y sudamericana. Es una continuación fuerte de nuestra estrategia de transformación para nuestra aerolínea, la que ya nos ha ayudado a crecer en nuestro negocio, y que está produciendo grandes resultados para Aerolíneas, para nuestros pasajeros y para el engrandecimiento económico de la Nación".

En noviembre de 2013, el titular de la aerolínea anunció la compra de 4 nuevos Airbus A330-200, que realizarán vuelos a Europa, Estados Unidos y Sudamérica como parte del plan de renovación de flota.

## 2. B. Privatización de Aerolíneas

En 1990, bajo la presidencia de Carlos Saúl Menem, la Argentina vivió una etapa de privatizaciones, en la que las empresas estatales pasaron a manos privadas extranjeras.

Con esta medida se liberó al Estado de las "pérdidas que tenían estos activos" y a los que "el gobierno destinaba sumas de dinero para solventar sus gastos", además de sueldos, pago a proveedores, etc., según informaba Domingo Cavallo, ministro de economía, el 20 de noviembre de 1990 cuando se adjudicó el traspaso. El presidente, calificó a la empresa como "desastre" y "vergüenza" según describe el diario español El País en una crónica del 12 de abril de 1993.

De esta manera, una de las empresas que dejó de ser argentina para pasar a tener capitales foráneos, fue Aerolíneas Argentinas.

El consorcio español Iberia, que manejaba la compañía de España, y en ese momento era líder en vuelos entre Europa y América Latina, ganó en 1990 la licitación, de la cual desistieron de participar anteriormente Alitalia y la holandesa KLM.

A partir de ese momento, Aerolíneas se sumaba al grupo de aerolíneas que manejaban los españoles en la región, a la que se sumaba la venezolana VIASA. El escritor Raúl Vallarino en su libro "El caso Aerolíneas Argentinas", describe que "para poder permitir la compra, desde el gobierno menemista se cambió el tipo societario de la empresa: de Sociedad del Estado a Sociedad Anónima (ARSA). Los funcionarios ibéricos, tomaron medidas que muchos sindicatos aeronáuticos criticaron: venta de simuladores de vuelo, aviones, transferencia de rutas internacionales a Iberia, reducción de la oferta de vuelos de Aerolíneas en la ruta Ezeiza-Madrid a favor de su competencia y ahora socia, venta de oficinas emblemáticas en Nueva York, París y Roma. La razón esgrimida fue siempre la misma: altos costos" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 8).

En cuanto a sus rutas de cabotaje, se suprimieron Villa Gesell, Río Cuarto, Goya, Paraná y Reconquista como parte del plan de reducción de costos, que también tuvo su fase internacional, con el abandono de destinos europeos como Zurich, Amsterdam, Londres, Munich y París. "Estos puntos en Europa eran vuelos servidos con escalas en la capital española, y según aducían desde la gerencia de operaciones de Aerolíneas, dicha escala producía pérdidas ya que el parqueo del avión argentino en la terminal internacional de Barajas era muy caro" (Vallarino,

Raúl, 2012, p. 14).

El entonces vicepresidente de la aerolínea, el español Miguel Ángel Derqui, hablaba en abril de 1993 de la estrategia de Iberia en Argentina en base a “un diseño estratégico con una dimensión global. Es un proyecto de integración y cooperación, para lograr una entidad capaz de competir en el mundo”.

El funcionario madrileño afirmaba, a la vez, que la estrategia en Sudamérica se centraba en un “triángulo que abarca gran parte del planeta, con una punta en España y las otras dos en América Latina, en Venezuela y Argentina. Las compañías de bandera de los tres países (Iberia, Viasa y Aerolíneas Argentinas), participadas y controladas por el grupo Iberia, serían las llamadas a cumplir ese sueño en un futuro de la aviación comercial donde, según los expertos, sólo quedará espacio para los mega transportadores”.

Por otro lado, "la gestión de Iberia, no produjo un aumento en los ingresos financieros de la aerolínea, todo lo contrario: por primera vez en la historia, comenzó a dar pérdidas en materia económica" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 15).

De este modo, el Estado entregó en 1990 una compañía financieramente sana, y su nueva dueña, en 6 años, la llevó a tener problemas económicos.

Aún así, "los informes preliminares que advertían baja rentabilidad en el negocio aéreo argentino fueron ignorados por la plana mayor española. Ya entonces se le advirtió al Gobierno español de Felipe González que no era un buen negocio para Iberia la adquisición de Aerolíneas. No obstante, se compra y, a partir de ahí, se suceden una serie de circunstancias que se heredan, pero que no se corrigen. La trama de Aerolíneas Argentinas es de gran complejidad, con muchas actuaciones extrañas que terminaron perjudicando a muchos bolsillos españoles, sumado a que faltaba inversión y dinero en la empresa" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 29).

A falta de capital para realizar nuevas inversiones, un nuevo accionista llegó a Aerolíneas: la SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), con protagonismo en España.

Según reporta Vallarino en su libro, el objetivo de incorporar nuevos capitales españoles, tenía como objetivo el de "sumar nuevos fondos para inversiones e inyecciones de capital que aliviaran la situación financiera de la aerolínea".

Entre sus medidas principales, ejemplifica el autor, estuvieron las de "maximizar el uso de la flota, aumento de frecuencias y levantar las escalas que dieran pérdidas".

De esta manera, Córdoba que tenía 8 frecuencias diarias, pasó a tener 10 vuelos por día; Río de Janeiro, Porto Alegre, Sao Paulo, Montevideo y Santiago de Chile,

duplicaron sus vuelos diarios; mientras que Bogotá (Colombia), Guayaquil (Ecuador), Panamá, La Habana (Cuba) y La Paz (Bolivia) dejaron de recibir vuelos hacia y desde Buenos Aires".

En 1999, la SEPI se hizo cargo del total accionario de la empresa, dada la retirada casi total de Iberia. Ese mismo año, dada la relación entre los gobiernos de Argentina y Estados Unidos, American Airlines se incorpora como inversor minoritario.

Los norteamericanos se sumaban con un nuevo plan de negocios, presentado en 1999 al presidente Menem, que constaba en "duplicar las frecuencias a Miami, Nueva York y Madrid", como así también "sumar vuelos sin escalas a Dallas/Fort Worth y Orlando, Florida".

Los problemas surgieron en el primer trimestre de 2000, cuando "los sindicatos aeronáuticos mostraron reticencias a aceptar el programa de inversiones de American. El Directorio nunca aprobó los planes de inversión, por lo cual la operación estadounidense se vio truncada" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 33).

En 2001, la empresa se encontraba en quiebra técnica y la crisis operativa alcanzaba límites graves: el "50% de la flota inmovilizada en Aeroparque, Ezeiza y los aeropuertos de Córdoba, Rosario, Mendoza y San Juan; los vuelos a España, Australia, Nueva Zelanda, Italia, Brasil y Estados Unidos suspendidos; sueldos sin abonar a los empleados con un retraso de un mes, protestas en Buenos Aires y cortes recurrentes en la Autopista Ricchieri como forma de reclamo" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 36).

Además, el posible cierre de Aerolíneas había tensado las relaciones diplomáticas entre Argentina y España, donde los entonces mandatarios Fernando De la Rúa y José María Aznar, respectivamente, buscaban una solución al conflicto según las crónicas periodísticas de ese mismo año. El diario El País en una editorial del 16 de junio de 2001 lo resume de la siguiente manera: "el conflicto en esta compañía emblemática amenaza con envenenar las privilegiadas relaciones entre Argentina y España".

La crisis de la aerolínea había llegado a ser una 'causa nacional', y las manifestaciones de apoyo a la compañía de bandera se vieron en varios puntos del país según registraban las cámaras de televisión. Bajo el lema de "todos somos Aerolíneas" (que incluyó afiches en vía pública), diversos sectores sociales, económicos y políticos intentaban que la empresa no cerrara para así seguir funcionando.

Desde los sindicatos aeronáuticos, según describía Clarín en 2001, se llamaba a "realizar un boicot a todo producto y/o servicio proveniente de España". Si bien, tal como describía Clarín en una nota de julio, "muchos aspiraban a entorpecer las operaciones de grandes empresas como Telefónica y Aguas de Barcelona, pero el principal blanco fue la línea aérea de bandera española Iberia".

El 26 de junio de 2001 los trabajadores de Aerolíneas ocuparon sus mostradores en el hall internacional de Ezeiza, generando demoras en sus vuelos. Por lo tanto, las frecuencias a Madrid tuvieron que ser reprogramadas para el día siguiente.

Días después, un Boeing 747-200 fue remolcado por operarios de Aerolíneas en medio de la pista, para así entorpecer los vuelos del principal aeropuerto de Argentina.

La entonces ministra de Trabajo Patricia Bullrich consideraba en septiembre de 2001 que "Aerolíneas Argentinas no fue una empresa gestionada con seriedad, como lo fueron otras privatizadas bajo capitales españoles. La de Aerolíneas es una privatización que nació mal. Pero las cosas ahora van a cambiar". En tanto, el entonces mandatario nacional opinaba de manera similar y afirmaba que "fue la peor privatización que se pudo haber hecho en la Argentina".

Raúl Vallarino, en su libro, afirma que "cuando la línea aérea se declara en concurso preventivo, es decir el paso previo a la quiebra técnica, desde el gobierno se comienza a buscar de manera urgente un nuevo dueño. El objetivo de la medida, era lograr una inyección de capital necesario para poder pagar el combustible de los aviones, catering e insumos. Por otro lado, se pretendía alcanzar una nueva propuesta de pago con los acreedores nacionales y externos a los que se le debía plata. Además, mientras durase el concurso, la compañía estaba exenta de pagar intereses en su deuda" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 39).

Recién en octubre de 2001, el gobierno argentino le concedió la explotación del servicio de la compañía de bandera nacional al grupo y operador turístico Marsans, encabezado por el empresario Antonio Mata.

El nuevo plan de negocios para Aerolíneas, presentado al gobierno, buscaba obtener un beneficio de explotación de 3,99 millones de euros hacia finales de 2002, ingresar 1.100 millones de euros en montos de inversión, con el objetivo final de alcanzar un nivel de ocupación del 65% y transportar cerca de cinco millones de pasajeros.

A partir de aquí, comienza la gestión del ya cuarto inversor privado extranjero que toma el manejo de la empresa con el objetivo de reflotarla financieramente para así

hacerla rentable por primera vez en 11 años, según enunciaba Mata..

En tanto, "Marsans buscó darle a Aerolíneas una presencia internacional mucho más fuerte, buscaba posicionar a la empresa como uno de los grandes jugadores en el mercado aerocomercial mundial. Los planes incluían abrir una serie de filiales en distintos países de Sudamérica, donde Perú, Chile, Paraguay y Bolivia serían de la partida" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 43).

La primera y única que comenzó a volar fue la chilena Aerolíneas del Sur, que para 2006 volaba a distintas ciudades trasandinas con vuelos diarios y una flota de 6 Boeing B737-200, transferidos desde la filial argentina.

## **2. C. Reestatización de la compañía**

La relación entre los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández tuvo las siguientes características con el grupo español Marsans: comenzó con un trato institucional entre ambas administraciones (una de Estado y otra empresaria, respectivamente) y terminó con la nacionalización total de Aerolíneas Argentinas y su subsidiaria Austral.

Cuando Kirchner alcanzó la presidencia en mayo de 2003, Argentina comenzó a recuperarse económicamente y con ello, el consumo y salario de los trabajadores a nivel nacional, según los datos que registraba el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

Bajo esta política, la operación de Aerolíneas iba en el mismo sentido, ya que la venta de pasajes aéreos aumentó considerablemente y el tráfico interno se recuperó marcadamente dado el retroceso que se vivió con la crisis de 2001.

Desde el "grupo Marsans siempre buscaron una buena sintonía política con el mandatario santacruceño y con ello beneficios para la empresa: de esta manera se permitieron aumentos de la banda tarifaria, subsidios al combustible" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 45).

La importancia del valor de los tickets aéreos se basa en que "luego del derrumbe de la economía a principios de década, las tarifas se habían 'congelado' para alivianar el bolsillo de los consumidores". (Vallarino, Raúl, 2012, p. 45).

El programa estratégico que Mata, presidente de Aerolíneas, le había presentado al entonces mandatario argentino en 2003, giraba en torno del aumento de los vuelos a los 33 destinos de cabotaje que en ese momento se volaban, renovación de flota y aumento de la plantilla de personal en un 15%.

