

CLAUDIO DÍAZ

DIARIO DE GUERRA

Clarín, el gran engaño argentino



 **Gárgola**

**MISERIAS Y SECRETOS
DEL GRUPO CONTADOS
POR UN PERIODISTA
CENSURADO**



Claudio Díaz es periodista, escritor, docente e investigador de temas históricos. Inició su carrera a los 19 años como periodista deportivo en *Crónica*. Hacia mediados de la década del '80, al tiempo de iniciar su militancia en el peronismo, se volcó a la política. Fue redactor en las revistas *El Despertador*, *El Periodista*, *El Porteño* y *Línea*, además de Jefe de Redacción de *Jotapé*. Entre sus libros publicados sobresalen *La Prensa canalla* (como compilador e investigador); *La ultraderecha argentina* y *Manual del Antiperonismo Ilustrado*.

Por una investigación sobre las sectas pentecostales financiadas por los Estados Unidos ganó el Premio de Periodismo Latinoamericano José Martí, en Cuba, donde fue recibido por Fidel Castro.

En abril de 2008 renunció a su trabajo en Clarín, donde las autoridades le habían exigido que se retractara de unas declaraciones en las que acusó a ese diario de anudar relaciones con grupos de poder locales y extranjeros para atacar al gobierno nacional. Dos semanas después de esa denuncia, un grupo comando ingresó a su casa de Haedo, aprovechando que él no se encontraba, y golpeó y amenazó de muerte a su madre, además de revolver su dormitorio y la sala donde trabaja.

En la actualidad es columnista de las revistas *Contraeditorial* y *La memoria de nuestro pueblo*. Además publica sus artículos en los sitios de Internet: Nacional y Popular; Ida&Vuelta; El Ortiba; Pensamiento Nacional; Clan Recu-Perón; Mensaje Walsh; Agencia Paco Urondo y Qué te pasa Clarín, entre otros.

Claudio Díaz

DIARIO DE GUERRA

Clarín, el gran engaño argentino



Índice

Ellos tienen la palabra	
1. SER O NO SER	
La mediocracia, nuevo sistema de dominio	19
2. UN MUNDO INFELIZ	
Una nueva religión: la del consumo.	
Una sola historia: la de los dueños del poder.	45
3. VOLVER AL FUTURO, VOLVER A PERÓN	
El Quijote de la Marcha	75
4. FEOS, SUCIOS Y MALOS	
Tambores de guerra para atacar al gobierno argentino, al peronismo y al movimiento obrero	93
5. ¿A DÓNDE VAS, ARGENTINA?	
La trama del periodismo colonial.....	151
6. NO ES GRUPO	
El “gran diario argentino”, como eslabón del poder mundial. Vinculaciones con Kissinger, Rockefeller y Soros.	169
7. CLARÍN QUIERE INFLACIÓN	
La falacia del periodismo independiente	205
8. LOS AUTÉNTICOS DECADENTES	
Para algunos periodistas no hay nada peor que los peronistas	231

El sacrificio que las gentes más arraigadas de nuestra tierra hacen por el peronismo se mantiene, inclusive, pese a la adulteración que ha sufrido por parte de algunos comerciantes de la política que en su nombre, y con la excusa de modernizar su envase, trataron de vaciarlo de su contenido original.

Si quisiéramos hacer notar su popularidad a través de la utilización de alguna metáfora, diríamos que el peronismo es la Coca Cola de las gaseosas, con perdón de la asimilación que se hace respecto de la bebida más imperial del mundo. O que es el Boca y River del fútbol, sin que ello implique dejar afuera a los restantes millones de hinchas de otros clubes que también son nacionales y populares.

Sin embargo, una minoría que en estos tiempos de espíritu *light* se deleita con placeres más livianos e incorpora a su cuerpo ideas descremadas, se arroga el derecho de *poner en dieta* a todo el país presentando al formidable movimiento —a través de la propaganda política— como algo altamente peligroso para la salud pública, lleno de contraindicaciones, tóxico, se diría que casi mortal.

Sucede, entonces, que por la pasarela del modelo consumista contemporáneo desfilan unos cuantos argentinos pretendidamente cultos e informados a los que previamente, en la peluquería de las grandes marcas de cosméticos, les han lavado la cabeza y acondicionado la mente para llenárselas de preconceptos, sofismas, verdades que no son.

No importa: aunque existen revolucionarias tinturas que vuelven a las ideas brillantes y sedosas, al cabo de unos meses las canas vuelven a aparecer. Y con el paso del tiempo, ya entrada la calvicie, sólo queda el recurso de la peluca para cubrir la escasez de argumentaciones y pensamientos verdaderamente firmes y sólidos.

