

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Vanja Vodenik
Odnos med mediji in politiko: primer Argentine
Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Vanja Vodenik

Mentor: izr. prof. dr. Žiga Vodovnik

Odnos med mediji in politiko: primer Argentine

Magistrsko delo

Ljubljana, 2016

Za pomoč in podporo se zahvaljujem mentorju, dr. Žigi Vodovniku, družini in prijateljem.

Odnos med mediji in politiko: primer Argentine

Magistrsko delo analizira odnos med mediji, kjer je izpostavljena vloga medijskega konglomerata Grupo Clarín, in politiko, natančneje vlado, v Argentini med letoma 2007 in 2015, ko je bila na predsedniškem položaju Cristina Fernández de Kirchner. Poudarek daje analizi argentinskega Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah, ki je bil v kongresu sprejet leta 2009. Ponuja pregled njegovih značilnosti, pozitivnih in negativnih novosti, ki jih vnaša v argentinsko medijsko sfero, sodnih procesov, ki so ga spremljali, in predstavi vzbujene polemike na državnem in mednarodnem nivoju. Hkrati nudi pregled lastnosti in zgodovine vključenih akterjev ter oriše najpomembnejše faze spora. Te so poleg Zakona o medijih kmečka stavka, nogometni spor, spor glede časopisnega papirja in drugi. Skozi analizo spora se vidi kako mediji ne delujejo povsem v skladu z novinarskimi normami, vlada pa se je lotila podrediti medije z manj in bolj upravičenimi načini. Tu lahko med drugim naštejemo cenzuro, podkupovanje, grožnje, protipropagando in nepravilno dodeljevanje državnega oglaševanja. V zaključku pogledamo kaj se z Zakonom o medijih dogaja po tem, ko predsednico Fernández de Kirchner zamenja novoizvoljeni Mauricio Macri.

Ključne besede: mediji, politika, Argentina, Grupo Clarín, Cristina Fernández de Kirchner.

Relationship between media and politics: the case of Argentina

This Master's thesis analyses the relationship between the media, especially big media conglomerate Grupo Clarín, and politics, with emphasis on government, in Argentina between years 2007 and 2015, when the post of president was occupied by Cristina Fernández de Kirchner. It lays emphasis on the analysis of the Audiovisual Communication Services Law, which was passed in the congress in 2009. It offers overview of its features, positive and negative impacts that it brought to the media sphere of Argentina, judicial processes which have accompanied it and the controversies it has brought at the national and international level. At the same time, it offers an overview of the characteristics and history of main involved actors and the outline of the most important stages in their conflict. These are, in addition to the Media law, the peasant uprisings, football dispute, dispute with paper for newspapers and others. Through the analysis of the conflict it can be seen how the media is not working entirely in line with journalistic norms and the government has undertaken less and more legitimate ways to subordinate the media. Here we can point out censorship, bribery, threats, antipropaganda and irregularly given government advertisement. In the conclusion thesis looks at what has happened with the Media law after president Fernández de Kirchner was replaced with newly elected Mauricio Macri.

Key words: media, politics, Argentina, Grupo Clarín, Cristina Fernández de Kirchner.

Kazalo

1	Uvod.....	5
1.1	Cilji in raziskovalna vprašanja	6
1.2	Metodologija	7
1.3	Struktura magistrskega dela	8
2	Vloga in pomen medijev v demokratični državi.....	10
2.1	Mediji kot psi čuvaji	11
2.2	Soodvisnost medijev in države	12
2.3	Svoboda govora in cenzura.....	15
2.4	Delo novinarjev in odvisnost medijev od virov financiranja	16
3	Politični sistem Argentine.....	21
3.1	Predsednica Cristina Fernández de Kirchner.....	21
4	Medijski sistem Argentine	25
4.1	Grupo Clarín	28
5	Zakon o medijih	32
5.1	Polemike Zakona o medijih	35
5.2	Posledice sprejetja Zakona o medijih za Grupo Clarín.....	40
6	Spor Cristine Fernández de Kirchner in Grupo Clarín	42
6.1	Začetki spora	43
6.2	Spor se nadaljuje	47
6.3	Spori do konca predsedovanja Fernández de Kirchnerjeve	49
6.4	Državi podrejeni mediji	51
6.5	Zakon o medijih po koncu predsedstva Fernández de Kirchnerjeve	53
7	Vpliv političnega sistema Argentine na medije	56
8	Sklep.....	60
9	Literatura.....	62

1 Uvod

Živimo v obdobju, ko sta korupcija in zloraba moči, ki ju izvajajo tisti na oblasti, nekaj vsakdanjega. A poznamo tudi institucijo, ki ji je zaupana naloga nadzora oblasti in ima tako moč opozoriti na koruptivna in nepravilna dogajanja. Ta institucija so mediji. Da lahko ti čim bolj učinkovito in celostno opravljajo svojo nalogo, morajo biti neodvisni in imeti zakonsko dodeljeno pravico do prostega govora ter delovanja brez cenzure in vmešavanja vladajočih.

Mediji imajo v demokratični državi več funkcij: informativno, kontrolno, reprezentativno, forum in participativno funkcijo, a najpomembnejša je zagotovo tradicionalna vloga nadzora nad oblastjo, ki jo poimenujemo tudi vloga psa čuvaja ali vloga četrte veje oblasti (Carpentier 2007). Zato so politiki že skozi vso zgodovino želeli vplivati na medije in jim preprečiti objavo zanje nezaželenih informacij. Regulacije medijev so se lotili na več načinov - skozi legitimne spremembe zakonodaje in tudi z manj legitimnimi prijemi kot so cenzura, podkupovanje ali grožnje.

Na žalost pa mediji danes zaradi pritiska zaslužka vse manj opravljajo svojo vlogo psa čuvaja. Omejeni so namreč časovno, težijo k temu, da prvi poročajo o dogajanju, tudi če na račun tega trpi verodostojnost in preverjenost informacije, ter finančno, njihovi lastniki si namreč želijo zaslužka, nanje pritiskajo oglaševalci in država. Ta jim uvaja regulacije, v primeru državnega medija pa pogojuje tudi njihovo financiranje. Hkrati morajo upoštevati še uredniško politiko. A ker je pomembno, da tisti na oblasti odgovarjajo za svoja dejanja, je nujno ohraniti kontrolno funkcijo novinarstva, saj lahko medijsko poročanje vsaj opozori na nepravilno ravnanje. Dobro opravljeno raziskovalno novinarstvo pa lahko prinese tudi resnejše posledice kot so sodni epilogi zgozb, izguba položaja, osramočenje ali/in spremembe zakonodaje (Waisbord 2000).

Zato je nujno primere, kjer država nelegalno vpliva na delovanje medijev ali pa ti ne opravljajo svojega dela v skladu z novinarskimi normami, raziskati, nanje opozoriti in ostro obsoditi. Tak primer je tudi Argentina v obdobju med letoma 2007 in 2015, kjer se je pod predsedovanjem Cristine Fernández de Kirchner vzpostavila prava vojna vlade proti novinarstvu. V tej demokratični republiki je sicer glede na ustavo zagotovljena svoboda govora in medijev, saj kongres ne sme sprejemati zakonov, ki le-to omejujejo (Ustava Republike Argentine, 32. čl.). A marca 2008 se je s kmečko stavko začel vladni spor z mediji, ki je bil še posebej nastrojen proti zasebnemu in od vlade neodvisnemu medijskemu konglomeratu Grupo Clarín. Neodvisni mediji so se namreč postavili na stran stavekajočih in

kritično poročali o vladi ter predsednici Fernández de Kirchner. Predsednica, ki je znana po tem, da ne daje tiskovnih konferenc in intervjujev, saj nima dobrega mnenja o novinarjih, je obtožila neodvisne medije, da podpihujejo stavko in mobilizirajo ljudstvo ter želijo tako spodkopati vlado. Po koncu stavke kmetov pa se je spor nadaljeval skozi več faz in etap, med katerimi je bila najodmevnejša sprejetje Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah.