Según Mata, el objetivo era incorporar Airbus A310 para vuelos de largo radio, Boeing B737-500 para reemplazar los B737-200 con más de 20 años de antigüedad, Airbus A320 para vuelos regionales y vender los aviones McDonnell Douglas (MD) 88/83.

En tanto, según el plan de negocios del año 2004, se había comprometido a sumar un avión carguero (Boeing B737-300 Freighter) para operar en cabotaje y Sudamérica con Aerolíneas Cargo.

Por otro lado, años después, "desde la sede corporativa de Aerolíneas, la sospecha de que el Estado jugaba a favor de una hipotética futura reestatización de la compañía comenzaba a sonar fuerte" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 46).

En paralelo, "los balances generales de la empresa eran sistemáticamente rechazados e impugnados año tras año desde la Casa Rosada, sumado a un factor que recién comenzaba a darse: las recurrentes huelgas y paro de actividades" (Vallarino, Raúl, 2012, p. 46).

En noviembre de 2005 una huelga paralizó por 5 días el Aeroparque metropolitano y escalas aéreas del interior del país, a raíz de que técnicos y pilotos de la empresa reclamaban un aumento de sueldo. En este caso, sólo la intervención directa del entonces presidente pudo destrabar el conflicto y así alcanzar un acuerdo entre ambas partes. Desde ese año hasta 2008 los conflictos salariales se volvieron recurrentes y quienes lo padecían exclusivamente eran los pasajeros de Aerolíneas. En diciembre de 2007 Néstor Kirchner dejó la presidencia y asumió la senadora y primera dama, Cristina Fernández de Kirchner.

Según artículos publicados en 2008 por medios gráficos como Clarín y La Nación, la gestión de Mata no logró equilibrar las cuentas financieras de la compañía, sumado a conflictos gremiales y paro de actividades que provocaron pérdidas económicas a la línea aérea.

En 2007, según IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), Aerolíneas Argentinas fue uno de los operadores aéreos con mayor tasa de vuelos impuntuales en Latinoamérica y su flota una de las más antiguas de la región.

El 17 de julio de 2008, la presidenta inauguró el nuevo aeropuerto internacional de Resistencia, Chaco, desde donde anunció el envío al Congreso de un proyecto de ley para la estatización de Aerolíneas Argentinas, su subsidiaria Austral y el resto de las compañías que formaban parte del Grupo Aerolíneas.

El objetivo por parte del Ejecutivo era "asegurar los más de 9.000 puestos de trabajo de la plantilla de la empresa, y garantizar la conectividad aérea en todo el país,

teniendo en cuenta que la aerolínea vuela a todas las provincias y llega a 33 destinos nacionales desde Buenos Aires".

De esta manera, el gobierno se estaba haciendo cargo nuevamente de los destinos de la aerolínea más grande de Argentina, luego de 18 años de gestión privada y extranjera. Desde la oposición hubo críticas, ya que desde ese arco político, tal como registraban las crónicas de los diarios en esos días, pedían la "quiebra de la empresa", para así iniciar operaciones nuevamente con una "nueva sociedad anónima".

Un modelo que ya tuvo su prueba con las aerolíneas Alitalia, Swiss (ex Swiss Air) y Olympic (Grecia), que estuvieron en quiebra y cerraron definitivamente, pero que al poco tiempo sus nuevos dueños compraron la marca (nombre, etc.) y la establecieron en una nueva empresa sin deudas y lista para volar.

El 21 de julio de 2008, en un acto realizado en Casa Rosada, Cristina Fernández afirmó "con esta convicción y esta confianza me dirijo a ustedes, a los trabajadores. Pidiendo un esfuerzo muy grande. El Estado apuesta, junto a todos los argentinos, a que ustedes nos den esa mano: construir la aerolínea que tuvimos alguna vez".

En el Salón Blanco de la casa de gobierno, ante la presencia de empleados de Aerolíneas, gobernadores, ministros y sindicatos, Cristina Fernández recalcó "esto es un servicio, donde el objetivo debe ser recuperar al usuario, recuperar al cliente que se fue. Con aviones que salgan y lleguen a horario. Que el usuario no se vea molestado por conflictividades ajenas. Porque el usuario paga por su boleto. Eso no lo puede hacer ni la presidenta, ni los diputados. Es clave tener una aerolínea de bandera y un servicio transportable de calidad y eficiencia".

El 22 de agosto de 2008 el proyecto de nacionalización de Aerolíneas fue aprobado en la Cámara de Diputados por 167 votos a favor y 79 en contra, y así se remitió a Senadores para su tratado. El 3 de septiembre, los senadores lo aprobaron con 46 votos a favor y 21 en contra.

Recién el 17 de diciembre fue convertido en ley, declarando de "utilidad pública" a la aerolínea de bandera y marcando un nuevo hito en la historia de esta compañía, ya que el Estado se hacía cargo nuevamente.

En tanto, el 9 de enero de 2009, un decreto de presidencia habilitó al entonces ministro de Planificación Federal Julio de Vido como titular del organismo expropiante que tuvo como función el de iniciar todos los trámites necesarios, para así designar posteriormente un comité que administrara el grupo Aerolíneas. Ese mismo día, fue designado Mariano Recalde como titular de la compañía aérea.

Por otro lado, la nacionalización contó con el apoyo de los gobernadores que venían sufriendo las consecuencias de la crisis de Aerolíneas.

Los mandatarios provinciales publicaron el 19 de noviembre de 2012 una "solicitada" en los diarios de mayor tirada del país, como Clarín y La Nación, donde afirmaban que "siendo la Argentina el octavo país más extenso de la Tierra, se trataba de una herramienta fundamental para llegar a cada punto del país, ya que las líneas aéreas privadas sólo operan a los destinos rentables, dejando afuera de su red a una gran cantidad de ciudades del interior. Además, Aerolíneas Argentinas vuela con más frecuencias y ofrece un servicio de mayor calidad, con una nueva lógica de conexión federal".

El grupo Marsans, en tanto, al fracasar las negociaciones con el Ejecutivo argentino, el cual le iba a realizar un "pago simbólico" de un (1) peso, denunció en un comunicado publicado el 17 de diciembre de 2008, la "confiscación, arbitraria e ilegítima".

Según el diario español El Mundo, en un artículo publicado el 9 de enero de 2009, "el banco Credit Suisse determinó ese mismo año que Aerolíneas valía entre 330 y 546 millones de dólares y por lo tanto, dicha cifra se le exigía como pago al gobierno argentino". El mismo periódico agrega que "a la negativa de Argentina a pagar lo acordado, desde Marsans se recurrió al Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI), organismo del Banco Mundial, el cual dictó posición sobre el caso pero la negativa del gobierno argentino a negociar truncó la operación hasta estos días".

En tanto, el 19 de agosto de 2010, con una solicitada publicada en el diario Clarín, Mata lanzó el proyecto de Air Pampas, una aerolínea que pretendía realizar vuelos de cabotaje y regionales desde el Aeroparque metropolitano, pero que hasta la fecha no tuvo la aprobación de la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) para poder operar en el país, según los registros online del organismo estatal.

Por otro lado, el politólogo y experto en aviación, Franco Rinaldi, afirma que "haciendo un balance de todo lo que ocurrió, una inversión de cuatro mil millones de dólares, nuevos aviones, una cuantiosa contratación de empleados, reconocida como excesiva, incluso por su director, Mariano Recalde y una mayor cantidad de frecuencias internas son sólo algunos de los aspectos más visibles del funcionamiento de Aerolíneas en manos del Estado nacional" (Rinaldi, Franco, 2014, p. 29).

A pesar de ese comienzo que algunos sindicatos (como APLA) definieron como

'positivo', "hubo algunas cuestiones que nunca cerraron, ya que Aerolíneas debía reestructurarse por completo y no lo hizo. Era imperioso volver la operación más equilibrada en términos económicos antes de incorporar más aviones de los que la demanda exigía, que hubiese evitado el incremento del costo variable que tiene la empresa. Y no se hizo" (Rinaldi, Franco, 2014, p. 35).

La nueva administración recibió críticas y también elogios pero con un dato avalado por ambas partes, ya que "la empresa estaba virtualmente quebrada y tiene un patrimonio negativo que la hace dar el balance en pérdida cada trimestre. Mientras que Latinoamérica mantuvo una de las tasas de crecimiento dentro de la industria aerocomercial mundial más importante, Aerolíneas Argentinas se hundió en el déficit" (Rinaldi, Franco, 2014, p. 37).

La expropiación de la compañía al grupo Marsans despertó voces a favor y en contra. Quienes la vieron de manera negativa se basaban en el poco control del presupuesto, ya que "el Estado comenzó a poner un montón de plata sin control alguno. Y el resultado es el que está a la vista, donde la empresa está muy lejos de criterios básicos de eficiencia que tiene la industria hoy en día. Y todo eso la lleva al fracaso nuevamente. Mientras tanto, el Estado seguirá subsidiando a costa de los contribuyentes" (Rinaldi, Franco, 2014, p. 43).

## **2. D. Cobertura de Clarín en la temática Aerolíneas**

La cobertura de Clarín con respecto a la temática Aerolíneas se basa en una serie de artículos publicados y aquí recopilados.

Cuando Aerolíneas Argentinas se incorporó de facto a SkyTeam, la noticia apareció el domingo 2 de septiembre de 2012 en el suplemento Viajes de Clarín en un pequeño recuadro. No se informaron los beneficios de la incorporación a dicha alianza sino que sólo se anunció la entrada de Aerolíneas al grupo mundial.

Anteriormente, el 19 de octubre de 2010 con el anuncio formal realizado en las oficinas centrales de SkyTeam en Amsterdam, el diario publicó la noticia. El artículo carecía de información para el futuro pasajero y se basó en un texto institucional sobre el grupo mundial de aerolíneas.

La posibilidad de sumar millas, utilizar salones exclusivos en distintos aeropuertos, entre otras facilidades, tal como informa la página web de la empresa, fueron datos no informados.

A partir de 2009, según los comunicados de prensa de la misma compañía, se

comenzó con un "proceso de renovación de flota, recuperación de rutas, frecuencias, mejoras en los servicios de abordaje y en tierra, talleres técnicos, mecánicos y puntos de venta". Clarín, no comunicó dicha información.

El 22 de mayo de 2009 se decidió la incorporación a la flota de Austral (subsidiaria del Grupo Aerolíneas) de 20 aeronaves Embraer E190, pero desde Clarín no se dio a conocer que era "la primera adquisición grande de aviones nuevos en 17 años", según declaró el presidente de la aerolínea, Mariano Recalde, al realizar el anuncio. La incorporación de simuladores de vuelo de entrenamiento en 2011 y 2012, tampoco fue cubierta, teniendo en cuenta que estaban destinados para los aviones Embraer, Boeing NG y Airbus, actual flota de la empresa.

En tanto, la única nota que realizaron fue en mayo de 2005 cuando la anterior gestión privada sumó el primer simulador.

El 5 de marzo de 2013, el diario publicó la nota "Aerolíneas y AySA cuestan casi lo mismo que la Asignación Universal por Hijo". En la crónica se afirma que "usar recursos del Estado para esta finalidad tiene impactos sociales y geográficos regresivos, además de potenciar la corrupción. Un cambio progresista se lograría dejando de sostener empresas inviables y sin sentido estratégico".

Gastón Sena, periodista especializado en aviación, responde que "no fueron consultados los Balances de la empresa, ni el plan estratégico a 10 años presentado en 2012 donde se contrasta toda esa información, hay datos falsos en la noticia".

Según detalla el sitio web de la compañía, Aerolíneas vuela a 23 provincias argentinas, sirve 36 destinos y cumple "una función social, además de económica". Su objetivo es "unir la Argentina, el octavo país más grande del mundo en territorio, con el fin de cubrir largas distancias en pocas horas".

Destinos como Catamarca, La Rioja, Santiago del Estero, Trelew, Río Grande, Posadas, Santa Rosa o Viedma, entre otras ciudades, sólo reciben vuelos de Aerolíneas, informó la compañía aérea.

Por otro lado, Mariano Recalde, quien ejercía como presidente de la compañía, no presentó, según registros periodísticos de 2013, alguna denuncia por corrupción en su contra.

