

Fernando J. Ruiz

# GUERRAS MEDIÁTICAS

Las grandes batallas periodísticas  
desde la Revolución de Mayo  
hasta la actualidad

SUDAMERICANA



FERNANDO J. RUIZ es profesor e investigador de tiempo completo en periodismo y democracia, calidad periodística e historia de la comunicación en la Facultad de Comunicación de la Universidad Austral, y su actual vicedecano. Egresó de la Escuela de Ciencias Políticas de la Universidad Católica Argentina y es doctor en comunicación por la Universidad de Navarra. Es autor de *Las palabras son acciones. Historia política y profesional del diario La Opinión de Jacobo Timerman, 1971-1977* (Perfil, 2001), *Otra grieta en la pared. Informe y testimonios de la nueva prensa cubana* (Adenauer/Cadal, 2003) y *El señor de los mercados. Ámbito Financiero, la City y el poder del periodismo económico de Martínez de Hoz a Cavallo* (El Ateneo, 2005). Ha publicado numerosos artículos, y dio cursos y conferencias en todas las provincias argentinas, en la mayoría de los países latinoamericanos, y en Estados Unidos, Francia y la República Checa. Es cofundador del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) y miembro de su comisión directiva. Está casado con Susana Mansilla y tiene dos hijos, Agustín y Guadalupe.

En todo momento los medios han sido percibidos como poseedores de una enorme capacidad de producir efectos y transformaciones profundas —tanto positivas como negativas— en la sociedad y en el escenario político.

Hasta el presidente Domingo Faustino Sarmiento, que fue periodista toda su vida, protestaba porque las decisiones de su gobierno son un “proyecto de decreto que debe pasar a la comisión de los diarios a ser vetado por este Ejecutivo de los tipos”.<sup>17</sup>

Quizás la más célebre dinastía de guerreros mediáticos hayan sido los Varela. Juan Cruz Varela fue escudero mediático de Rivadavia. Su hermano menor, Florencio, fue el organizador de la oposición mediática a Rosas hasta que fue asesinado. Y los hijos de Florencio —Héctor, Rufino y Mariano— desde el poderoso *La Tribuna* fueron actores decisivos de la política argentina desde Urquiza hasta Roca.

Y cuando los Varela se estaban despidiendo de la vida pública se hacía fuerte *La Nación*, el diario fundado por Bartolomé Mitre, que es el medio de comunicación argentino que ha peleado más batallas. Fue protagonista de todas las contiendas desde Sarmiento hasta Néstor y Cristina Kirchner, aunque nunca fue el contrincante principal. Ningún otro medio argentino tiene ese historial, ni de pelea ni de supervivencia. Ricardo Sidicaro, en su estudio sobre ocho décadas de ese diario, dice: “Es claro que en muchos momentos de intolerancia oficial los responsables del matutino debieron optar entre preservar la *tribuna* o ser totalmente fieles a la *doctrina*”.<sup>18</sup> Sobre su recorrido histórico, el intelectual Horacio González también afirmó que “el diario de los Mitre tenía con qué navegar en aguas difíciles, lanzando

17. Diego Valenzuela y Mercedes Sanguinetti, *Sarmiento periodista. El caudillo de la pluma*, Sudamericana, Buenos Aires, 2012, p. 218.

18. Ricardo Sidicaro, op. cit., 1993, p. 12.

matices a veces inesperados, a veces provenientes de la fragua incesante para las eficacias tácticas que no pocas veces practicó el fundador”.<sup>19</sup>

En la medida en que el periodismo se convirtió en una industria fue creciendo su potencial de autonomía frente a los poderes establecidos y se constituyó en una fuente de poder político para sus editores y periodistas. Fueron a veces un partido más poderoso que los propios partidos, un legislador más potente que los legisladores, un juez más influyente que los propios jueces, e incluso la columna vertebral de la llamada sociedad civil.

Es evidente entonces que no se han convertido en megapoderes en la era de la televisión o de los grandes grupos mediáticos, sino que siempre han sido centrales. Ya lo eran en la época de los llamados “papeles públicos”, en el origen de las repúblicas latinoamericanas de principios del siglo XIX.

Desde el virrey Cisneros hasta los Kirchner, y desde Manuel Belgrano hasta Carlos Menem, los gobiernos nunca fueron indiferentes al poder del periodismo. Y los generales de cada guerra mediática han aprendido algo de la guerra anterior. Rosas tenía en mente la guerra de periodistas que asoló la década rivadaviana. Sarmiento le temía a la restauración de una dictadura que monopolizara la palabra como hizo Rosas. Juan Domingo Perón quería evitar que los medios pudiesen acosarlo y derribarlo como hicieron con Hipólito Yrigoyen. Arturo Illia no quería excitar los fervores populares a través de los medios como hicieron los derrocados Perón y Arturo Frondizi. Y los Kirchner no querían ver jaqueada su gobernabilidad por la crítica mediática constante que se generalizó durante el gobierno de Carlos Saúl Menem y Fernando de la Rúa.

La siguiente es una historia de las guerras mediáticas que he considerado más relevantes. Durante su elaboración me he

19. Horacio González, *Historia conjetural del periodismo*, Colihue, Buenos Aires, 2013, p. 282.

convencido de que nunca dejarán de existir. Son un ciclo natural del devenir colectivo. El odio se recicla, se combate, se apacigua, pero no desaparece. Es parte de la vida. Y por eso el periodismo no puede evitar servirlo.



LA EMERGENCIA DE MEDIOS y de comunicadores como soldados de la pelea política no es una novedad. Desde Mariano Moreno hasta los Kirchner, la prensa fue el escenario de verdaderas guerras mediáticas. Siempre las principales víctimas han sido los periodistas e inmediatamente,

como en toda conflagración, los ciudadanos comunes. El periodismo —entendido como el interés honesto de comprender a los otros, de expresar las diferencias y debatirlas— se convierte en propalador de una única mirada que profundiza la fractura social y enerva los ánimos.

Fernando Ruiz, experto en historia de los medios en el país, investiga esos ciclos de odio e intolerancia que se han registrado bajo Rivadavia, Sarmiento, Rosas, Perón y las dictaduras del siglo pasado, expresándose también en los sectores radicalizados de izquierda y derecha.

*Guerras mediáticas* es una investigación rigurosa que releva la poco explorada historia del cuarto poder en la Argentina y describe con claridad cómo exilios, atentados, censura y corrupción constituyen también el sustrato de nuestra democracia. “El odio se recicla, se combate, se apacigua, pero no desaparece”, dice el autor. “Y por eso el periodismo no puede evitar servirlo.”

ISBN 978-950-07-4692-2



9 789500 746922

 Random House Mondadori Argentina  
Impreso en la Argentina | [www.megustaleer.com.ar](http://www.megustaleer.com.ar)

Librería García Cambeiro