Zakon o medijih je nadomestil zastarel predhodni zakon, zagotavlja svobodo izražanja mnenj, prinaša večjo pluralnost medijev, saj z omejitvijo števila licenc na medij preprečuje nastanek monopolov in centralizacije, del medijskih licenc pa namenja neprofitnim organizacijam. A z omejitvijo števila licenc za radijsko in televizijsko predvajanje ter neupoštevanje predhodno prejetih licenc, bi večji mediji v državi morali prodati svoje deleže in razpasti na manjša podjetja. Hkrati pa zakon vpeljuje tudi strogo državno podelitev licenc skozi katero bi lahko neposlušne medije kaznovali (Repollo 2010; Macrory 2012). Še posebej kritično bi bilo to za Grupo Clarín, ki bi se moral razdeliti na najmanj šest med sabo popolnoma neodvisnih podjetij. Kritiki tako izpostavljajo vprašanje, če je zakon res sestavljen za večjo pluralizacijo medijev, ali pa je le kazen za Grupo Clarín in tako način nadzora vlade nad neodvisnimi mediji. To bi pomenilo, da namesto, da daje glas več akterjem, pravzaprav zavira svobodo govora (Repollo 2010).

Poleg vplivanja politike na medije skozi spremembo zakonodaje, so se v času vojne vlade z mediji dogajali tudi cenzura, preiskave novinarjev, grožnje, sodni spori, podkupovanja, nepravilno razporejanje javnega oglaševanja, sporno nastavljanje direktorjev na pomembne medijske funkcije in drugi incidenti. Še posebej močna je bila vladna protipropaganda proti neodvisnim medijem, ki je bila najpogosteje usmerjena proti Grupo Clarín (Novaro in Birmajer 2015).

1.1 Cilji in raziskovalna vprašanja

V magistrskem delu želim podrobno raziskati odnos in spor med korporacijo Grupo Clarín in argentinsko politiko oz. vlado, ki jo zastopa predsednica Cristina Fernández de Kirchner. To vključuje analizo akterjev, zgodovine, zakonodaje, dogodkov in ozadij tega spora. S tem želim opozoriti na pomembnost medijev za obstoj demokratične države, ki jo opredeljuje predvsem njihova funkcija nadzora oblasti, nanjo pa močno vpliva aktualna vlada z različnimi bolj in manj upravičenimi pristopi. Hkrati se ta medijska funkcija vse bolj opušča, saj so mediji odvisni od finančnih vlagateljev, ki jim pogojujejo njihovo poročanje, kar pa ni dopustno. Mediji ne bi smeli biti le orodje v rokah dominantnih vlagateljev. V primeru

odnosa med mediji in vlado v Argentini želim priti do zaključkov, ki bi omogočali boljše razumevanje tega kompleksnega odnosa med dvema tako pomembnima akterjema v vsaki državi.

Tako se moje glavno raziskovalno vprašanje glasi: Kako politika, natančenje vlada, v demokratični državi Argentini vpliva na medije? Raziskovalna podvprašanja pa se bodo nanašala na ožje dele raziskovalne teme in so sledeča: Kakšna je vloga medijev v demokratični državi? Kakšen je odnos med mediji in vlado v Argentini? Kakšne so značilnosti novega medijskega zakona in kaj ta prinaša v medijsko sfero Argentine? Kakšne so značilnosti posameznih faz spora med argentinskim medijem Grupo Clarín in predsednico Cristino Fernández de Kirchner?

1.2 Metodologija

Za opis relevantnih pojmov, torej vloge in pomena medijev v demokratični državi, političnega in medijskega sistema v Argentini, bom uporabila deskriptivno metodo, nadaljnje pa bom za raziskovanje študije primera, torej konflikta med medijskim konglomeratom Grupo Clarín in argentinsko predsednico Cristino Fernández de Kirchner, uporabila metodo kvalitativne raziskave.

Z deskriptivno metodo se da najprimerneje povzeti teoretične pojme, ki so osnova magistrskega dela, in opisati stanje, ki ga preučujem, ter njegove specifične lastnosti. V mojem delu so ti pojmi vloga in funkcije medijev, soodvisnost medijev in države, cenzura ter naloge novinarjev in njihova odvisnost od virov financiranja. Stanje pa je politični in medijski sistem Argentine s poudarkom na mediju Grupo Clarín in predsednici Fernández de Kirchner.

Pri kvalitativni družboslovni raziskavi gre za raziskovanje razmeroma majhnega števila primerov, kjer je pomembna teža oz. poglobljenost informacij, cilj pa je razkriti bistvene značilnosti primera in osvetliti ključne odnose med temi lastnostmi. Nujna je natančnost pri raziskovanju, uporabljeno gradivo mora biti preiščeno izbrano, končna sinteza dejstev pa mora biti smiselna in resnična glede na podatke (Ragin 2007, 40–117). Ker gre pri kvalitativni analizi za intenzivni oz. poglobljen pristop, ki je primeren za cilje, ki zahtevajo podrobno ukvarjanje s konkretnimi primeri, je to najprimernejša metoda za razčlenitev primera argentinskega spora vlade in medijskega konglomerata. Gre namreč za proces analize, pri kateri razčiščuješ pojme in kategorije, jih najprej analiziraš posamezno,

nato v kontekstu celote, na koncu pa jih sestaviš v smiselno sintezo, skozi katero se oblikujejo podobe o predmetu raziskovanja in ki pomagajo osmisliti veliko količino gradiva (prav tam, 70–72). Kvalitativna raziskovalna metoda mi tako omogoča, da natančno analiziram najprej posamezna akterja, torej vlado in medije, upoštevam okolje v katerem ta akterja delujeta, relevantne dogodke, ki spremljajo spor, nato pa ugotovitve povežem in sklenem.

Fokus kvalitativne metode raziskovanja v politični znanosti je tako na podrobnih, obširnih in celostnih tekstovno osnovanih odgovorih, ki so rezultat temeljite, holistične analize predmeta proučevanja. Upošteva se tudi socialno, kulturno, politično, historično in geografsko okolje v katerega je predmet postavljen, saj se tako lažje prikaže celostna slika raziskovanega (Vromen 2010, 249–257). V mojem primeru je to okolje države Argentine, vsi naštetih dejavniki pa nedvomno vplivajo na medije in vlado v določeni državi. Hkrati bi bila analiza brez raziskave okoliščin le delna. Pri študiji primera bom tako uporabila tekstovno, diskurzivno in historično interpretacijo primarnih virov ter analizo sekundarne literature. Moji viri bodo predvsem znanstveni in časopisni članki, iz katerih je najboljše razvidno nedavno dogajanje v določeni državi, znanstvene monografije ter ustava in zakoni. Tipična oblika vira informacij pri kvalitativni analizi so namreč tekstualne informacije kot na primer zgoraj naštetih zapisi oz. zapiski raziskovalca med analiziranjem informacij (Carey 2009, 156–157).

1.3 Struktura magistrskega dela

V prvem delu naloge bom zarisala vlogo in pomen medijev v demokratični državi, kar zajema funkcije medijev, kjer se bom poglobila v kontrolno funkcijo novinarjev v vlogi psa čuvaja oz. četrte veje oblasti, odnos med mediji in državo, ki temelji na soodvisnosti, ter delo novinarjev. Ti so podvrženi mnogim pritiskom; časovnim, finančnim, lastniškim, nanje želijo vplivati tudi njihovi viri informacij in financiranja. Podrobneje bom pogledala predvsem vpliv virov financiranja medijev, ki te izkoriščajo za razširitev lasnih propagandnih sporočil. Pregledala bom še delovanje cenzure in pomen svobode govora.