Otra nota publicada ese mismo año fue la titulada como "Déficit récord de Aerolíneas: pierde US \$2,7 millones por día". Allí se habla de "pérdidas millonarias recurrentes" y de "déficit operacional".

Autores citados como Raúl Vallarino y Franco Rinaldi, enumeraban los problemas financieros de la compañía en su pasado. Vallarino, en su libro, decía que "la gestión de

Iberia, no produjo un aumento en los ingresos financieros de la aerolínea, todo lo contrario: por primera vez en la historia, comenzó a dar pérdidas en materia económica", (Vallarino, Raúl, 2012, p. 15).

En tanto, el autor del artículo, enumera las rutas donde Aerolíneas pierde dinero y en las cuales subieron frecuencias, como Madrid, Barcelona, Sydney y Miami.

"Esas rutas dan pérdidas por el mero hecho de que los aviones que operan estos destinos son anticuados, no son los adecuados", explica el periodista Gastón Sena. Según los registros detallados de la ANAC, el sitio web Airfleets y Aerolíneas, visibles al público en internet, los Airbus A340-200 que vuelan a Estados Unidos, Europa y Oceanía tienen más de 20 años de antigüedad y por lo tanto gastan más combustible que una aeronave moderna, que fue construida y equipada para un menor consumo de JP1 (el combustible de avión). Desde la compañía, según declaró su presidente Mariano Recalde en agosto de 2013, se evaluó "reemplazar ese modelo de Airbus por un A330-200, que no sólo es más moderno y eficiente sino que es ideal para cubrir recorridos de más de 10 horas". Uno de los principios teóricos de la aviación comercial, según el ingeniero español Antonio Creus Sole en su libro 'Iniciación a la aeronáutica', "es que a mayor eficiencia, menor gasto de combustible y por lo tanto, mayor rentabilidad en lo que respecta a la operación diaria de la aerolínea".

En tanto, en base al autor, "las rutas donde se aumenta la oferta de asientos, está basada en que hay demanda latente y pasajeros potenciales para viajar al exterior. Una forma de mejorar la competitividad es aumentar la cantidad de asientos siempre y cuando haya mercado para ella".

El especialista en aviación Gastón Sena lo ejemplifica de la siguiente manera:

"Miami, que pasó de un vuelo por día a dos diarios, es un ejemplo. La ciudad estadounidense es un destino turístico y por lo tanto, una de las rutas que más pasajeros mueve desde el aeropuerto de Ezeiza. Por lo tanto, la pregunta surge de por qué teniendo tanta demanda, la ruta da pérdidas, más allá del avión equivocado para realizar el trayecto. Eso se basa en la competencia, a mayor operadores en la ruta, los 'yields' (indicador que evalúa cuánto factura una aerolínea por cada kilómetro que vuela un pasajero) bajan, y la rentabilidad también". La IATA, en su sitio web, ofrece también, reportes teóricos que explican lo anteriormente escrito en base al funcionamiento de la industria y sus principales variables.

El 7 de noviembre de 2013, Clarín publica la nota "Dos aviones sufrieron daños tras rozarse en la pista de Aeroparque". La nota cuenta los detalles del roce que

protagonizaron un Embraer 190 de Austral y un Boeing 737-800 de Aerolíneas. La misma crónica del diario señala que Aeroparque "se encuentra colapsado en materia de operatividad aérea". Si bien a nivel de infraestructura, según el Departamento de Prensa del concesionario, se encuentra en "obras programadas de manera anual con el objetivo de mantener su superficie"; en materia de aterrizajes y despegues, "la situación dista de ser ideal", partiendo de la base que Aerolíneas y Austral "superan con creces los 100 vuelos diarios, volando rutas de cabotaje y regionales", según registros e informes publicados ese mismo año por la Administración Nacional de la Aviación Civil (ANAC).

"En muchos aeropuertos del mundo, estos roces son recurrentes y no dejan de ser inofensivos para la seguridad del pasajero" remarca el periodista Gastón Sena.

Un caso similar, ocurrió en el aeropuerto de Mallorca, España, donde un avión de la compañía noruega SAS, rozó de manera accidental una de sus alas con la cola de otra aeronave perteneciente a la canaria Iberworld.

El 17 de septiembre de 2011, cuando ocurrió el hecho, los medios españoles (El País, ABC, El Mundo) se hicieron eco del caso pero lo reportaron de manera técnica. La nota titulada "Aerolíneas dice que bajó su déficit a la mitad", publicada el 24 de octubre de 2013, se basa en las declaraciones de Mariano Recalde que admite que el rojo en las cuentas de la empresa se ubica en los 178 millones de dólares.

El titular de Aerolíneas, luego de publicada la nota, aclaró que "se vuela más y se llevan más pasajeros, existe un aumento de frecuencias a destinos dentro del país, además del crecimiento en asientos ofrecidos en el mercado regional e internacional. Para crecer hay que invertir".

El 16 de octubre de 2013, los lectores pudieron ver un artículo que llevaba el título de: "Denuncian a Recalde y a De Vido por el vaciamiento de Aerolíneas". Allí el entonces senador jujeño Gerardo Morales afirmaba que estaba dispuesto a realizar una denuncia ante la justicia federal, acusando a Recalde de los delitos de "abuso de autoridad, violación de los deberes de funcionario público, malversación de caudales públicos y encubrimiento por el vaciamiento de la compañía".

Morales agrega que desde que se "declaró la expropiación de Aerolíneas Argentinas y Austral Líneas Aéreas, el 22 de diciembre de 2008, la deuda de la compañía trepó casi un 40%, de 890 a 1.200 millones de dólares".

"Comprar aviones, remodelar sucursales, mejorar la infraestructura, saldar deudas, reactivar servicios, consumen dinero y por lo tanto, son gastos inevitables para cualquier administración" respondió su titular Mariano Recalde en declaraciones

radiales.

Además no se encontraron argumentos legales para acusar al titular de la aerolínea por corrupción, ya que se trata de una acusación sin "pruebas suficientes o delito alguno", según informaron desde la propia empresa.

En septiembre de 2011, Clarín titula "Crítico informe sobre los vuelos de Aerolíneas que van a Europa".

Allí el diario hace mención a un informe, preparado por la Unión Europea, donde se enuncian falencias de la empresa en lo que respecta al mantenimiento, estado del avión, etc. En la crónica se afirma que de no mediar una mejoría en los servicios de la compañía, desde Europa se prohibiría aterrizar a los aviones de Aerolíneas en los aeropuertos de Madrid, Barcelona y Roma.

Recalde, presidente de la empresa, en declaraciones radiales aclaró que "es un informe viejo, interno, y que no pone en riesgo la vida de los pasajeros. Este diario nos tiene acostumbrados a eso. No tenían noticias y usaron ese informe que es viejo, y no pone en riesgo la seguridad de nadie".

El CEO de la aerolínea agrega que "acá no hay problemas de seguridad. Si hubiese problemas no estaríamos volando. Todo el tiempo las aerolíneas son sometidas a distintas auditorías para seguir volando. Fue un correo electrónico interno de un gerente que alienta a los jefes para superar las obligaciones y así mejorar estándares de calidad. Aerolíneas sigue siendo una de las empresas más seguras del mundo. Mejoramos los vuelos, las frecuencias, generamos alianzas con otras aerolíneas que son muy estrictas. Estamos tranquilos, pero ese diario siempre trata las noticias de la misma manera".

El informe en cuestión, según Recalde, se refería a un momento histórico donde la empresa estaba en manos privadas y no estatales.

Un artículo de octubre de 2013, titulado, "Aerolíneas a Nueva York: 12 cuotas de \$599", tuvo un análisis económico del país, con respecto al cepo cambiario y las trabas para viajar al exterior, haciendo un paralelismo con el lanzamiento de la ruta a Nueva York, que Aerolíneas comenzaba a operar a partir del 15 de diciembre de 2013 en vuelos diarios sin escalas.

En septiembre de 2013 la Administración Nacional de Aviación Civil (ANAC) informó a la aerolínea chilena LAN que debía abandonar su hangar de Aeroparque.

El espacio en cuestión, se encuentra en el área norte de la terminal aérea metropolitana, que según el proyecto de obras que estaba encarando en ese momento el consorcio del aeropuerto (Aeropuertos Argentina 2000), debía ser

demolido para dar lugar a un sector de parqueo de los aviones.

En febrero de 2012 Clarín titulaba "Aeroparque está desbordado y hay fuertes quejas de pasajeros". Dentro de la nota se podía leer que "el tráfico duplica la capacidad del aeropuerto, existe un crecimiento en el número de aeronaves que despegan y aterrizan diariamente, sumado a un considerable aumento de pasajeros que por momentos hace colapsar el hall central".

En tanto, la medida fue criticada, ya que según un comunicado de LAN publicado en agosto de 2013, significa un "perjuicio a la compañía y atenta contra la seguridad jurídica de las empresas".

Otros en cambio, como los referentes sindicales, vieron que fue "una decisión enfocada en ayudar a la operatividad de Aerolíneas Argentinas, ya que de esta manera, la empresa se quedaría con la comodidad de un hangar propio (el único del aeropuerto) y una amplia red de rutas partiendo del Aeroparque. Si perdía el hangar, debía mudar gran parte de su operación a Ezeiza, generando mayores traslados a sus pasajeros" informaba el diario La Nación. Un comunicado de la Asociación de Pilotos de Líneas Aéreas (APLA) agregaba que se trataba de un "hecho histórico y positivo".

Luego de la protesta formal del entonces gobierno chileno de Sebastián Piñera y un recurso de amparo presentado por los abogados de la línea aérea trasandina y dado a lugar por la justicia, la aerolínea LAN mantuvo el funcionamiento del hangar hasta que el poder judicial se expidió definitivamente en la causa en particular.

Ese año, el titular de la Asociación del Personal Técnico Aeronáutico (APTA), Ricardo Cirielli, afirmó que "lo que buscan con esta situación es que LAN Argentina termine siendo no competitiva, se le encarezcan los costos y, como consecuencia de esto, tenga que reducir vuelos, y también personal, o directamente irse del país". Desde Santiago, fuentes de la cancillería chilena abogaban en "que el principio de no discriminación de las empresas entre la inversión extranjera y local sea respetado".

Por otro lado, el ministro de Hacienda trasandino, Felipe Larraín, afirmaba que "este es un tema que se está discutiendo a nivel de los cancilleres y esperamos que se llegue a una solución, y esperamos también que este principio de no discriminación entre la inversión extranjera y la inversión nacional sea respetado".

Clarín, por su parte, publicó la nota: "Echan a LAN de Aeroparque y podría dejar de volar al Interior". Allí se puede leer que "Lan Argentina está en la mira del Gobierno desde 2010. La quieren sacar del Aeroparque. El objetivo final sería favorecer a

Aerolíneas Argentinas, asfixiando a su competencia, en este caso, LAN”.

Otro artículo fue el titulado “Apunten contra La Cámpora”, donde se pueden leer enunciados como el siguiente: “Existe un hostigamiento contra LAN y una decena de empresas pequeñas y medianas de capital nacional. Esta decisión no tiene lógica aerocomercial que la sustente, es asombrosa la capacidad de destrucción que tiene La Cámpora: cosa donde se mete, la destruye”.

El 22 de agosto de 2013, se publica la nota: “Los planes incluiran que Eurnekian deje Aeroparque en manos de Aerolíneas”.

Aquí se hace hincapié en que la empresa de bandera nacional se hará cargo en forma exclusiva de la operación del Aeroparque metropolitano en lo que respecta a los vuelos. Es decir, no habra competencia alguna, ya que ese aeropuerto será exclusivamente la base de operaciones de Aerolíneas Argentinas y Austral.

Ni LAN Argentina, Sol Líneas Aéreas, Andes, MacAir, GOL y TAM podran operar all: a partir de ese momento o se mudan a Ezeiza o a la base aérea de San Fernando, en la provincia de Buenos Aires.

En el artículo se puede leer que “la decisión del Gobierno de intimar a Lan Argentina a que abandone el hangar que ocupa en el Aeroparque Jorge Newbery sera parte de una maniobra más amplia que incluira que, desde 2014, Aerolíneas Argentinas pase a operar el aeropuerto porteño y mude all sus oficinas”.

