

Cristobal López, propietario de casinos y empresario petrolero, acaba de comprar buena parte del Grupo Infobae. Ello implica que más señales televisivas y radiofónicas se suman a las que se encuentran en sintonía con el kirchnerismo. Una historia larga, que incluye estatizaciones, privatizaciones, óperas, terrazas, retratos peronistas y publicidad gubernamental

Quién es quién en el mapa de medios nacionales

La radiofonía y la televisión tuvieron orígenes distintos en la Argentina. La radio nació en el país en el sector privado. Fueron cuatro amigos y estudiantes de Medicina, **Enrique Telémaco Susini**, **Miguel Mujica**, **César Guerrico** y **Luis Romero Carranza** ("los locos de la azotea", por las antenas que tenían en las terrazas de sus casas desde que se convirtieron en radioaficionados). A las 21 del 27 de agosto de 1920, desde el Teatro Coliseo

transmitieron la ópera *Parsifal*, de **Richard Wagner**, para que la escucharan los pocos adelantados que tenían en sus casas una radio.

A mediados del siglo XX, la situación se torna confusa. Que **Juan Domingo Perón** estatiza las radios en el 47 es una aserción difundida pero también discutida. Los peronistas sostienen que en realidad las estatizó la Revolución Libertadora, cuando derroca a Perón y toma el poder en el 55. Y los no pe-

ronistas sostienen que el Gobierno peronista compró secretamente las principales emisoras (algunas eran "cadenas"), pero que mantuvo al frente a sus dueños, que en realidad pasaron a ser empleados del Estado a quienes se confió la administración de las radios.

La televisión, en cambio, no nació ni enteramente estatal ni privada. La primera transmisión, el 17 de octubre de 1951, fue una imagen del rostro de **Eva Perón**, por

medio del entonces privado Canal 7, propiedad de **Jaime Yankelovich**. Es decir, hay capitales privados pero un férreo control estatal.

En los 60 surgieron, privados, los canales 9, 11 y 13. **María Estela Martínez de Perón** los estatizó en el 74. Y en los 90 llegaría **Carlos Saúl Menem** y la ola privatizadora.

En la actualidad, la situación presenta variantes. La propiedad de los medios en la Argentina ha ganado claridad. En todo caso, su

relación con el Gobierno ya no pasa por determinar si son privados o públicos. Subjetivamente, se hace mención a sus "líneas editoriales". Objetivamente, a la pauta oficial que reciben del Gobierno. En términos del diario *La Nación* en su edición del viernes, una constelación de medios "de propiedad privada (que) no existirían sin la publicidad gubernamental".

Esta semana, precisamente, el propio mundo periodístico fue no-

ticia, a partir de la compra, por parte del Grupo Indalo, propiedad de **Cristóbal López** (empresario petrolero y de los juegos de azar, muy cercano a los Kirchner), de buena parte de lo que era el Grupo Infobae, del periodista **Daniel Hadad**.

La operación no reconfigura sustancialmente el mapa de los medios de la Argentina (aquí sintetizado parcialmente) según su postura ante el Gobierno, pero sí esclarece algunos personajes y alineamientos.