Nadaljevala bom z opisom političnega sistema Argentine, življenjepisom predsednice Cristine Fernández de Kirchner ter opisom njenega odnosa z mediji. Sledi razlaga značilnosti medijskega sistema Argentine, opis njihovega militantnega novinarstva, podrobneje pregledam še cenzuro v državi, nato pa zgodovino, razvoj in pomen medijskega konglomerata Grupo Clarín. Analiziram tudi njihovo poročanje o vladi ter predsednici. Sledi

še opis in pregled Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah, njegovih spornih členov, sodnih procesov, ki so sledili njegovemu sprejetju, vseh polemik, ki jih je zanetil, ter posledice sprejetja Zakona o medijih za Grupo Clarín.

V tretjem delu naloge bodo opisane najpomembnejše faze spora med predsednico Fernández de Kirchner in Grupo Clarín kot so kmečki upor, program Nogomet za vse, parlamentarne volitve v Argentini leta 2009, spor glede Fibertela in časopisnega papirja, kampanja 7D in druge, ki skupaj tvorijo tako imenovano vojno vlade proti novinarstvu. Dotaknila se bom tudi medijev, ki so delovali pod vplivom vlade. Za konec bom pregledala kaj se je dogajalo z zakonom po končanem mandatu predsednice Fernández de Kirchner. Sledi še razlaga vpliva političnega sistema Argentine na medije oz. na Grupo Clarín ter zaključek, v katerem podam predloge nadaljnje raziskave.

2 Vloga in pomen medijev v demokratični državi

Saqib Riaz opozarja, da sta mediji in demokracija drug za drugega nepogrešljiva. Mediji namreč v vlogi psa čuvaja oz. četrte veje oblasti nadzirajo demokratično vlado, obveščajo državljane o političnih dogajanjih ter sodelujejo pri širjenju in utrjevanju demokratičnih vrednot v družbi. Demokratična država pa medijem zagotavlja svobodo in pravico do prostega govora oz. poročanja, hkrati pa lahko medije regulira preko zakonodaje. Biti informiran je namreč en ključnih konceptov demokratične države, državljani preko medijev dobijo informacije na katerih tvorijo svoje volilne odločitve (Riaz 2011, 89–97). Poleg odločitev koga voliti pa se preko informiranosti tvori tudi javno mnenje (Carpentier 2007, 152).

Mediji so različna sredstva množičnega komuniciranja, ki vključujejo televizijo, radio, revije, časopise, njihovo produkcijo na svetovnem spletu ter ljudi, ki sodelujejo pri njihovi proizvodnji (Dictionary of media studies 2006). Obstaja več teorij funkcij medijev, a pet osnovnih funkcij medijev Nica Carpentierja, ki predstavljajo bazo odnosa mediji – demokratična država, zajema vse njihove najpomembnejše naloge. Te funkcije so informativna, kontrolna, reprezentativna, forum in participativna funkcija (Carpentier 2007, 159).

Informativna in kontrolna funkcija zajemata pridobivanje informacij za informiranje državljanov in za nadzor vlade. S podajo kritičnih informacij naj bi mediji poročali o vseh spektrih države in tako opozorili na njene napake ter omogočili državljanom, da formalno in neformalno nadzirajo politični sistem, so torej vključeni v demokratično družbo. Ti dve funkciji zajemata tudi vlogo medijev kot psa čuvaja, ki državljanom podaja kritične informacije in tako opravlja pomembno demokratično nalogo. Te informacije pa moraj biti poleg kritičnih še razumljive in dostopne, usmerjene na socialno interakcijo, pozitivne ter strukturirane (Carpentier 2007, 161–163).

Tretja, reprezentativna funkcija, zajema zastopanje družbe in različnih skupin znotraj nje ter zastopanje politične sfere države. Vse z namenom izogniti se napačnemu predstavljanju teh skupin ter ustvarjanju stereotipov (Carpentier 2007, 163–164).

Forum funkcija omogoča posameznikom možnost samoreprezentacije v okviru medijev, kjer se lahko predstavijo kot posamezniki ali kot del določene skupine. Hkrati ta funkcija omogoča pluralnost diskurzov in predstavitev različnih idej, tudi političnih, ki pa

morajo biti osnovane na argumentih in podpirati univerzalno priznane vrednote¹. O njih se nato preudarno razpravlja preko debat in dialogov (Carpentier 2007, 164–166).

Zadnja, participativna funkcija, pa obravnava državljanke kot subjekte novic s pravicami bralcev, poslušalcev oz. gledalcev. Državljanke lahko tako sodelujejo pri vsebinskem ali strukturnem nastajanju novic (Carpentier 2007, 159–167).

2.1 Mediji kot psi čuvaji

Kontrolna funkcija medijev, imenovana tudi mediji oz. novinarji v vlogi psa čuvaja, je ena izmed najpomembnejših funkcij medijev v demokratični državi. Novinarji imajo namreč v tej vlogi nalogo neodvisno preiskovati aktivnosti vade, podjetij in ostalih javnih institucij, z namenom dokumentiranja, spraševanja in raziskovanja njihovega delovanja, da javnost in funkcionarji nato pravočasno dobijo informacije javnega pomena (Bennett in Serrin 2007, 327). Lance W. Bennet in William Serrin izpostavljata: »Tudi če vključuje zgolj dokumentiranje obnašanja tistih na oblasti, jim postavlja zahtevna vprašanja ali izbrska dokaze korupcije oz. zavajanja, je ideja neodvisne novinarske preiskave socialnih, ekonomskih in vladnih institucij prepoznana kot osnova za ohranjanje avtoritet v skladu z vrednotami in normami institucije, ki jo vodijo« (prav tam, 328). Pri tem gre za opozarjanje na dejstva, katerih akterji želijo, da ostanejo skrita, kar prispeva k pravici državljanov do obveščenosti in hkrati k boljše obveščenim državljanom. Kadar je novinarstvo v vlogi psa čuvaja, poročanje preseka molk o občutljivih temah, saj prisili udeležence, da se uradno odzovejo, hkrati pa se zmanjša potencial poskušanja upravljanja z javnim mnenjem (Waisbord 2000, 230).

Seveda pa vsaka medijska organizacija ne uspe sistematično in redno izvajati svoje vloge psa čuvaja. Ta je pogostokrat podrejena želji prvi priti na kraj dogodka, premagati konkurenco, imeti ekskluzivne, tudi če manj preverjene informacije, več, čeprav neimenovane vire, vse z namenom čim prej in prvi objaviti zgodbo. Hkrati so mediji pod vplivom vlad, fundacij ali omejitev financiranja. Preiskovanje pa zahteva čas in denar, ki ga ponavadi nimajo na voljo (Bennett in Serrin 2007, 327–334). Lastniki medijev želijo hitro proizvodnjo novic, ki ni poceni le v nizkem začetnem vložku denarja, ampak se tudi na koncu ne konča s tožbami in potencialnimi večjimi finančnimi odlivi. Mnogi mediji tako niti nimajo

¹ Te vrednote so demokracija, mir, svoboda, enakost in pravičnost. Torej v praksi upor diktaturi, tiraniji, vojnām, nasilju, neupoštevanju človekovih pravic, diskriminaciji, zatiranju in socialni neenakosti (Carpentier 2007, 166).

več preiskovalnih oddelkov ali pa tem namenijo le mali denarni vložek (Waisbord 2000, 200). Temu principu hitro in prvi pridobiti informacije se ne izogne niti novinarstvo v vlogi psa čuvaja. Če je zgodba objavljena hitro in nedokončano, lahko sicer res pridobi pozornost in s tem nove vire informacij, lahko pa pride tudi do nepotrebnih napak. Tako ta vloga medijev vse bolj pada v zaton, čeprav Murrey Marder trdi, da kadar mediji ne opravljajo svoje funkcije nadzora oblasti, ima lahko to pogubne posledice. Kjer obstaja neka oblast, tam je potreba po javni odgovornosti, zato bi moral še najmanjši medij opravljati svojo nalogo psa čuvaja (Marder 2001, 66).