Luego agrega que “el plan implicara que la aerolínea estatal que maneja La Cámpora mude sus oficinas a Aeroparque y lo convierta en una terminal casi exclusiva de Aerolíneas y Austral. A cambio, los ‘Jóvenes K’ se comprometieron a no interferir para nada en la gestión de Ezeiza”.

En este último caso se refieren a una hipotética estatización de los 33 aeropuertos que maneja el consorcio privado Aeropuertos Argentina 2000 en el país, y que tiene como titular al empresario Eduardo Eurnekian.

Publicado eso, se hizo pública la desmentida de Eurnekian en lo que respecta al tema. Ante diversos medios aclaró que “no es verdad. Tenemos contratos que no se pueden rescindir hasta 2028. Por otro lado, así como Aeropuertos no puede tener una aerolínea, tampoco Aerolíneas puede manejar los aeropuertos. Hay reglas internacionales. No se puede”.

El 21 de septiembre de 2014, Clarín publica otra nota en su sección política con el título de "Aerolíneas Argentinas perdió \$ 18.100 millones en seis años".

El artículo describe que " Son datos de sus balances. Equivalen a 2 millones de dólares por día. Recibió subsidios por \$ 17.786 millones. Aerolíneas Argentinas y

Austral registraron en los seis años que están en manos del Estado una pérdida de \$ 18.100 millones, según se desprende de los balances publicados por las propias compañías. Si se compara el quebranto de cada año con el tipo de cambio oficial correspondiente, se concluye que la aerolínea de bandera perdió casi 2 millones de dólares por cada día de la gestión Recalde".

Luego aclara que "los mismos balances registran que durante el mismo período, el Estado giró a ambas empresas subsidios por \$ 17.786, prácticamente la misma cantidad de dinero que las pérdidas acumuladas. La situación económica de la empresa es complicada y necesita de medidas urgentes para poder empezar a registrar menores pérdidas".

Consultado por este artículo, el experto en noticias de aviación, Gastón Sena, responde que "en este caso, no se contaron las causas o en qué se gastó parte de ese presupuesto para entender el por qué de esas pérdidas económicas. Si bien el número es real, es necesario explicar el funcionamiento interno de la aerolínea. Hoy pocas aerolíneas dan ganancias y cuando ocurren pérdidas mayormente tienen una razón, como por ejemplo, una inversión realizada".

El 7 de noviembre de 2014 publica otro artículo similar al anterior con el título de "El agujero negro de Aerolíneas: en 2013 perdió 3.855 millones de pesos". Allí se puede leer el siguiente párrafo:

"Las demoledoras conclusiones del informe de la Auditoría General de la Nación sobre la gestión de Aerolíneas Argentinas en 2011 y el primer semestre de 2012 –que enumera enormes gastos en personal y combustible, cuestionables compras de aviones y una mala selección de las rutas aéreas– causaron ayer la réplica de su presidente, Mariano Recalde, quien buscó justificarse bajo el argumento de que aquella información refleja una situación antigua. Sin embargo, Clarín accedió a nuevos datos que Aerolíneas entregó a la Auditoría, igualmente contundentes: las pérdidas, el crecimiento de gastos inexplicables y la necesidad de recibir millonarias transferencias desde el Estado continúan hasta el día de hoy".

En ese mismo artículo se agrega que "Aerolíneas es una empresa virtualmente quebrada. Pierde dinero por el sólo hecho de poner un avión a volar, según palabras del ex perito contador de la Corte Suprema Alfredo Popritkin", quien fue citado como fuente del mismo artículo.

## **CAPÍTULO 3: “Enfoque teórico de la problemática”**

### **Análisis teórico de la cobertura periodística impartida por Clarín**

Al analizar el trabajo del diario en lo que respecta a la operatoria de Aerolíneas Argentinas, se enumerarán una serie de conceptos teóricos y citas de diversos autores y periodistas.

La teoría de la aguja hipodérmica es la primera y tuvo su origen dada la necesidad de analizar y estudiar los efectos de la propaganda durante las décadas de 1920 y 1930. Si bien el contexto de su origen dista de la actualidad, dicha teoría es parte elemental en los estudios clásicos de la comunicación.

Fue obra del sociólogo alemán Harold Dwight Lasswell, basado en el análisis propagandístico y sus efectos sobre la formación de la opinión pública. El sociólogo español Antón R. Castromil describe en su libro "La comunicación política", que "el fundamento se basa en el hecho de que los medios de comunicación 'inyectan' información tratada y filtrada, de modo que el contenido presentado es dado por cierto".

Luego agrega que "esto hace que las poblaciones tengan la percepción de que lo que dicen los noticieros y medios de comunicación es cierto y no tiene que ser verificado ni contrastado. Según la teoría es posible moldear su conducta y hacer que desarrollen comportamientos favorables a las intenciones e intereses de los grupos de poder, tanto públicos como privados".

Dentro de una sociedad de masas los individuos tienen dificultades para transmitir mensajes a nivel masivo. Aquí es donde los medios de comunicación se convierten en los responsables de la comunicación.

Castromil aclara que "esta clase de estímulo-respuesta es común en la psicología de masas y un modelo muy usado por las empresas para influir en la decisión de compra de los consumidores, pero también ha sido empleado por los factores de poder político y mediático para provocar reacciones en la población, las cuales por supuesto serán favorables a sus intereses. Considerando que las masas son un conjunto de individuos, influir sobre ellos implica la inserción de un mensaje invisible que se convierta en el hilo conductual que guíe sus acciones".

En resumen, el objetivo es darle credibilidad y legitimidad social a todo lo que se comunica, donde es válido tamizar información, analizarla y a la vez, teorizar sobre el fenómeno de la comunicación de masas. La teoría se encarga de definir los

puntos principales del mensaje a comunicar, sus ventajas y desventajas, al igual que la forma en que será emitido al público.

Otro autor como el filósofo y ensayista español Ortega y Gasset, afirmaba en 1930 que "la masa arrolla todo lo diferente, egregio, individual, calificado y selecto. Quien no sea como todo el mundo, quien no piense como todo el mundo, corre el riesgo de ser eliminado. Y claro está que 'todo el mundo' no es 'todo el mundo'. 'Todo el mundo' era, normalmente, la unidad compleja de masa y minorías discrepantes, especiales. Ahora 'todo el mundo' es sólo la masa".

El significado en sí de la teoría es que los mensajes de los grandes medios son recibidos de manera uniforme por todos, sin distinción alguna, y que sus reacciones son el reflejo de dichos estímulos.

Por otro lado, la periodista y escritora Graciela Mochkofski escribió el 5 de diciembre de 2012 un artículo en el diario español El País, titulado "Las dos versiones de un conflicto". Allí expuso el siguiente párrafo:

"Existen dos narraciones predominantes sobre el enfrentamiento entre Clarín, el mayor grupo de medios de la Argentina, y el Gobierno de Cristina Kirchner. Una sostiene que, con el ataque a Clarín, el Gobierno busca aplastar la prensa libre, sofocar el pensamiento crítico, destruir el sustrato mismo de la democracia.

La otra asegura que Clarín es el eje del mal, el culpable de todos los problemas nacionales, y que su destrucción será seguida, automáticamente, por una impresionante mejoría de nuestra calidad democrática. Ninguna de las dos versiones refleja la realidad. Para entender esta guerra, que ya lleva cuatro años y medio, es preciso conocer la historia reciente. Antes de ser enemigos, Clarín y el Gobierno fueron amigos"

La autora refleja las posturas antagónicas del diario y del gobierno, y además reflexiona sobre su pasado reciente. Mochkofski, al finalizar dicho texto escribió lo siguiente:

"Y, sin embargo, Clarín persiste como si no tuviera ya más nada que perder. No es cierto: aún maneja un negocio de 522 millones de pesos de ganancia anual que juega cada día en la trinchera de lo que, a todas luces, parece una batalla perdida.

Porque, como ocurrió en la Gran Bretaña de Rupert Murdoch, un modelo de relación entre la prensa y el poder político, que dio una posición dominante a Clarín en los últimos 30 años, ha muerto. Sólo Clarín parece no entenderlo"

En enero de 2017, un artículo publicado en el sitio web Infobae, titulado "Cuando los medios se convierten en la oposición" y firmado por Pablo Boczkowski, profesor del Departamento de Estudios de Comunicación en la Northwestern University de Estados Unidos, analizó ese punto. Allí expone que "el 25 de enero, sólo cinco días después de que Donald Trump asumiera la presidencia, el jefe de estrategia de la Casa Blanca, Stephen K. Bannon, dijo: 'Los medios deberían estar avergonzados y humillados y mantener su boca cerrada y sólo escuchar por un tiempo. Los medios aquí son el partido de la oposición'".

El autor, que formula un análisis general, no específico sobre Estados Unidos, se pregunta "¿Cuáles serían las consecuencias de la confrontación entre el Gobierno y los principales medios de comunicación para la confianza sobre las noticias y los políticos desde la perspectiva del público?"

La autora Graciela Mochkofski, citada anteriormente, escribió en su libro "Pecado Original: Clarín, Kirchner y la lucha por el poder", que "la prensa pasó a ocupar el rol de opositora y no de institución independiente. En forma incipiente, después de más de dos décadas, comenzaba a someterse a debate público el papel de los periodistas en la vida nacional".

Boczkowski, en tanto, escribió el siguiente párrafo donde se explaya al respecto:

"En la Argentina, durante los gobiernos de Néstor Kirchner y su esposa surgió una relación antagónica con los principales medios de comunicación. El gobierno tuvo inicialmente una relación de conveniencia mutua con la principal empresa de medios, el Grupo Clarín. Sin embargo, esta relación cambió en 2008 luego del conflicto entre el Gobierno y los productores rurales, en el que la cobertura de los medios del Grupo Clarín favoreció la perspectiva de los productores. Poco después, la presidencia empezó a confrontar directamente con este conglomerado. El Gobierno y sus aliados lanzaron repetidos ataques económicos, regulatorios y de relaciones públicas contra estos medios. Estos ataques apuntaron con más fuerza al diario Clarín, que históricamente había tenido una posición ideológica centrista y era el de mayor circulación diaria. A su vez, los llamados 'medios opositores' intensificaron su cobertura crítica del gobierno, una postura que mantuvieron hasta el final de la segunda administración de Cristina Fernández"

El periodista de Clarín, Julio Blanck, reconoció en una entrevista realizada por el sitio web La Izquierda Diario en diciembre de 2015, que en el diario hicieron "periodismo de guerra" en relación al gobierno.

Allí expresa lo siguiente: "A ver: ¿hicimos periodismo de guerra? Sí. Eso es mal periodismo. Fuimos buenos haciendo guerra, estamos vivos, llegamos vivos al final,

al último día. Periodismo eso no es como yo lo entiendo, no es el que me gusta hacer. Y yo lo hice, no le echo la culpa a nadie, yo lo hice. Eran las circunstancias e hice cosas que en circunstancias normales por ahí no hubiese hecho, en términos de qué posición tomar o de cierta cosa terminante".

Blanck habla del término histórico de "periodismo de guerra" y es allí donde el periodista Gastón Flores, quien escribió en 2007 una publicación llamada "Periodismo y propaganda de guerra", editada por la Universidad Nacional de Rosario, explica de qué se trata ese término.

"Periodismo suele ser sinónimo de seriedad, rigurosidad y una muy repetida objetividad; propaganda de guerra suele ser sinónimo de manipulación, mentiras y engaño. Sin embargo, ambos conceptos muchas veces se unen rápida y fácilmente en momentos de conflictos políticos o armados, generando una ambigüedad manifiesta.

Es equivocado pensar al periodismo de guerra como un opuesto a la propaganda: en realidad la segunda es una respuesta a la contundencia del primero"

Los estudios teóricos de la comunicación, incluyen un apartado sobre el uso de la propaganda que está basado en una serie de "principios". Aquí serán citadas las palabras del investigador por la Universidad de Valencia (España), Joaquín Mateu-Mollá, con seis de ellos, relacionados a la temática tratada.

En un artículo publicado en 2015, explica que "el Principio de la simplificación se basa en la reducción de toda la complejidad de los distintos enemigos a una realidad muchísimo más discreta, desprovista de diversidad y muy fácilmente identificable. El propósito es infundir a todo lo que se opone a las propias ideas de un rasgo común y sencillo donde se reduzcan sus aristas hasta la misma caricatura. De esta manera, no existiría nunca una batalla contra múltiples antagonistas, sino una guerra en la que solo bregaría un sencillo contendiente: el mal, la brutalidad, la injusticia o la ignorancia".