Que aquellas definiciones acerca del peronismo y el sindicalismo, desde la categorización de fascistas hasta la de mafiosos, pasando por todas las estaciones de la difamación, sean moneda corriente en la opinión de amplios sectores “medios” de la Argentina, es el resultado de un trabajo de mucho tiempo por parte de la oligarquía de la comunicación.

Este sistema logró moldear una masa amorfa aunque no homogénea, ni en lo social ni en lo ideológico, que fue “mediatizada” a tal punto que hoy perdió capacidad para pensar y razonar por sí misma. Esta nueva “clase urbana” se transforma en una repetidora de con-

ceptos e ideas ajenas, “importadas” desde esos centros de poder que elaboran el discurso para mantener el dominio sobre las grandes mayorías nacionales.

Se ha dicho varias veces, se repite a menudo, que el peronismo y el pueblo en general han prestado poca atención a los espantapájaros alimentados a alpiste que pían zonceras desde la radio y la televisión. Y que como tampoco leen con frecuencia los sermones de los pontífices de la prensa escrita, casi no han tenido dificultades a lo largo de su derrotero como ciudadanos del país para saber ubicar la estrella que pueda alumbrar sus vidas.

Pero eso pudo haber sucedido tiempo atrás, cuando la incidencia de estos grupos de presión psicológica que son los medios, no tenían ni el alcance ni la influencia del presente. Estamos diciendo que el aparato del imperio propagandístico, con la televisión en particular, hoy regula la vida del hombre de manera escandalosa. Por lo tanto, la tarea de desenmascaramiento de ese factor de poder que se presenta ante una comunidad entera con el inocente nombre de periodismo independiente, es más imprescindible que nunca...

Un asunto vital, de supervivencia: la política (y dentro de ella, claro, el peronismo) abandonó hace bastante tiempo el cultivo de las ideas centrales que necesita un pueblo para valerse por sí mismo. Si antes nos formaban para el conocimiento, tanto de nosotros mismos como de los enemigos, ahora intentan formatearnos para el nuevo orden social: consumo y pasatismo.

Admitiendo por adelantado que lo que busca este trabajo es provocar, nos animamos a afirmar que... El movimiento nacional podría seguir el mismo camino de la iglesia católica, que por abandonar su doctrina de fe para atender asuntos más terrenales, es decir, materiales, fue perdiendo cada vez más feligreses, ganados en las últimas décadas por esas sectas que, al igual que los medios de comunicación, prometen un mundo más justo, más humano, más digno, pero no ahora sino en otro tiempo, vaya a saber uno cuándo.

Es como la promesa de los gurúes del poder económico que, con la asistencia puntual de esos mismos medios, nos dicen a diario que la copa ya se llenará y derramará su ansiado líquido sobre nuestras sequísimas bocas. “Tengan paciencia...”, nos piden. “Vuestra sed ya tendrá su gota de justicia...”, agregan cínicamente.



Superada la etapa en la que los poderes económicos mundiales avasallaban a los países a través de la vía militar, el sistema de dominación tiene hoy en los diarios y la televisión, en la radio y los canales de noticias, a sus nuevas fuerzas de ocupación.

El Grupo Clarín es uno de los brazos ejecutores de este nuevo método de control, la llamada Mediocracia, que hace de la manipulación informativa y la difamación de sectores políticos, sindicales y sociales, particularmente el peronismo y el movimiento obrero, su práctica cotidiana.

Este libro describe las relaciones políticas y comerciales del llamado "gran diario argentino" con representantes del poder mundial como Henry Kissinger y George Soros, que le permitieron constituirse en el grupo económico de medios más poderoso de Iberoamérica. Revela, por otra parte, su participación como promotor del proceso de sojización de la Argentina, para convertir al país en un eslabón de la llamada cadena agroalimentaria mundial.

Asimismo, este trabajo de investigación incursiona en el análisis y la réplica del pensamiento político, básicamente colonial, que emana desde los diarios La Nación y Perfil y de la boca o la pluma de periodistas como Joaquín Morales Solá, Nelson Castro, Mariano Grondona, Magdalena Ruiz Guiñazú, Claudio Escribano, Eduardo Van der Kooy, Julio Blanco y Alfredo Leuco entre más de una treintena.

En la historia de la prensa argentina se hace difícil encontrar un período como éste, en el que se presenta como modelo de honestidad e inmaculadez a un sector tan corrompido que en nombre del libre pensamiento y la independencia informativa ha bastardeado de manera escandalosa el ejercicio periodístico.

Precisamente, Claudio Díaz, el autor de este Diario de guerra, renunció a su trabajo en el multimedio Clarín tras haber sido censurado por manifestar su pensamiento político, clara evidencia de que los grandes monopolios de la comunicación no ejercen ni permiten hacer uso de esa tan mentada libertad de expresión que dicen defender.

ISBN 978-987-08-0171-9



9 789870 180171