Novinarstvo v vlogi psa čuvaja razširi osnovno poročanje v globlji nivo intenzivnosti in temeljitosti. Tako ne dopušča pritiska roka oddaje, novinarju in uredniku pa narekuje čas za premislek, raziskavo in analizo (Marder 2001, 65). Pri vsakodnevnem novinarskem poročanju so dejstva znana in jasna, ko gre za poročanje v vlogi psa čuvaja, pa dejstva niso takoj znana, vsakodnevni viri informacij niso dovolj, iskanje dokazov je zahtevnejše. Najpomembnejši korak pri pridobivanju dokazov je izjava vplivnega vira informacij, ki se jo podkrepi z empiričnimi dokazi. Gre za novinarstvo, ki opozarja na moralno nesprejemljiva dejanja (Waisbord 2000, 195–198).

Izkupički takšnega raziskovalnega novinarstva so lahko različni. Vse od tega da javnost teme niti opazi ne, do javnega ogorčenja, parlamentarne ali sodne preiskave, javne mobilizacije s protesti, ki zahteva delne ali popolne spremembe, politične krize in nestabilnosti. Lahko da bodo vpleteni odločali z moralno osramočenostjo, sodno ali z izgubo položaja, lahko se delno ali v celoti spremenijo zakonodaje (Waisbord 2000, 222–237).

Diane E. Johnson pa še posebej opozarja na dvojnost vloge množičnih medijev v demokratični državi, saj na eni strani odjemalcem novice podajajo informacije o prizadevanjih različnih interesnih skupin kako vplivati na javne politike, torej izvajajo nalogo psa čuvaja, na drugi strani pa so sami interesne skupine in delujejo tako, da zaščitijo in izboljšajo svoje vrednote in interese. Ti so ponavadi zaščita svobode govora in dostop do javnih informacij. Seveda pa ti interesi niso edini, mediji želijo vplivati tudi na zakonodajo, na sistem podaje licenc, na cene tiskanja papirja, na dostop do frekvenc. Tako bi morali izvajati tudi funkcijo psa čuvaja nad samimi sabo, a kaj ko je lažje pogledati stran (Johnson 2014, 369).

2.2 Soodvisnost medijev in države

Mediji so tisti, ki vsak dan oblikujejo teme poročanja, določajo katera novica bo dosegla širšo javnost in katera ne. Politiki so tako že skozi vso zgodovino želeli vplivati na teme poročanja medijev, a Corwin D. Smidt opozarja, da to ni bilo vedno po legalnih poteh preko novinarskih konferenc in sporočil za javnost. Medijsko poročanje o politikih in njihovem delovanju je zanje tudi priložnost podati svoje sporočilo, se promovirati in tako vplivati na širšo javnost (Smidt 2012, 72–74). Smidt piše, da imajo, ko gre za zmago v političnih bitkah, »politični akterji, ki lahko vplivajo na medijsko poročanje, prednost v boju« (prav tam, 74). Hkrati mediji vplivajo na obnašanje vladnih organov z opozarjanjem in legitimiranjem tem, na katere se morajo politiki odzvati. Politiki pa lahko vplivajo na medije preko informacij, ki jim jih posredujejo v obliki izjav ali sporočil za javnost, oz. medije uporabijo za doseg svojih političnih ciljev. Mediji naprej vplivajo na množico s podajanjem informaciji o politikih, kar vpliva na to kakšna politična prepričanja bodo državljani imeli in kako bodo volili (Leighley 2004, 8).

Vlada najpogosteje regulira medije preko spreminjanja medijske zakonodaje in omejevanja podelitve licenc, možna pa je tudi cenzura (Pearson 2013, 219). Hkrati demokratična država medijem zagotavlja svobodo in pravico do prostega govora oz. poročanja (Riaz 2011, 90–97). Potrebujejo pa tudi pravico do dostopa do necenzuriranih informacij, brez nje namreč ne morejo učinkovito izvajati vloge četrte veje oblasti, torej nadzovanja prvih treh vej (Louw 2005, 288). Tudi vsaka sprememba zakonodaje, ki ogroža funkcijo medijev kot psa čuvaja, je nesprejemljiva (Kelly in Donway v Riaz 2011, 91).

Mediji in politični akterji pa prevečkrat pozabijo, da so soodvisni, prvi namreč potrebujejo politike za dostop do informacij, ki jih nato pretvorijo v novice, drugi pa uporabljajo medije za dostop do množične javnosti. Tako sta vplivanje na novice in politični odnosi z javnostjo pomembni deli oblikovanja politik (Strömbäck 2011, 426–427). Riaz tu dodaja, da lahko mediji in demokracija celo drug drugega okrepi (Riaz 2011, 90–97). Odnos mediji - demokratična država je namreč bistvenega pomena v naši družbi, saj ti dve instituciji oblikujeta javno mnenje in državne politike, s tem pa močno vplivata na življenje državljanov. Vsako prekoračitev meje legitimnega vplivanja druga na drugo ali neupoštevanja svojih nalog, pa naj bo to s strani vlade ali medijev, ima lahko usodne posledice, zato je ključno raziskovati primere, kjer so te meje pod vprašanjem.

Mnogi pomembni medijski teoretiki so skozi zgodovino opazovali moč medijev. Joseph Pulitzer je že leta 1878 trdil, da je več zločinov, nemoralnosti in lopovščine preprečenih zaradi strahu razkrinkanja v časopisih kot pa zaradi ustvarjenih zakonov, morale

ali pravil (Pulitzer v Bennett in Serrin 2007, 328). Tudi Walter Lippman je na začetku svoje kariere novinarja trdil, da je časopis biblija demokracije; knjiga, po kateri ljudje ravnajo svoje vedenje. Proti koncu življenja pa je žalostno opazoval kako novinarstvo ne dosega vsega svojega potenciala (Marder 2001, 66).

2.3 Svoboda govora in cenzura

Svoboda govora oz. možnost izražanja brez cenzure je bistvena pravica vsakega državljana demokratične države. Emilijo J. Cárdenas tako opozarja na neločljivo povezavo med svobodo govora in demokracijo, saj je družba zatirana kadar sta svoboda govora in mnenja direktno ali posredno omejeni oz. potlačeni. V demokratični državi bi morali mediji objavljati informacije in poročati, kot se jim zdi najbolj primerno. Zatiranje medijev je značilno za nedemokratične države, kjer so mediji prepuščeni vladnim cenzorjem. Ti posedujejo direktna ali posredna orodja za zatiranje svobode in za obvladovanje javnega mnenja (Cárdenas 2012/2013, 153). Zavezanost države k svobodi govora pa predpostavlja, da je ta namenjena vsem državljanom enakopravno, torej tudi tistim, s katerimi se ne strinjamo, katerih ideje vidimo kot nevarne (Andresen in Gray 2008, 162–163). Predpostavlja tudi, da velja svoboda govora za medije, ki ne pišejo vedno v prid vladajočim, država pa ne škoduje takim medijem in jim ne spodkoplje odjemalcev njihovih storitev (Novaro in Birmajer 2015, 11). Bralci, poslušalci in gledalci namreč potrebujejo veliko različnih informacij, da lahko nato tvorijo svoje mnenje in sprejemajo volilne ter druge odločitve (Andresen in Gray 2008, 162–163).

Robin Andersen in Jonathan Gray poudarjata, da ljudje na oblasti redko želijo biti izzvani, tako je sla po utišanju kritik med voditelji pogosta, tudi pri tistih, ki so bili na svoj položaj izvoljeni (Andresen in Gray 2008, 163). Tu lahko nastopi cenzura, torej prepoved objave določene novice zaradi njene vsebine, ki je lahko predhodna ali pa nastopi po objavi (Dictionary of media studies 2006). To lahko vlada izvaja direktno ali posredno preko več načinov. Primer direktne cenzure so pisma novim urednikom, kjer opozarjajo na ukrepe ali kazni ob objavi določenih informacij (Pinto 2009, 6).