Con respecto al Principio de la vulgarización "se propone que las propiedades de los mensajes a comunicar han de adaptarse al nivel de los individuos que van a recibirlo, y en concreto al menos inteligente de todos ellos. A través de tal proceso se eliminarían todos los matices complejos, y se buscaría difundir algo tan 'simple' que cualquier ser humano podría llegar a comprender. Esta forma de diseñar los anuncios de propaganda iba dirigida a la masa y no a los que la formaban, aprovechando que los grupos son más fáciles de convencer que los individuos aislados (y que también olvidan más rápido)".

El Principio de la orquestación consiste en que "las ideas que se quieren transmitir a la masa han de repetirse de forma continuada, usando distintos prismas y ángulos pero insistiendo en el mismo concepto. Es importante que todo se reduzca a lo más básico posible, de forma que sea casi imposible que se perciba un atisbo de duda o contrariedad en el contenido de lo que se transmite. Esta estrategia es básica, puesto que aumenta las ocasiones en que el mensaje está disponible, lo que incrementa el grado de credibilidad que las personas le atribuyen y su disponibilidad en la conciencia individual".

En el Principio de la verosimilitud "toda información debería estar sustentada por el mayor número de fuentes posible. La selección interesada de qué detalles reseñar y cuáles omitir/ocultar (lo que se conoce como 'fragmentación'), es esencial para esta ley de la manipulación".

En el Principio de la silenciación se tiene por "objetivo el de acallar todas las noticias positivas sobre los rivales, usando los medios de comunicación afines a la causa. También se buscaría omitir noticias adversas sobre uno mismo o que desalentaran el ánimo de la población que se pretende manipular. El fin sería sesgar la información de que podrían disponer, e incluso reservar noticias negativas o falsas para el momento en que surjan logros del adversario, contrarrestando sus efectos en el oyente. Para este principio, lo fundamental es el tiempo y la tergiversación".

Y por último el Principio de la unanimidad donde "la pretensión de este principio es hacer creer que las ideas que se desea difundir gozan del consenso de toda la población, de forma que quienes las acojan como propias sintonizarán con la 'opinión' que quieren hacer pasar como general. Este principio aspira a aprovechar el conocido fenómeno del conformismo social, al que se atribuye una enorme capacidad para la persuasión".

El periodista Julio Blanck, conductor de la señal Todo Noticias y editor jefe de Clarín, luego de hablar de "periodismo de guerra" en la entrevista digital, continuó en su relato:

"Hubo un momento en que la guerra contra Clarín pasó a ser la guerra contra los periodistas; ahí fue donde me parece que el Gobierno kirchnerista perdió la guerra contra Clarín. Porque los periodistas se involucraron personalmente, algunos se fueron a medios kirchneristas y los que se quedaron se pusieron espalda con espalda.

El día que vinieron 200 inspectores de la AFIP y se metieron en el diario, periodistas que no son de política lloraban diciendo nos van a cerrar la empresa, nos vamos a quedar sin trabajo. Nos hicieron un favor en eso".

Luego, consultado por las herramientas que utilizaron para enfrentar la discusión con el gobierno, Blanck responde que "cuando vieron que 'es con nosotros', te defendés, te defendés y te defendés. ¿Haciendo cosas que no hubieses hecho en otra circunstancia? Puede ser. Si vos me decís: ¿hoy tenemos que hacer el mismo periodismo que hicimos hasta hace años atrás? No, no. ¿Estamos haciendo un periodismo distinto? No siempre. ¿Estamos haciendo buen periodismo? Todavía tenemos muchos tics del pasado reciente me parece".

En tanto, cuando se le pregunta por las consecuencias para el diario, responde lo siguiente:

"¿Sobre si Clarín va a volver a tener la gravitación que tuvo antes?. El Gobierno de Kirchner y sobre todo de Cristina, le dieron a Clarín una gravitación loca, suicida. Se demostró suicida para ellos, ¿no? Me parece que era una pieza estratégica en cómo entendían la toma absoluta del poder. Pero le dieron a Clarín un lugar que no tenía. Clarín influía, influye, pero no era el enemigo del Estado; ellos lo tomaban como el enemigo del Estado y la verdad que los resultados están ahí".

Autores citados como Graciela Mochkofski, Víctor Hugo Morales, Pablo Boczkowski y Julio Blanck mostraron sus puntos de vista con respecto a la temática, y ahora el periodista del diario La Nación, Pablo Sirvén es quien dará su opinión. El 3 de octubre de 2014 publicó un artículo titulado "La admiración obsesiva del kirchnerismo hacia Clarín", donde expresa:

"Cristina Kirchner también tiene sus propios diarios en manos de empresarios amigos a los que surte en forma con generosa publicidad oficial para que puedan sostenerse, a falta de lectores voluntarios en cantidad. Pero ella, en cada discurso, sigue obsesionada por los otros diarios, los que no le pertenecen, a los que niega publicidad oficial y que son, precisamente, los que la gente elige".

Antes de finalizar, Sirvén aclara:

"Se confirma, una vez más, la admiración obsesiva hacia Clarín por parte del kirchnerismo. Es el mismo sentir que el de un amor no correspondido: es contradictorio, demandante, paranoico, perseguidor, suplicante y violento. Se confirma que el Gobierno utiliza el dinero de todos sin restricción alguna e impudicamente para llevar adelante sus propias cruzadas personales contra los enemigos de turno".

El 30 de octubre de 2013, el mismo periodista, publica la nota "Kirchner quiso pactar con Clarín y, como no pudo, le declaró la guerra". Allí hace un resumen, en su opinión, de la causa del distanciamiento entre el Grupo Clarín y el oficialismo.

"En 2009 los Kirchner habrían pedido un apoyo más incondicional para la campaña de aquellas primeras elecciones legislativas, que perdieron. A falta de poder persuasivo, lanzaron dos inquietantes advertencias a Clarín: o los apoyaban o empezaban a agitar el tema del ADN de los hijos de Ernestina Herrera de Noble y a propulsar lo que Gabriel Mariotto llamó 'la madre de todas las batallas': la ley de medios. No hubo acuerdo y ambos temas fueron inmediatamente motorizados. El Gobierno, además, había encontrado finalmente su razón de ser: una persistente cruzada contra los medios de comunicación en general y contra Clarín en particular como combustible y leitmotiv de sus movimientos públicos de allí en más".

Héctor Magnetto, CEO del grupo Clarín, en el libro titulado "Así lo viví", deja las siguientes reflexiones donde relata cómo vivió el enfrentamiento en cuestión:

"Con la excusa de los intereses corporativos, se intentó negar legitimidad a la empresa periodística, que es, aquí y en el mundo, la base de sustentación del periodismo profesional. Néstor Kirchner estuvo obsesionado desde el principio con nosotros. Diseccionaba cada tapa, cada título, cada epígrafe. Se quejaba con los periodistas y también llamaba a la empresa. No sólo cuestionaba análisis y opiniones, sino también el espacio que se les daba a las noticias. Buscaba siempre segundas intenciones, mensajes subliminales, conspiraciones. Desconocía o ninguneaba la lógica periodística".

(Magnetto, Héctor, 2015, p. 16)

Luego agrega que "en suma, la ley de medios era una ley mala, no en los detalles sino en sus aspectos más básicos, mal redactada y, sobre todo, mal concebida. Quisieron convertir nuestra marca en sinónimo de vergüenza". (Magnetto, Héctor, 2015, p. 17).

El resumen de dicho libro, escrito por el periodista Carlos Pagni, describe su punto de vista con respecto a la temática en sí, sus palabras fueron:

"Narra la historia de la embestida kirchnerista contra la prensa desde la perspectiva 'privilegiada' del líder del grupo Clarín, que fue el blanco principal de esa agresión. La reconstrucción de ese conflicto es la excusa para analizar los desafíos a los que están expuestas las empresas de comunicación".

Por otro lado, el 24 de octubre de 2010, cuando la presidenta Cristina Kirchner presenta en Casa Rosada, el informe sobre la empresa Papel Prensa donde denuncia la apropiación ilegal de la papelera, en 1976, por parte de los accionistas privados Clarín, La Nación y La Razón, deja un discurso que refleja la discusión con el multimedios.

Allí, la mandataria afirma que "después de leer este informe, me quedó un sabor amargo y la certeza de que existe un poder que está por encima de la primera magistratura. Desde hace décadas que existe un poder que intenta subordinar al Estado a sus intereses. Esto lo pude ver en todo el expediente. Lamento decirle a

ese poder que no será funcional a sus intereses".

Luego, el periodista de La Nación, continúa en su alocución al decir lo siguiente:

“En un editorial del domingo pasado, Clarín publicó que ‘el Gobierno avanza en Papel Prensa para controlar la palabra impresa’. En abogacía tenemos un dicho, a confesión de partes, relevo de pruebas. O lo que en psicología se llama proyección. Uno infiere que quien controla el papel, controla la palabra. Papel Prensa es una empresa monopólica. Por eso coincido con lo que dice el multimedio”.

La periodista Graciela Mochkofsky, en su 'resumen' del libro "Pecado Original" describe este contexto con la siguiente frase: "en el período 2008-2011, el gobierno nacional y el mayor grupo multimediático del país se enfrentaron en una guerra pública y privada que conmocionó a los argentinos". Luego, para finalizar, realiza varias preguntas retóricas: "¿Cuál era la verdadera relación entre Kirchner y Magnetto? ¿Por qué se pelearon para siempre? ¿Hubo un intento de tregua, y a qué precio? ¿Es Clarín un diario independiente?".

El comunicador Alejandro Alfie, el 25 de marzo de 2013, publicó en el sitio web oficial del Grupo Clarín, un artículo con el siguiente título: "Un aparato de propaganda para controlar la información". Allí describe que "la actual gestión se caracteriza por la mayor persecución contra los medios independientes desde el retorno de la democracia. El cristinismo acusa al Grupo Clarín de casi todos los males que atravesó y atraviesa el país. Y busca destruirlos, con todo el aparato del Estado".

En la misma nota agrega que "el gobierno también considera como destituyentes a las denuncias sobre corrupción oficial, e intenta silenciar las visiones diferentes. Contra ellos se desarrolla 'la madre de todas las batallas', con el objetivo de controlar la agenda mediática".

Este concepto será analizado bajo el término de "agenda setting". Esteban Zunino, Doctor en Ciencias Sociales e investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), en su artículo científico 'Agenda setting: 50 años de investigación', publicado en 2018, explica que el mismo "constituye en la actualidad uno de los enfoques teóricos más utilizados y discutidos de la investigación en Comunicación".

Cuando describe en qué consiste, lo define del siguiente modo:

"La multiplicidad de acontecimientos que suceden en la realidad es inabarcable para los seres humanos. Los medios de comunicación, en la modernidad, se han convertido en esas 'ventanas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa'. Así, los ciudadanos, devenidos en consumidores de bienes culturales y simbólicos producidos por los medios de comunicación masiva, acceden a una realidad de segunda mano que viene estructurada por las informaciones que reciben de estas usinas".

El autor señala que "la hipótesis fundacional de esta línea de investigación indica que los medios de comunicación tienen la capacidad de seleccionar y destacar ciertos temas y omitir otros". Zunino, aclara que "mediante ese mecanismo, enfatizan los asuntos que luego se convierten en importantes para la opinión pública. De este modo, los medios no funcionan como simples transmisores de acontecimientos que les son externos, sino que tienen la capacidad de influir sobre

las cogniciones de las audiencias en sus formas de percibir y organizar el mundo". Cuando se analiza la forma en que se desarrolla, el investigador relata que ocurre "por intermedio de operaciones de inclusión y exclusión de temas, actores y aspectos, ya las coberturas noticiosas condicionan la experiencia que la gente tiene del entorno que queda más allá de su experiencia directa".

En 1922, el periodista estadounidense Walter Lippmann publica el libro *Public Opinion*, obra clásica, pionera de la teoría de la comunicación.

Según Zunino, Lippmann "postula que la opinión pública no responde a su entorno real, sino a uno construido por los medios. Los medios de comunicación son conectores entre los hechos del mundo y las imágenes mentales de estos en los sujetos".

En tanto, describe que "el rol de los medios se basa en su influencia sobre la gente y su relación con los hechos reales, conclusión de que los medios definen el mapa cognitivo de la sociedad sobre su experiencia con el mundo en el que viven, fuera de su alcance, de su experiencia y de su mente".

Para finalizar, define la temática del siguiente modo: "lo que la prensa expresa acerca del mundo, aquello que la gente vive como real, no es más que el pseudo ambiente creado por las noticias".

Por otro lado, Gastón Sena, periodista y editor del sitio de noticias especializado en aeronáutica 'Aviacionline' (el medio de aviación más leído en Hispanoamérica según datos de Alexa Internet, Inc. de 2020), al ser preguntado por la relación entre el gobierno nacional, el diario Clarín y la cobertura que le dio este último, afirmó que "hubo mucha disputa política entre el kirchnerismo y Clarín, para quienes amamos la aviación también fue bastante incómodo porque a veces algunas críticas que hacían los medios eran desmedidas y falsas".

Luego, profundiza su opinión de la siguiente manera:

"También el gobierno en ese tiempo hizo militancia con Aerolíneas y fueron de pelear mucho con Clarín y también con quiénes a veces realizábamos críticas. Yo en la página escribí algunas editoriales críticas y se llenaba de comentarios agresivos de algunos seguidores y tampoco me era cómodo eso. Obviamente que no los mandó el gobierno, soy un simple periodista y redactor de noticias de aviación, pero existía una sensación en el aire bastante agresiva de los dos lados de la grieta. Fue como una guerra simbólica, yo leía los diarios, estaban enfrentados, pero como digo, fue muy incómodo estar en el medio"

Sena, en cuanto a la cobertura periodística deja su análisis al decir que "pasa al día de hoy, y en el medio que elijas, los que escriben no saben de aviación, no están formados, te ponen una noticia de un vuelo demorado y aparece de foto un avión de la década de los ochenta, se nota que la sacan de internet sin investigar antes. No saben y creo que tampoco les interesa".

Santiago Torre Walsh, es periodista y editor del sitio web 'Sirchandler', el cual, según el diario Olé, en una entrevista de octubre de 2020, lo define como "uno de los especialistas del mundo viajes, una voz autorizada para hablar de vuelos, destinos, aerolíneas y turismo".

Torre Walsh fue consultado para esta investigación sobre la cobertura que hizo el diario Clarín con respecto a Aerolíneas Argentinas. 'Sirchandler', tal como se lo conoce en el medio turístico y de viajes afirmó que "fue bastante evidente que no se

querían y que tuvieron de rehenes a los pasajeros, una pelea de poderosos". Agrega que "se notaba malicia en varias notas que metían, es sabido que en las redacciones no hay gente especializada en el sector, somos pocos. Muchos levantan notas de mi página y no me nombran, ahí ves el nivel que tienen, Infobae es uno".

Durante los años que comprenden el 2008 y 2015, el sitio 'sirchandler.com.ar' tuvo artículos referidos a la operación de Aerolíneas Argentinas que pueden ser consultados en su archivo web. Uno de ellos, del 9 de octubre de 2014, tenía el siguiente título: "La alianza menos pensada: Clarín & Aerolíneas Argentinas". El texto publicado en esa fecha decía textualmente lo siguiente:

"Pensé que era 28 de diciembre! pero no... Ahora podés sumar millas en Aerolíneas Argentinas suscribiéndote al diario Clarín!! Si un extranjero lee esto, que es una alianza entre el diario que más vende en el país, junto a la aerolínea que más pasajes vende diría que es algo normal... y si, lo sería en un país normal.

Pero es una historia larga de explicar... vamos a los detalles publicados en la web de Aerolíneas Argentinas. Sin más comentarios... pero es bueno que pasen estas cosas! Pero que país más loco! Falta que Coto haga una promo para veganos!"

La pregunta a Torre Walsh se basó en esa nota y consistió en inquirir su contexto y lo que intentó transmitir. Allí en respuesta, aclara lo siguiente: "no acostumbro a hablar de política en mi página, soy un generador de contenidos, pero sí uso la ironía, a veces es mejor reír que llorar y hay situaciones que sólo ocurren en Argentina o más seguido. En el mundo es normal que un diario importante haga una alianza con la mayor aerolínea del país, pero acá durante muchos años no fue posible, en 2014 después lo hicieron, pero llevó tiempo y por lo que se, con las negociaciones, no fue fácil." Luego aclara, que "seguramente por algo ideológico u otra razón no querían hacer negocios con Clarín, pero primó el sentido común, porque el turismo es una fábrica sin chimeneas que da mucho laburo y nos beneficia a todos".

En diciembre de 2015, para el aniversario número 65 de Aerolíneas, en la página web de Sirchandler se leyó una nota con el título de "Felices 65 años Aerolíneas Argentinas" donde el autor escribe su felicitación "a los que bancaron los años horribles del grupo Marsans. A los que sin ser del mismo partido que esté arriba siguen y seguirán buscando mejorar. Aerolíneas Argentinas una de las empresas más seguras del mundo simplemente por la pasión y profesionalidad de su gente". Al terminar su texto, remarca que "en los últimos años se ha mejorado mucho, flota, personal, la metieron en una alianza internacional (y eso no es fácil). Luego habrá que ver los costos, pero es necesario que una aerolínea una todo el país (mucho más de lo que lo hace ahora)".

En el sitio web también fueron encontrados artículos que llevaban el título de "Otro fail de los medios en materia aerocomercial: Aerolíneas no va a volar a Las Vegas ni a China". Esa nota, del 28 de enero de 2013, que hablaba de una crónica de los medios digitales Infobae y Clarín, daba a conocer dos nuevas rutas internacionales de Aerolíneas. Torre Walsh aclara que "eran resultado de un acuerdo de código compartido entre Aerolíneas Argentinas y Delta Airlines, por lo tanto, los vuelos los

iba a realizar Delta pero Aerolíneas iba a poder vender los tickets aéreos con código de vuelo propio pero operado por su socia estadounidense, eso es lo que llamamos código compartido en aviación". Consultado del por qué los medios escriben de esa forma, él responde que "supongo que es por ignorancia pero terminan desinformando y engañando al lector".

Otras dos notas similares, una de noviembre de 2013 y otra de mayo de 2015, llevaban los títulos de "Clarín afirma que Aerolíneas vuela con Boeing 707 a Miami" y "Otra vez sopa: medios inventan un vuelo de Aerolíneas a Moscú". El autor remarca que "el Boeing 707 no vuela desde hace 40 años en el país, tuvo su época de gloria como avión presidencial en las décadas del 40 y 50 y Aerolíneas nunca pensó en volar a Rusia, además no hay avión adecuado para esa ruta por la distancia y el kilometraje".

El término "desinformación" según el registro de 'Oxford Dictionaries', diccionario publicado por la editorial Oxford University Press, señala que es "información falsa o engañosa que se difunde de manera intencionada para engañar e intentar manipular las creencias, emociones y opiniones del público en general. Es, en definitiva, el acto y el resultado de desinformar". En tanto, el historiador francés Paul Veyne en su ensayo publicado en 1987: "¿Creían los griegos en sus mitos?", explica que "los hombres no encuentran la verdad, la construyen, como construyen su historia". Otro concepto, el de manipulación mediática, será explicado con la obra del autor estadounidense Noam Chomski, publicada en 2010. Se trata de cinco 'estrategias' que él describe y serán citadas; la primera de ellas, llamada 'estrategia de la distracción', donde explica que "el elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones falsas o insignificantes". Otra de las estrategias se basa en 'utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión', allí relata que "el uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional, y finalmente al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones, o inducir comportamientos".

Luego, habla de "mantener al público en la ignorancia y la mediocridad" donde "el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud". El siguiente punto lleva el título de 'estimular al público a ser complaciente con la mediocridad', donde "se intenta promover al público a creer que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto".

Por último, habla de 'conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen', en el que comenta que "en el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las elites dominantes. Gracias a la biología y la psicología aplicada, el 'sistema' ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El 'sistema' ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el

sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el de los individuos sobre sí mismos".

Por otro lado, Santiago Torre Walsh, 'Sirchandler' en su medio digital, el 12 de noviembre de 2014, escribe la nota "Clarín 365 y Aerolíneas Plus: un matrimonio con pase de facturas". Allí se refiere a la tarjeta de puntos del diario y de la aerolínea respectivamente; pero a la vez, relata el modo en que comunicaron la alianza comercial, tanto el Grupo Clarín como la empresa aérea.

En la nota, publicada en el sitio web, se puede leer el siguiente texto:

"Argentina es una tierra increíble... primero nos sorprendimos con la alianza entre Clarín 365 y Aerolíneas Argentinas con su programa de millaje. Pero hoy Aerolíneas mandó un mail a su base con este texto"

Luego, se puede ver el comunicado de prensa que distribuyó Aerolíneas que dice lo siguiente:

"Estamos muy contentos de que Clarín haya elegido y comprado millas de Aerolíneas Plus para premiar a los suscriptores de su tarjeta de beneficios 365. Para Aerolíneas Argentinas se trata de otro acuerdo comercial, como los que ya tiene con firmas de diferentes rubros como YPF, bancos, rentadoras de autos, hoteles y otros prestadores de servicios. Pero además es importante remarcar que este convenio comercial representa un aporte económico para que Aerolíneas siga en este camino de crecimiento. Por otra parte, al elegir el servicio de nuestra línea aérea de bandera, el Grupo Clarín contradice a sus propios medios que ponen en duda el buen funcionamiento de Aerolíneas. Por el contrario, elige nuestro servicio entendiendo que la flota renovada y moderna, los 36 destinos de cabotaje, los corredores federales, la posibilidad de llegar al mundo con SkyTeam, entre muchas otras cosas, representan un gran beneficio para sus lectores. Clarín 365 le compra millas a Aerolíneas y de esta forma, cada vez más argentinos vuelan con la línea de bandera".

La reflexión de Torre Walsh en ese artículo fue de la siguiente manera:

"Argentina no deja de sorprender nunca... políticos que son amigos para una elección y luego en la otra parece que están en bandos opuestos. Alianzas de marketing entre «enemigos» y una vez que se ponen en marcha se tiran facturas pendientes... ¿Qué viene ahora? ¿La respuesta de Clarín? «¿Nosotros compramos millas, pero uds no tienen pasajes? QUE PAISSSSS QUE PAISSSSSSSS"

Consultado por este artículo, el autor responde que "uso mucho la ironía, y más en algo que incluso roza lo bizarro, donde ves a una aerolínea que responde de manera tan poco profesional e incluso infantil. Parece una pelea de chicos. Pero en la Argentina todo puede ser y eso en la actividad aerocomercial nivela para abajo". Norberto Dupesso, es periodista acreditado en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza para Canal 13 y la señal Todo Noticias. Trabaja en el Grupo Clarín desde hace más de 40 años.

Es director del portal de noticias especializado en aviación Airport News Ezeiza. Dupesso fue testigo de hechos históricos como la guerra de Malvinas en 1982, la privatización de Aerolíneas Argentinas en 1990, su posterior crisis en 2001 y los atentados a las torres gemelas de Nueva York de ese mismo año.

El sitio de noticias TN, en un artículo del 14 de mayo de 2020, lo describe como "esa cara conocida que siempre vemos en el aeropuerto de Ezeiza con la información sobre el estado de los vuelos. La terminal aérea es su segundo hogar". En esa nota él cuenta sobre sus inicios y remarca que "el 7 de agosto cumpla años aquí, es mucho. Empecé a trabajar en Ezeiza en los años 80 y todo era muy distinto en aquel entonces. El estacionamiento era libre y la gente venía a ver los aviones, hasta apoyaban el mentón sobre la baranda que separaba el sector público de la pista. Alguien podía saltar y nadie lo pensaba porque eran otros tiempos".

El diario cordobés La Voz, en otra crónica de 2019, lo califica como "una voz especializada en el tema aeronáutico". Consultado en la presente investigación sobre la relación entre Clarín, sus coberturas periodísticas y Aerolíneas Argentinas, Dupesso responde lo siguiente: "todo fue profesional, nunca encontré datos falsos o un interés ajeno a lo periodístico. Tengo experiencia en prensa gráfica, trabajé en Perfil, Tiempo Argentino en sus inicios, allá por los ochenta; escribí para el suplemento de turismo de Clarín, también para la revista de abordaje de Aerolíneas durante la gestión del grupo Marsans, conozco a mis colegas, a los empleados de Aerolíneas, a quienes forman parte de los sindicatos también".