Poleg vladne cenzure pa lahko nastopi tudi korporativna cenzura. To izvaja peščica velikih medijskih podjetij v določeni državi, ki nadzira pretok idej in informacij (Andresen in Gray 2008, 163). S tem lahko zavira obstoj manjših medijev, nastajajo pa veliki medijski konglomerati z monopolnimi deleži na medijskem tržišču. Za dobro delujočo demokratično državo je namreč nujna tudi pluralnost informacij in raznolikost vsebin, ki jih medijski konglomerati ne zagotavljajo. Poceni je namreč eno informacijo podati preko različnih medijskih formatov, drago pa raziskati in objaviti več različni tem (Mauersberger 2012, 590).

Poznamo tudi samocenzuro, pri kateri se posameznik sam odloči, da določene informacije ne bo podal, saj je pod pritiskom vlade ali podjetja, za katerega dela (Dictionary of media studies 2006). Ponavadi se novinar samocenzurira kadar ga je strah posledic, ki bi

jih zanj prinesla objava določene novice, ali pa je lojalen svojemu podjetju in mu želi prizanesti z možnimi finančnimi izgubami.

2.4 Delo novinarjev in odvisnost medijev od virov financiranja

Novinarji so danes pri svojem delu omejeni s časom, denarjem in uredniško politiko. Ohranja pa se njihova odgovornost do čim bolj objektivnega in korektnega poročanja. Riaz opozarja, da mediji predstavijo sliko sveta skozi izbrano konstrukcijo in reprezentacijo dogodkov in problemov ter tako državljanom podajo okvir za razumevanje informacije: »Ti okviri se razlikujejo glede na organizacijo političnih institucij, prevladujočo politično ideologijo naroda in vlogo, ki jo imajo mediji v družbi« (Riaz 2011, 89–90). Ekonomski in politični interesi tako premikajo meje izbire o čem poročati, koga pri tem vprašati in navajati, kateri vidik razumevanja situacije prevzeti (Waisbord 2000, 202).

Zaradi tehnološkega napredka in dostopnosti informacij, je teh vse več in več v našem vsakdanjem življenju, uporabniki medijev pa so postali »žrtve informacijske eksplozije« (Riaz 2011, 91). Zato imajo novinarji veliko odgovornost, da poročajo čim bolj nepristransko, uravnoteženo in objektivno. A zaradi zunanjih pritiskov in pritiskov lastnega medija ter uredniške politike to ni vedno enostavno. Prav tako jih omejujejo ekonomski in finančni dejavniki. Zasebni mediji so podvrženi pritiskom tistih, ki jih financirajo, ustvarjati morajo dobiček, upoštevati svoje oglaševalce, na javne medije pa lahko pritiska država, ki skrbi za njihov dotok financ (prav tam, 91–94). Pritiski se seveda lahko razlikujejo tudi glede na temo poročanja. Kadar se poroča o politični sferi države, je vsak medij, ki je podvržen licencam, franšizam ali regulacijam, pod političnim pritiskom (Kelly in Donway v Riaz 2011, 91).

Kot razlagata Edward S. Herman in Noam Chomsky v svojem delu *Proizvodnja konsenza – Manufacturing consent*, so mediji podvrženi vplivom virov financiranja, ti so lahko država ali zasebni vlagatelji, ki preko njih izvajajo propagando. To počnejo preko pogojevanja poročanja medijev, filtrirajo teme, določajo interpretacijo informacij ter vsiljujejo svoja sporočila, ki jih tako posredujejo širši javnosti. Kadar gre za državni medij, kjer je jasno vidna monopolistične kontrola države nad medijem in uradna cenzura, ni težko opaziti, da so mediji namenjeni dosegu ciljev teh dominantnih elit. »Veliko težje pa je videti delovanje propagandnega sistema, kadar so mediji privatni in uradne cenzure ni« (Herman in Chomsky 1988, 1). Še posebej je propaganda zasebnih medijev skrita, kadar ti periodično

napadajo in razkrivajo vladna in korporativna napačna dejanja ter se opisujejo kot zagovorniki svobode govora in javnega interesa.

Dominiranje elit nad mediji se zgodi tako naravno, da so novinarji, ki delujejo pošteno in z dobrimi nameni, prepričani, da so sami izbrali najbolj objektivno interpretacijo novic na osnovi profesionalnih novičarskih dejavnikov objavnosti. A elite so ustvarile filtre, ki delujejo objektivno, so pa zelo močni in vgrajeni v sistem v njegovih osnovah, tako se alternativnih vidikov izbire novic ne da niti predstavljati. Prav tako preprečijo poročanje o določenih temah, tako da ustvarijo drugo novico in opozorijo nanjo (Herman in Chomsky 1988, 1–2). Če so članki napisani v prepričljivem stilu in njihovo vsebino podpirajo avtoritativne figure, potem niso pod kritičnim očesom, propaganda tako postane resnica brez da bi potrebovala dokaze, drugačni pogledi pa se prezrejo (prav tam, 34).

Propaganda se izvaja s strani vlade ali večjega medijskega podjetja. Moč propagande, ki jo izvaja medij, je glede na opredelitve Hermana in Chomskega odvisna od petih kriterijev. Prvi kriterij združuje velikosti medija, koncentracijo lastništva, bogastvo lastnika in njegovo stopnjo orientiranosti ustvarjanju profita. Drugi je oglaševanje kot primarni vir financiranja, tretji so viri informacij, še predvsem, če so ti vladni oz. pridobljeni preko podjetja, ki jih financirajo primarni viri informacij. Četrti kriterij je ostra kritika kot način discipliniranja medija ter peti antikomunizem kot nacionalna religija in kontrolni mehanizem. Ti kriteriji se dopolnjujejo in krepijo drug drugega (Herman in Chomsky 1988, 2).

Veliki medijski konglomerati, kljub sicer velikemu številu medijev na tržišču, proizvedejo večino novic o katerih se poroča. Hkrati služijo kot viri informacij za manjše medije in še lažje dominirajo teme poročanja. V svoji lasti imajo več različnih medijskih formatov, od tiska do radijev in televizijskih postaj s pripadajočimi spletnimi platformami. Z več formati pridobijo tudi več odjemalcev novic, svoje delovanje razširijo mednarodno, povečajo zaslužek in zmanjšajo možnost prevzema podjetja (Herman in Chomsky 1988, 4–13).

Mediji za svoje delovanje potrebujejo licence in tu jih politika najlažje nadzira oz. napada, saj uporablja podelitev licenc kot način discipliniranja medijev. Ti se branijo z lobiranjem ter ustvarjanjem osebnih odnosov s politiki, saj so medijske hiše kot podjetja odvisne tudi od drugih državnih zakonodaj kot so politika zaposlovanja, davčna zakonodaja, ureditev konkurenčnosti in druge (Herman in Chomsky 1988, 13).

Eden najpomembnejših virov financiranja medijev so oglaševalci, ki vplivajo na uspeh in preživetje medija. Z njihovim denarjem lahko medij spusti ceno izdelka in vloži

denar v razvoj, promocijo, podobo podjetja, brez oglaševalcev pa propade. Oglaševalci seveda izberejo medije, ki poročajo njim v prid, ki delujejo na podobnih vrednotah kot oni, mediji pa bodo na vsak način želeli svoje delovanje približati tem prepričanjem. Tako zmanjšujejo oz. ukinjajo javnomnenjske programe, ki niso povšeči njihovim oglaševalcem, poročajo o lahkotnih in zabavnih temah, ki povečujejo željo po nakupih, izpuščajo kompleksne in ostre teme, ki bi gledalce zmotile, ter povečujejo prostor in čas, ki ga namenijo oglaševanju (Herman in Chomsky 1988, 14–18).