Luego agrega que "puede ser que haya ruido en los niveles más altos, pero un cronista de Clarín no tiene ningún interés en perjudicar a una empresa en particular. Conozco a mis colegas, a los editores. Nadie pondría en juego su trabajo para algo poco ético. Informamos, es lo único que debemos hacer como periodistas".

En su portal de noticias especializado, Dupesso escribe notas referidas a la temática y en algunos casos realiza análisis más específicos. Al ser consultado si como periodista está de acuerdo en utilizar dentro de una crónica, elementos y/o noticias de la política dentro de una nota referida a la aviación, enuncia que "hoy Aerolíneas es una empresa estatal, es inevitable que se hagan comparaciones o se politice la cobertura, pero siempre tiene que haber rigor periodístico, seriedad y objetividad, si no se cumple eso estamos ante un periodismo que carece de principios".

Al ser indagado por noticias publicadas en Clarín donde se hablaba de pérdidas económicas, como una publicada en marzo de 2013 que llevaba el título de "Aerolíneas y AySA cuestan casi lo mismo que la Asignación Universal por Hijo", Dupesso afirma que "a nivel periodístico no veo falla alguna, es correcto, yo personalmente hubiera elegido un título distinto pero eso no representa que lo hecho esté incorrecto".

En la última etapa de este trabajo, y a partir de aquí, retomando conceptos teóricos de la investigación, la teoría funcionalista de la comunicación tuvo su origen a principios del siglo XX con la obra de Lasswell. Esta variante de la teoría funcionalista trata sobre el poder y la influencia que ejercen los medios de comunicación en el público.

Allí, el autor, afirma que "los medios de comunicación, comprendidos como emisores de información, siempre tienen la intención y objetivo de obtener un efecto inmediato sobre el receptor. Buscan persuadir a los individuos que reciben sus mensajes.

Para lograr lo que se proponen, formulan cuatro preguntas: quién dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto. En tanto, los receptores poseen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer".

Respecto a la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, la teoría funcionalista habla de que "los medios son utilizados por el Estado para vigilar el entorno, poder controlarlo y así transmitir la herencia social, antes transmitida mediante la educación. Los medios de comunicación social son, desde esta perspectiva en particular, un subsistema dentro del sistema social".

En tanto, sociólogos como Robert Merton y Paul Lazarsfeld, hablaban de que "las funciones de los medios de comunicación eran cinco: alertar a los ciudadanos sobre amenazas o peligros; proporcionar instrumentos necesarios a los ciudadanos para la realización de actividades cotidianas; influir en aquellos ciudadanos que se someten a la necesidad y el valor de estar bien informados (entender el mensaje en gran parte a través del receptor) y la atribución estatus/prestigio a personas que son objeto de atención de los medios".

La teoría conductista de la comunicación, por otro lado, es una teoría que sirvió como corrección de la teoría hipodérmica, explicada al inicio de este capítulo. Surgió durante la década de 1940, cuando en ambientes intelectuales de Estados Unidos se comenzó a difundir la idea de que el efecto de los medios de comunicación en la sociedad no era tan grande como se presumía.

Siguiendo las argumentaciones hechas por Harold Lasswell en su obra, enuncia que "la mayoría de los estudios anteriores le habían otorgado un poder ilimitado a la herramienta de la propaganda de los medios de comunicación. Habían sido empoderados de una trascendencia que, en realidad, no tenían", por lo que ese es el principal aporte que ofrece esta teoría.

La teoría de los efectos limitados, según las publicaciones de Lazarsfeld y Merton, argumenta que "la sociedad en general tiene la capacidad de seleccionar los mensajes que los medios emiten. Por lo tanto, esta selección está sometida a los hábitos de recepción y percepción de cada individuo en particular".

En base a eso, "queda en evidencia que el poder de los medios no era el que se les había supuesto hasta entonces, ya que estaban limitados por las distintas variables psicológicas de cada individuo".

La escritora colombiana Lisbeth Rojas Bermúdez, en su obra "El lenguaje como instrumento de poder", presentado en 2008 en la publicación científica "Cuadernos de Lingüística Hispánica", de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, escribe que "las investigaciones, dentro de las que se destaca por ejemplo el lingüista Teun Van Dijk, remarcan en que mediante las prácticas discursivas se ejerce poder, dado que, quien emite un discurso busca, ante todo, persuadir a los receptores, a través de creencias, actitudes, valores y un sinnúmero de saberes tomados de su entorno y la cultura. La relación discurso-poder está dada por el control 'sutil' que se ejerce sobre las mentes de un grupo determinado, a partir del lenguaje. Mediante los discursos es posible 'inducir comportamientos y generar (otros) discursos. De este modo, contribuyen a la estructuración de las relaciones de poder en una sociedad'.

Por otro lado, agrega que "el sustento teórico es la triada de Van Dijk, quien propone un estudio multidisciplinario a partir de la relación entre cognición, sociedad y discurso para evidenciar cómo las palabras no son inocentes, sino que están cargadas de ideologías, intenciones, valores y actitudes que al ser reproducidas por

la interacción social, inciden en el comportamiento de los individuos y que se valida a través de los grupos".

En base al concepto anterior, y según describe Rojas Bermúdez, "Van Dijk explica que el individuo no sólo apropia la realidad y la recrea, también la reelabora y transmite a otros a través del lenguaje y las ubica como un tipo de cognición, mediante la cual los individuos organizan sus creencias que son socialmente compartidas". Agrega, luego, que "no sólo le encuentran sentido a la sociedad sino que sirven para regular sus prácticas; son construidas, utilizadas y cambiadas por los actores sociales como miembros de un grupo, en prácticas sociales específicas y, frecuentemente, discursivas; son constructos sociales compartidos por un grupo". Para finalizar, la autora remarca que "los discursos son un factor de poder, ya que son capaces de inducir comportamientos. De este modo, contribuyen a la estructuración de las relaciones de poder en una sociedad. Por medio de los discursos es que se transmiten los saberes e ideas, que inciden directamente en la conciencia colectiva".

Por otro lado, la investigadora mexicana Silvia Gutiérrez Vidrio, quien publicó en 2009, un artículo científico para la Universidad Autónoma Metropolitana de México, institución pública del país norteamericano, donde explica el papel que cumplen los medios masivos de comunicación a nivel cultural. Allí escribe que "los medios masivos de comunicación desempeñan un papel central en la configuración de la cultura moderna, ya que son los mediadores necesarios y omnipresentes entre el acontecer social y los individuos".

Gutiérrez Vidrio habla de la "importancia del discurso informativo como vehículo para transmitir información y opiniones". La autora en referencia a la importancia de los mismos y el poder de los medios, se expresa de la siguiente manera:

"La importancia de la comunicación mediática en nuestros días es innegable. Los medios de comunicación constituyen un conjunto de soportes tecnológicos cuyo rol social consiste en difundir las informaciones relativas a los acontecimientos que se producen en el mundo y espacio público. Por ello los medios masivos desempeñan un papel central en la configuración de la cultura moderna, ya que son los mediadores necesarios y omnipresentes entre el acontecer social y los individuos. Hoy vivimos en un mundo en que la experiencia cultural está profundamente moldeada por la difusión de las formas simbólicas a través de los medios de la comunicación masiva. La mayor parte de nuestro conocimiento social y político y de nuestras opiniones sobre el mundo proceden de la gran cantidad de informaciones y reportajes que vemos, leemos o escuchamos cada día. Los medios permean todas las actividades humanas de manera tan insistente, intensa y extensa, que el entendimiento de cómo funcionan, con qué contenidos, intereses y resultados, es fundamental para explicarnos las variaciones de la economía que las tensiones (y distorsiones) de la política o determinados temas sociales".

(Gutiérrez Vidrio, Silvia, 2009, p.17)

En cuanto a las características del discurso periodístico, y según lo publicado por Gutiérrez Vidrio, "los medios de comunicación producen numerosos tipos de discursos que tienen características y estructuras particulares". Una primera característica del discurso de los medios de comunicación es que "éstos construyen una representación de la realidad a la que aluden. Sin embargo, esa realidad que refieren es una realidad compleja, diversa y cambiante, es una realidad social poliédrica de la que sólo damos cuenta de algunas de sus caras. Además, desde

una perspectiva construccionista, la realidad no existe como tal sino que es socialmente construida", agrega la investigadora.

Por último, Miguel Rodrigo Alsina, investigador español de la Universidad de Barcelona, en su libro 'Comunicación intercultural', publicado en 1999, habla de "la determinación de cuáles hechos constituyen noticia, así también de cómo es la manera en que se presentan e interpretan, ya que implica una construcción o representación de la realidad social". En su obra, agrega que "la producción de la noticia es un proceso que se inicia con el acontecimiento. Pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto". Para terminar remarca que "los insumos informativos que el periodista utiliza le permiten construir un relato que toma en cuenta algunas instancias del suceso y descarta otras. Mediante esta práctica discursiva el sujeto enunciador transforma la facticidad objetiva en una estructura subjetiva de sentido".

## Conclusión

Aerolíneas Argentinas, el grupo Clarín y los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández fueron los cuatro principales protagonistas de la investigación, bajo una hipótesis que se preguntó en su inicio, si Clarín utilizaba de manera negativa las coberturas hechas sobre la aerolínea, con el objetivo de criticar al poder Ejecutivo en un período que abarca desde su estatización en 2008 hasta el final del mandato de Cristina Kirchner en 2015.

El enfrentamiento entre el grupo mediático más grande del país y la administración oficialista, se enmarca en un hecho histórico de esos años que tuvo consecuencias tanto a nivel político como mediático tal como enunciaron los periodistas y especialistas citados en la presente tesis.

Si se impone la visión oficial que se remarca en este trabajo, Clarín vería disminuido su poder empresarial ya que las políticas antimonopólicas lo debilitarían como factor de poder. En cambio, si ocurre lo contrario, el kirchnerismo correría la misma suerte pero bajo la lógica de la política.

Se trata de una pelea de intereses donde el trasfondo siempre es económico y político. Clarín siempre quiso crecer y obtener mayores ganancias como toda empresa privada, mientras que la administración nacional pretendió fortalecerse ante el grupo Clarín para evitar una oposición mediática.

En el pasado, el diario criticó en determinados momentos de sus mandatos presidenciales a otros mandatarios, como Raúl Alfonsín, Carlos Saúl Menem y Fernando De la Rúa.

Dado el contexto anteriormente explicado, la cobertura periodística sobre Aerolíneas Argentinas, fue una herramienta utilizada para esmerilar la imagen presidencial. En tanto, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue un canal apropiado para que Clarín retroceda como factor de poder en el país.

Como principal análisis, se trata de una pelea de poder. Aquí no hay protagonistas débiles ni víctimas, más allá de lo que se esgrima desde cada sector.

Desde la teoría, se describió a la teoría de la aguja hipodérmica como un ejemplo para proyectar mensajes en las personas. Allí se pudo entender la importancia de lo que se comunica y representa como tal.

Clarín y la Secretaría de Medios de la Nación hicieron de la teoría, una herramienta de uso diario.

Por otro lado, los principios de la propaganda fueron otro modo de comunicación

analizado. El análisis desarrollado en la investigación, mostró ejemplos de cómo el diario y el oficialismo se basaron en dichos fundamentos para comunicarle a sus lectores.

La hipótesis planteada resultó ser verdadera, al ver las teorías utilizadas, los ejemplos descritos y el modo en que fueron utilizados. El contexto histórico fue un marco que ayudó a dilucidar la temática, ya que la Ley de Medios, la impronta confrontativa del Ejecutivo nacional, el poder mediático del Grupo Clarín y la operación de Aerolíneas Argentinas, permitieron entender el accionar de los dos actores principales, de los cuales se basó la investigación.

Todo el enfrentamiento entre ambas partes dejó consecuencias políticas, sociales, empresariales e institucionales. Políticas, porque tuvo relación con la baja de imagen positiva del gobierno y de la figura presidencial; sociales, dado que profundizó las distancias de opinión entre los ciudadanos (lo que vulgarmente se llama "grieta"); empresariales, ya que tuvo un costo interno dentro de Clarín el enfrentarse a una administración nacional; e institucional, porque la presidencia, el Congreso nacional, sus miembros y el diario más reconocido del país, sufrieron un desgaste con respecto a la imagen que ejercían sobre la sociedad.