Natalia Aruguette in Esteban Zunino opozarjata, da v novinarskem delu ni pomembna le izbira novic, temveč tudi izbira vira informacij. Ti so po navadi akterji, ki zagotavljajo podatke zaradi svoje vloge v določeni skupini oz. sektorju, hkrati pa imajo tudi lasten interes v zadevi (Aruguete in Zunino 2013, 17). Viri informacij pomembno vplivajo na zgodbo, saj predstavijo svojo plat videnja zadev in lahko ključno vplivajo na celotno novico. Koga povprašati za informacijo in citirati v pripravi članka oz. prispevka, da bo poročanje čim bolj uravnoteženo, je tako zelo pomemben del priprave novic. Zajeti je namreč potrebno vidike vseh vpletenih akterjev, se pa zgodi, da kdaj kdo ne želi podati izjave. Kadar se poroča o političnem dogajanju, mediji dajo večji poudarek na dejanja in reakcije vlade kot pa na druge institucije in se prej obrnejo na avtoritativne figure. Kar pa, kot razlagata Aruguete in Zunino, ne izhaja iz omejitvene cenzure »ampak iz lastne novinarske rutine, saj ta narekuje izbiro pozitivnih, legitimnih in verodostojnih virov informacij« (Aruguete in Zunino 2013, 18).

Množični mediji, kot izpostavljata Herman in Chomsky, imajo zaradi ekonomskih potreb in vzajemnih interesov simboličen odnos s svojimi viri informacij. Mediji pozornost usmerjajo na področja, kjer se pogosto zgodijo pomembni dogodki, kjer se pojavijo govorice, kjer informacije uhajajo v javnost in kjer potekajo redne tiskovne konference. Uradni viri informacij so med najpomembnejšimi, saj preko njih mediji ohranjajo videz objektivnega poročevalca in se zaščitijo pred kritikami pristranskosti ter možnimi sodnimi postopki. Hkrati pa gre za finančni vidik uporabe virov, kajti če informacije same pridejo od virov, ki so znani kot kredibilni, so stroški raziskovanja manjši oz. jih ni. Kadar pa je novica podana s strani nezanesljivega vira, bo to poročanje vzbudilo kritike in grožnje tistim, ki medij financirajo, porabilo se bo več časa in denarja za preverjanje informacij oz. raziskovanje (Herman in Chomsky 1988, 19).

Vlade in velike korporacije si tako želijo zagotoviti mesto vira informacije pri medijih. To storijo preko lajšanja dela novinarjem: vnaprej jim posredujejo svoje govore, tiskovne konference naredijo več ur pred začetkom oddaje oz. pred rokom oddaje članka,

poskrbijo za primeren video in avdio material, svoja tiskovna sporočila pišejo v razumljivem in enostavnem jeziku. Hkrati velika podjetja medijem znižajo stroške poslovanja tako, da jim same posredujejo material za novice in tega ne rabijo iskati na terenu. Njihovo podajanje informacij medijem postane rutina in tako imajo zagotovljeno mesto v poročanju. Svoj vpliv nadgrajujejo tudi z ustvarjanjem osebnih odnosov z novinarji in drugimi medijskimi uslužbenci ali pa uporabijo grožnje. Mediji se počutijo obvezane objavljati samo zgodbe, ki ne škodijo njihovim virom ali poslabšajo njihovega odnos. Vire pa medijem prikrito ponudijo tudi v obliki strokovnjakov, ki so plačani s strani vlad in velikih korporacij, ki interpretirajo zadeve po njihovih kriteriji. Ker se te strokovnjake večkrat navaja, pridobijo status zanesljivih in dobrih virov mnenj ter analiz, s tem pa jih za izjavo povpraša vse več medijev (Herman in Chomsky 1988, 21–14). Individualni viri informacij ali tisti, ki prihajajo s strani neorganiziranih in neprepoznanih skupin, tako sploh nimajo možnosti pridobiti mesto v novicah, saj k mediju ne prispevajo finančno, niso označeni kot kredibilni, zaradi drugačne ideologije pa ne pridejo skozi proces filtriranja novic, ki ga izvajajo odbiralci² (prav tam, 31).

Mediji se bojijo tudi ostre kritike njih oz. njihovega programa. Ta je lahko direktna v obliki pisem, klicev, peticij, tožb, javnih govorov, predlogov zakona, pritožb, groženj, kazenskih ukrepov ali nedirektna v obliki pritožb delničarjem, podpori konzervativnih politikov, ki bodo zamejili moč medijev v državi. Močnejši, kot je tisti, ki podaja kritiko, manj prijetno in dražje je za medij. Pritožbe lahko vodijo do sodnih sporov in izgube oglaševalce (Herman in Chomsky 1988, 26–27). Herman in Chomsky pa še posebej izpostavljata vlado, ki »je eden največjih kritikov medijev, ki redno napada, grozi in popravlja medije, trudi se zaječiti kakršnokoli odstopanje od njene načrtane linije« (prav tam, 28).

Zadnji kriterij moči propagande medija je antikomunizem kot nacionalna religija in kontrolni mehanizem. Komunizem namreč predstavlja grožnjo premožnim, saj grozi njihovi razredni pripadnosti in superiornemu statusu. Tako so ga skozi medije predstavili kot ultimativno grožnjo, prednost pa dali poročanju o antikomunizmu, kjer je vsak, ki se opredeli kot antikomunist, strokovnjak in se podrobnejših dokazov o povedanem ne išče (Herman in Chomsky 1988, 29–30).

² Odbiralci - *gatekeepers* so osebe v mediji, ki prečiščujejo gradivo, torej izbirajo katere novice bodo objavljene, to so lahko uredniki, novinarji idr. (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 63).

Novinarji so omejeni tudi s časom in prostorom za poročanje, tako je nemogoče, da bi poročali o vsem, kar se dogaja v njihovi okolici in drugod. Izbira vsebin je tako postala ena osnovnih nalog novinarja (Riaz 2011, 92). Pri tem jim pomaga seznam dejavnikov objavnosti oz. novičarske vrednosti, ki sta jih leta 1965 definirala John Galtung in Marie Holmboe Ruge. Prednost pri objavi imajo dogodki, ki so pogosti, dosežejo prag medijske zaznavnosti, so nedvoumni oz. jasni, domači, torej v referenčnem okviru tistega, ki izbira, so skladni in napovedljivi, nepričakovani, neprekinjeni, njihova kompozicija uravnoteži ostale objavljene vsebine, se nanašajo na elitne narode ali na elitne osebnosti, izražajo posebnost ali pa so negativni. Več dejavnikov objavnosti kot najdemo v dogodku, bolj verjetno je, da bo novinar poročal o njem. Danes obstaja še mnogo drugih klasifikacij dejavnikov objavnosti, ki med drugim dodajajo še dejavnike kot so razvedrilo, dobra novica, relevantnost in druge (Poler Kovačič in Erjavec 2011, 107–112).

Pri poročanju o elitnih osebnostih pa je seveda še posebej potrebno oceniti, da se o njih objavijo le informacije javnega značaja in da se ne poroča po nepotrebnem o njihovem zasebnem življenju. Del pravice do prostega govora in poročanja je tudi dolžnost upoštevati intimo in zasebno življenje vidnejših funkcionarjev (Novaro in Birmajer 2015, 91).

3 Politični sistem Argentine

Argentina je reprezentativna federativna republika v kateri se oblast deli na zakonodajno, izvršilno in sodno vejo. Zakonodajno oblast predstavlja kongres, ki ga sestavljata zgornji in spodnji dom (Ustava Republike Argentine, 44. čl.). Zgornji dom se imenuje senat, v njem je 72 predstavnikov provinc, po trije za vsako provinco, imajo pa šestletni mandat. Tretjina članov senata se voli na vsake dve leti (prav tam, 54.–56. čl.). Spodnji dom predstavlja poslanska zbornica s 257 člani. Ti imajo štiriletni mandat, polovica poslancev pa se prav tako voli vsake dve leti (prav tam, 45.–46. čl.).

Tako senat kot zbor poslancev lahko predlagata nove zakone (Ustava Republike Argentine, 77. čl.) Predlog zakona morata nato potrditi oba domova, potem pa ga pregleda in potrdi še izvršilna veja oblasti, torej predsednik republike (prav tam, 78. čl.).

Predsednik države ima štiriletni mandat, samo število mandatov pa ni omenjeno. Zaporedno je lahko izvoljen le enkrat, nato mora počakati na naslednje volitve, da lahko ponovno kandidira (Ustava Republike Argentine, 90. čl.). Predsednik Argentine je vrhovni voditelj naroda, šef vlade in vojske, odgovoren za generalno administracijo države, skrbi za izvajanje zakonov, med drugim pa predlaga sodnike vrhovnega sodišča, ministre in ambasadorje (prav tam, 99. čl.).

Država je upravno razdeljena na 22 zvezdnih držav oz. provinc³ in na glavno mesto Buenos Aires, ki ima poseben status (Argentina Guía del Estado). Glede na ustavo ima vsaka provinca pravico do lastne ustave, sodnega sistema, občinske ureditve in sistema osnovnošolskega izobraževanja (Ustava Republike Argentine, 5. čl.).

3.1 Predsednica Cristina Fernández de Kirchner

Cristina Elisabet Fernández de Kirchner je bila kot prva ženska izvoljena za predsednico Argentine leta 2007, drugi mandat pa je prevzela leta 2011.

Rodila se je 19. februarja 1953 v La Plati, kjer je na Narodni univerzi La Plata tudi diplomirala iz prava. V času študija je spoznala Néstorja Kirchnerja, sodelovala sta pri mladinskem odseku peronistične stranke. Z njim se je poročila leta 1975, v zakonu pa sta se

³ Te province so: Catamarca, Chaco, Chubut, Córdoba, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, La Pampa, La Rioja, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Juan, San Luis, Santa Cruz, Santa Fe, Santiago del Estero, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur in Tucumán (Argentina Guía del Estado).

jima rodila dva otroka, leta 1977 Máximo in leta 1990 Florencia. V času vojaškega prevzema oblasti v državi leta 1976 sta zbežala v Río Gallegos, kraj v provinci Santa Cruz, kjer sta skupaj odprla odvetniško pisarno. Po vrnitvi demokratične vlade leta 1983 sta postala aktivna v politiki, in sicer v politični stranki Partido Justicialista (PJ)⁴ (Jones 2015).

Leta 1989 je Fernández de Kirchnerjeva postala deželna poslanka PJ-a, ponovno leta 1993. Od leta 1995 do 1997 in od 2001 do 2005 je bila članica argentinskega senata, kjer je zastopala provinco Santa Cruz. Vmes je bila leta 1997 izvoljena za članico poslanske zbornice. Maja 2003 je njen mož Nestor Kirchner postal predsednik Republike Argentine, ona pa je prevzela naziv prve dame. Ves čas njegovega predsedovanja mu je služila kot svetovalka in predstavljala Argentino na različnih mednarodnih forumih. Nestor se ni odločil ponovno kandidirati za predsednika in je za izvoljeno naslednico izbral svojo ženo. 10. decembra 2007 je tako prevzela predsedniški položaj od svojega moža (Jones 2015).

Za predsednico je kandidirala pod okriljem politične stranke Fronta za zmago - *Frente para la Victoria (FpV)*, ki deluje kot del stranke Partido Justicialista in je bila ustanovljena leta 2003, ko je Néstor Kirchner kandidiral za predsednika Argentine (Frente para la Victoria, 3. maj). Na koncu njenega prvega mandata, leta 2010, je zaradi srčnega napada umrl njen mož Néstor Kirchner (Casa Rosada). Mnogi so sklepali, da je bil njun načrt menjati se na položaju predsednika države mandat za mandatom, kar seveda z njegovo smrtjo ni bilo uresničljivo (Alexander 2015). Tako je njena kandidatura na naslednjih volitvah dobila še dodaten pomen. Kot kandidatka stranke FpV je kandidirala tudi na naslednjih predsedniških volitvah, ki so bile 23. oktobra 2011. Na teh je prejela 54 odstotkov glasov, zmagala ter nastopila svoj drug predsedniški mandat (BBC 2011).

V času svojih mandatov je Fernández de Kirchnerjeva med drugim uvedla nova ministrstva, sistem pokojnin, pridobila nova delovna mesta predvsem v javnem sektorju, uzakonila poroke istospolnih partnerjev, sprejela nov zakon o varstvu ledenikov (Casa Rosada). Manj priljubljena je bila zaradi uvedbe novega davka v kmetijstvu, ki je povzročil proteste kmetov (Jones 2015). Tudi sprejem novega Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah leta 2009 je povzročil veliko polemik. Ta preprečuje monopolistično oz. oligopolno koncentracijo medijev in želi manjše neprofitne medije vključiti v medijsko sfero države (Casa Rosada).

⁴ Partido Justicialista je naslednica peronistične politične stranke, ki jo je leta 1947 ustanovil Juan Domingo Perón. Stranka deluje po dvajsetih resnicah peronizma in strmi k državi, ki je politično suverena, ekonomsko neodvisna in socialno pravična. Politična funkcija stranke pa je težnje delavskega razreda spremeniti v konkretna vladna dejanja (Partido Justicialista 2015, 20. oktober).

Politično gibanje, ki sledi ideologiji in načelom, ki sta jim v obdobju predsedovanja Argentini sledila tako Néstor Kirchner kot Cristina Fernández de Kirchner, je po izpeljanki iz njunega priimka dobil ime kirchnerizem⁵ - *el kirchnerismo*. Ta je obstaja od leta 2003, ko je Néstor Kirchner postal predsednik. Spada pod peronistično politično gibanje tako kot predsednična stranka FpV in ga označujejo zavračanje neoliberalizma ter pogodb prostega trgovanja, podpira pa mednarodno povezovanje in izboljšanje človekovih pravic. Kirchnerizem opisuje tudi koncentracija moči, populistični program socialne pomoči in zmerni nacionalizem (Miroff 2015). Hkrati s kirchnerizmom se je pojavil tudi antikirchnerizem.

25. oktobra 2015 so bile v Argentini zadnje predsedniške volitve. Ker je bila Fernández de Kirchnerjeva že dvakrat zapored izvoljena za predsednico, tokrat ni mogla kandidirati za nov mandat. Lahko pa ponovno kandidira na naslednjih volitvah. Nasledil jo je Mauricio Macri.⁶

Najpogostejši opis odnosa predsednice Fernández de Kirchner z mediji so redke novinarske konference, še redkejši intervjuji in javna kritika novinarjev. Organizacija Novinarji brez meja – *Reporters without borders*, ki ocenjuje stopnjo svobode govora po vseh državah sveta, je podala mnenje, da od začetka predsedovanja leta 2007 argentinska predsednica ni podala veliko novinarskih konferenc, saj se je želela izogniti razpravljanju pogostokrat kočljivih zadev (Reporters Without Borders 2015, 21. oktober). Prepričana je namreč, da njena administracija ne rabi pripravljati tiskovnih konferenc, saj niso tam zato, da bi odgovarjanje novinarjem imeli za eno od svojih ključnih delovnih nalog (Griffen Scott 2012). Večina izjav predsednice je tako prišla iz nagovorov na vladnih ali strankarskih dogodkih, ljudi je naslavljala tudi v radijskih in televizijskih oddajah njej podrejenih medijev. Funkcionarjem v svoji vladi pa je prepovedala redne tiskovne konference ali odgovarjanja na vprašanja novinarjev, ki so delali za od vlade neodvisne medije (Novaro in Birmajer 2015, 92–93).

Intervjuje je dajala predvsem medijem, ki so pod njenim vplivom. Tako se politični kolumnist in novinar neodvisnega častnika La Nación, Joaquín Morales Solá, spominja enega redkih intervjujev, ki ga je pridobil kot novinar od vlade neodvisnega medija. Na tem

⁵ V Argentini je poimenovanje političnih gibanj po priimkih predsednikov države stalna praksa. Tako se je razvil peronizem, po predsedniku Juanu Domingu Perónu, camporizem, po predsedniku Héctorju Cámpori, alfonsinizem po predsedniku Raúlú Alfonsínu in tudi kirchnerizem (Tarcus 2015).