Desde otro punto de análisis, es una temática que no deja de ser actual y se puede ver en otras partes del mundo. En los últimos años, Estados Unidos, Rusia, Venezuela o Brasil fueron ejemplo de eso, con mandatarios que entraron en conflicto con los medios de comunicación de sus respectivos países.

La Argentina tuvo su experiencia y se pudo comprender en la investigación aquí presentada. Lo que pocos analistas de opinión ponen en duda es que sea la última.

## **Bibliografía**

Graciela Mochkofsky. (2011). Pecado Original. Buenos Aires: Planeta.

Fabian Rodriguez Simon. (2013). Clarín y la Ley de Medios. Buenos Aires: Planeta.

Raúl Vallarino. (2012). Aerolíneas Argentinas: la verdad oculta de un engaño. Buenos Aires: Edaf.

Franco Rinaldi. (2014). Aerolíneas Argentinas. 2000 días de pérdidas. Buenos Aires: Planeta.

Edi Zunino. (2009). Patria o medios, la loca guerra de los Kirchner por el control de la realidad. Buenos Aires: Sudamericana.

Marina Pérez Mauco. (2018). ¿Clarín Miente?. Buenos Aires: CICCUS.

Víctor Hugo Morales. (2016). Papel Prensa: El grupo de tareas. Buenos Aires: Colihue.

Héctor Magonetto. (2015). Así lo viví. Buenos Aires: Planeta

Martín Sivak. (2015). Clarín, la era Magonetto. Buenos Aires: Planeta.

Harold Lasswell . (1927). Técnicas de propaganda en la guerra mundial. Nueva York: Martino Publishing.

J. M. Domenach. (2001). La propaganda política. Buenos Aires: Eudeba.

Ortega y Gasset, J. (1930). La rebelión de las masas. Madrid: Austral.

Miguel Rodrigo Alsina. (1999). La comunicación intercultural. Madrid: Anthropos.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós.

## Webgrafía

- [www.clarin.com](http://www.clarin.com)
- [www.grupoclarin.com](http://www.grupoclarin.com)
- [www.aerolineas.com](http://www.aerolineas.com)
- [www.iata.org](http://www.iata.org)
- [www.anac.gov.ar](http://www.anac.gov.ar)
- [www.airfleets.net](http://www.airfleets.net)
- [www.aviacionline.com](http://www.aviacionline.com)
- [www.aeronavegantes.org.ar](http://www.aeronavegantes.org.ar)
- [www.lineasindical.com.ar](http://www.lineasindical.com.ar)
- [www.papel Prensa.com](http://www.papel Prensa.com)
- [www.aerolineas.com.ar/informacion-financiera](http://www.aerolineas.com.ar/informacion-financiera)
- [www.jorgeasisdigital.com](http://www.jorgeasisdigital.com)
- [www.skyteam.com](http://www.skyteam.com)
- [www.clarin.com/sociedad/clarin-diario-digital-espanol-mundo\\_0\\_BySgnJBbe.html](http://www.clarin.com/sociedad/clarin-diario-digital-espanol-mundo_0_BySgnJBbe.html)
- [https://grupoclarin.com/IR/files//Reporte-de-resultados/2012/2Q12%20Reporte%20de%20Resultados\\_Final.pdf](https://grupoclarin.com/IR/files//Reporte-de-resultados/2012/2Q12%20Reporte%20de%20Resultados_Final.pdf)
- [https://www.clarin.com/ultimo-momento/historias-secretas-batalla-resolucion-125\\_0\\_BkpgV\\_9C6Fe.html](https://www.clarin.com/ultimo-momento/historias-secretas-batalla-resolucion-125_0_BkpgV_9C6Fe.html)
- [www.observatoriosocial.unlam.edu.ar/descargas/19\\_sintesis\\_70.pdf](http://www.observatoriosocial.unlam.edu.ar/descargas/19_sintesis_70.pdf)
- [www.cij.gov.ar/nota-12394-La-Corte-Suprema-declar--la-constitucionalidad-de-la-Ley-de-Medios.html](http://www.cij.gov.ar/nota-12394-La-Corte-Suprema-declar--la-constitucionalidad-de-la-Ley-de-Medios.html)
- <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/195000-199999/199782/norma.htm>
- [https://elpais.com/diario/1993/04/12/economia/734565608\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1993/04/12/economia/734565608_850215.html)

- [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/10/15/empresas/1224077990\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2008/10/15/empresas/1224077990_850215.html)
- [www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/819/airpampas819.html](http://www.region.com.ar/productos/semanario/archivo/819/airpampas819.html)
- [www.lanacion.com.ar/economia/marsans-demando-a-la-argentina-en-el-ciadi-por-la-expropiacion-de-aerolineas-nid1081848/](http://www.lanacion.com.ar/economia/marsans-demando-a-la-argentina-en-el-ciadi-por-la-expropiacion-de-aerolineas-nid1081848/)
- [www.losandes.com.ar/article/gobernadores-apoyan-manejo-estatal-aerolineas-argentinas-680779/](http://www.losandes.com.ar/article/gobernadores-apoyan-manejo-estatal-aerolineas-argentinas-680779/)
- <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479789374.pdf>
- <https://www.comunicacionsocial.es/media/comunicacionsocial/files/sample-108434.pdf>
- [www.clarin.com/politica/gobierno-destina-millones-extra-aerolineas\\_0\\_BymeUrl2v7l.html](http://www.clarin.com/politica/gobierno-destina-millones-extra-aerolineas_0_BymeUrl2v7l.html)
- [https://www.clarin.com/economia/aerolineas-aysa-asignacion-universal-hijo\\_0\\_Sy6DcowQx.html](https://www.clarin.com/economia/aerolineas-aysa-asignacion-universal-hijo_0_Sy6DcowQx.html)
- [www.clarin.com/economia/deficit-aerolineas-pierde-us-millones\\_0\\_BJmPNv2oD7x.html](http://www.clarin.com/economia/deficit-aerolineas-pierde-us-millones_0_BJmPNv2oD7x.html)
- [www.clarin.com/sociedad/aviones-sufrieron-danos-rozarse-aeroparque\\_0\\_BJKrYPMjvme.html](http://www.clarin.com/sociedad/aviones-sufrieron-danos-rozarse-aeroparque_0_BJKrYPMjvme.html)
- [www.clarin.com/politica/Denuncian-Recalde-Vido-vaciamiento-Aerolineas\\_0\\_BkzeDXmiwml.html](http://www.clarin.com/politica/Denuncian-Recalde-Vido-vaciamiento-Aerolineas_0_BkzeDXmiwml.html)
- [www.clarin.com/empresas\\_y\\_negocios/Critico-informe-vuelos-Aerolineas-Europa\\_0\\_HyxmUK22D7x.html](http://www.clarin.com/empresas_y_negocios/Critico-informe-vuelos-Aerolineas-Europa_0_HyxmUK22D7x.html)
- [https://www.clarin.com/sociedad/Aeroparque-desbordado-fuertes-quejas-pasajeros\\_0\\_ryUeBv3Pmg.html](https://www.clarin.com/sociedad/Aeroparque-desbordado-fuertes-quejas-pasajeros_0_ryUeBv3Pmg.html)
- [www.clarin.com/economia/aerolineas-vuelos-directos-nueva-york\\_0\\_BkYUMxlivml.html](http://www.clarin.com/economia/aerolineas-vuelos-directos-nueva-york_0_BkYUMxlivml.html)
- [www.clarin.com/economia/echan-lan-aeroparque-podria-interior\\_0\\_HkFgieBivQx.html](http://www.clarin.com/economia/echan-lan-aeroparque-podria-interior_0_HkFgieBivQx.html)
- [www.clarin.com/economia/planes-incluyen-eurnekian-aeroparque-aerolineas\\_0\\_rknQ7grsvQl.html](http://www.clarin.com/economia/planes-incluyen-eurnekian-aeroparque-aerolineas_0_rknQ7grsvQl.html)
- [www.clarin.com/politica/aerolineas\\_argentinas-auditoria\\_general\\_de\\_la\\_nacion-3-855\\_millones\\_de\\_pesos\\_0\\_H1l-5Quqv7e.html](http://www.clarin.com/politica/aerolineas_argentinas-auditoria_general_de_la_nacion-3-855_millones_de_pesos_0_H1l-5Quqv7e.html)
- [www.elpais.com/internacional/2012/12/05/actualidad/1354736963\\_610089.html](http://www.elpais.com/internacional/2012/12/05/actualidad/1354736963_610089.html)
- [www.infobae.com/america/opinion/2017/01/31/cuando-los-medios-se-convierten-en-la-oposicion/](http://www.infobae.com/america/opinion/2017/01/31/cuando-los-medios-se-convierten-en-la-oposicion/)

- [www.laizquierdadiario.com/Julio-Blanck-En-Clarín-hicimos-un-periodismo-de-guerra](http://www.laizquierdadiario.com/Julio-Blanck-En-Clarín-hicimos-un-periodismo-de-guerra)
- [www.lanacion.com.ar/opinion/la-admiracion-obsesiva-del-kirchnerismo-hacia-clarin-nid1732596/](http://www.lanacion.com.ar/opinion/la-admiracion-obsesiva-del-kirchnerismo-hacia-clarin-nid1732596/)
- [www.lanacion.com.ar/politica/kirchner-quiso-pactar-con-clarin-y-como-no-pudo-le-declaro-la-guerra-nid1633873/](http://www.lanacion.com.ar/politica/kirchner-quiso-pactar-con-clarin-y-como-no-pudo-le-declaro-la-guerra-nid1633873/)
- [www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld\\_merton.pdf](http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld_merton.pdf)
- [www.redalyc.org/pdf/3222/322227496005.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/3222/322227496005.pdf)
- [www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2010000200007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2010000200007)
- <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/216/2161261009/html/index.htm>
- [www.ole.com.ar/fuera-de-juego/sir-chandler-turismo-viajes-vuelos-river-ginobili\\_0\\_VMGrSWAja.html](http://www.ole.com.ar/fuera-de-juego/sir-chandler-turismo-viajes-vuelos-river-ginobili_0_VMGrSWAja.html)
- [www.sirchandler.com.ar/2014/10/la-alianza-menos-pensada-clarin-aerolineas-argentinas/](http://www.sirchandler.com.ar/2014/10/la-alianza-menos-pensada-clarin-aerolineas-argentinas/)
- [www.sirchandler.com.ar/2015/12/felices-65-anos-aerolineas-argentinas/](http://www.sirchandler.com.ar/2015/12/felices-65-anos-aerolineas-argentinas/)
- [www.sirchandler.com.ar/2013/01/otro-fail-de-los-medios-en-materia-aerocomercial-aerolineas-va-volar-las-vegas-ni-la-china/](http://www.sirchandler.com.ar/2013/01/otro-fail-de-los-medios-en-materia-aerocomercial-aerolineas-va-volar-las-vegas-ni-la-china/)
- [www.sirchandler.com.ar/2013/11/clarin-confirma-aerolineas-argentinas-vuela-con-boeing-707/](http://www.sirchandler.com.ar/2013/11/clarin-confirma-aerolineas-argentinas-vuela-con-boeing-707/)
- [www.sirchandler.com.ar/2019/09/otra-vez-sopa-voladora/](http://www.sirchandler.com.ar/2019/09/otra-vez-sopa-voladora/)
- [www.sirchandler.com.ar/2014/11/clarin-365-y-aerolineas-plus-un-matrimonio-con-pase-de-facturas/](http://www.sirchandler.com.ar/2014/11/clarin-365-y-aerolineas-plus-un-matrimonio-con-pase-de-facturas/)
- <https://tn.com.ar/show/novedades/2020/05/14/norberto-dupesso-el-cronista-que-trabaja-hace-40-anos-en-ezeiza-se-quebro-en-telenoche-al-ver-el-aeropuerto-vacio/>
- <https://www.lavoz.com.ar/sucesos/cierran-la-base-aerea-de-moron-por-ataques-con-piedras-y-botellas-contra-aviones/>
- Entrevistas: Gastón Sena, periodista y editor del portal web Aviacionline; Santiago Torre Walsh, periodista de Sirchandler blog; Norberto Dupesso, periodista del Grupo Clarín.