⁶ Mauricio Macri je 10. decembra 2015, po zmagi na novembrskih predsedniških volitvah, zaprisegel kot novi predsednik Republike Argentine. Tako je nadomestil predsednico Cristino Fernández de Kirchner in obdobje 12-letne vladavine kirchnerizma se je končalo (STA 2015).

intervjuju mu je v uri in pol odgovorila le na dve vprašanji. Je namreč mojstrica dolgih govorov in odgovorov (The Economist 2014).

V nagovoru ameriških študentov v Washingtonu v Združenih državah Amerike septembra 2012 je predsednica potožila, da kadar novinarjem nekaj ni všeč, ti začnejo kričati in povzročijo škandal. Prav tako pravi: »Neodvisno novinarstvo ne obstaja v Argentini niti nikjer drugje na svetu, kajti vsi novinarji delujejo na podlagi določenih interesov« (Griffen Scott 2012). Argentinske neodvisne novinarje je poimenovala pesimisti, promotorji slabih stvari, izdelovalci slabih novic, ki imajo za edini cilj škoditi državi, spodbiti zaupanje državljanov v vlado in zaščititi interese lastnikov svojih medijev (Novaro in Birmajer 2015, 182).

Njen odnos do medijev in novinarjev so kritizirale večje mednarodne novinarske organizacije, ki nadzirajo svobodo novinarstva kot so Mednarodni medijski inštitut - *International Press Institute*, Novinarji brez meja, Odbor za zaščito novinarjev - *Committee to Protect Journalist*, pa tudi domače Združenje argentinskih novinarskih ustanov - *Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA)*. To se je odzvalo, ko je Fernández de Kirchnerjeva javno obtožila popularnega karikaturista Hermenegilda Sábata, da se je obnašal kot »kvazi mafijec« (New World Encyclopedia 2015). Narisal je namreč njeno karikaturu na kateri ima preko ustnic zalepljen lepilni trak (La Nación 2010).

Še posebej pa mediji zmotijo predsednico, kadar o njenih dejanjih poročajo negativno. Čeprav je ocenjeno, da je imela njena vlada direktno ali posredno kontrolo nad 80 odstotkov medijev v državi, je imela predsednica spor s preostalimi neodvisnimi medijskimi hišami (Greenslade 2012). Tako je bila bitke predvsem z medijskim konglomeratom Grupo Clarín in častnikom La Nación.

4 Medijski sistem Argentine

Argentinski medijski trg je tretji največji v Južni Ameriki in državljanom ponuja dostop do veliko različnih medijskih formatov in vsebin. Vsa gospodinjstva imajo radijski aparat, več kot 90 odstotkov jih ima tudi televizijski sprejemnik. Od vzpostavitve demokratičnega sistema leta 1983 je vlada dovoljevala medijem, da se financirajo preko tujega kapitala, da se vzpostavijo korporacije, ni bilo omejitve licenc ali števila medijev, ki bi jih lahko imelo eno podjetje. Prav tako se je produkcija vsebin skoncentrirala na območje glavnega mesta Buenos Airesa, kjer naj bi naredili kar 70 odstotkov vseh vsebin in jih nato predvajali po lokalnih medijih v preostalih provincah. Posledice so bile seveda upad raznolikosti virov, nagnjenost k homogenizaciji tem, geografska centralizacija proizvodnje vsebin, nestabilne zaposlitve, a na drugi strani tehnološka modernizacija zaradi dovolj kapitala in želje po boljši produkciji vsebin (Becerra in Mastrini 2010, 614–617).

Za argentinsko medijsko sfero so tako značilni medijski konglomerati, kjer ima en lastnik v lasti več časopisov, revij, radijskih in televizijskih postaj ter pripadajoče spletne strani. Na to opozarjata Martín Alfredo Becerra in Guillermo Mastrini: »Tržna koncentracija konglomeratov v Argentini, povezana z visokimi stopnjami nadzora trga v rokah vodilnih operaterjev, maksimira vpliv majhnega števila akterjev čez skoraj celotno medijsko krajino« (Becerra in Mastrini 2010, 617). Štiri največja medijska podjetja imajo tako v rokah kar 78 odstotkov trga (prav tam, 617). Največji medijski konglomerat je Grupo Clarín, katerega časopis Clarín kupuje 31 odstotkov bralcev, 23,5 odstotkov radijskih poslušalcev poslušajo njihov Radio Mitre AM, njihov televizijski program El Trece pa je drugi najbolj gledan v državi (Mauersberger 2012, 590).

Glavni medijski konglomerati so tradicionalno zastopali svoje interese, ko se je sprejemala nova zakonodaja, ki bi jih regulirala ali omejevala. Z močnim sistemom lobiranja so prakticirali način »palice in korenčka«, najprej so bili pripravljene na dialog z vlado, če ta ni šel v njim želeno smer, pa so zagrozili, da se bodo poenotili s politično opozicijo. Tako se je vlada velikokrat že vnaprej posvetovala z mediji glede prihajajočih sprememb zakonodaje, kar pa se je spremenilo v času predsedovanja obeh Kirchnerjevih. Za pravice časopisnih podjetij, predvsem za svobodo tiska, se bori tudi Združenje argentinskih novinarskih ustanov, za avdiovizualne medije Združenje argentinskih radiotelevizijskih postaj - *Asociación Teleradiodifusoras Argentinas (ATA)*, za zasebne radijske postaje pa Združenje zasebnih argentinskih radijskih postaj - *Asociación Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA)*. A te

nimajo takšen vpliv kot medijski konglomerati, še posebej Grupo Clarín, ki ima celo službo za zunanje odnose, ki jih zastopa tudi na političnem področju (Johnson 2014, 373).

Glede na ustavo ima vsak prebivalec Republike Argentine pravico do objave mnenja v medijih brez predhodne cenzure (Ustava Republike Argentine, 14. čl.). Delovanje novinarjev regulira Statut profesionalnih novinarjev - *Estatuto del Periodista Profesional*, delovanje radijskih in televizijskih medijskih hiš pa Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah - *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*.

V Argentini so sicer mediji deljeni na javne in zasebne medije. Javni medijski zavod je Državna družba radio in televizija Argentina - *Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTA S. E.)*, ki jo uzakonja Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Pod javne medije spada tudi tiskovna agencija Telam⁷ ter televizijski kanali Canal Encuentro⁸, Paca Paca⁹, INNKA TV¹⁰ in TeleSUR¹¹ (Argentina Guía del Estado).

RTA S. E. je bila ustanovljena leta 2009 s sprejemom Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Združuje javno televizijo TV Pública, nacionalni radio Radio Nacional in argentinsko radijsko oddajanje v tujino Radiodifusión Argentina al Exterior (RAE). TV Pública je bila ustanovljena leta 1951 kot Canal 7, Radio Nacional pa leta 1937. Slednji ima danes tri programe, poleg splošnega še radijski program s folklorno glasbo Radio Nacional Folclórica in s klasično glasbo Radio Nacional Clásica (Argentina Guía del Estado). RAE deluje od leta 1958 in oddaja program v osmih jezikih: španščini, nemščini, francoščini, angleščini, italijanščini, portugalščini, kitajščini in japonsščini. Poslušalcem pripravlja novice o Argentini, njeni kulturi, zgodovini, geografiji, predvaja tudi argentinsko klasično in moderno glasbo (Radiodifusión Argentina al Exterior).

Zasebni časopisi, ki izhajajo na nacionalni ravni, so *Ámbito*, Buenos Aires Económico, Clarín, Crónica, El Cronista, Infobae, InfoNews, La Nación, La Prensa, Minuto

⁷ Nacionalna tiskovna agencija je bila ustanovljena leta 1945 danes pa ima čez 5000 naročnikov. Ti so mediji, ki poročajo na državni ravni, lokalne medijske ustanove in javne ter zasebne institucije (Argentina Guía del Estado).

⁸ Televizijski program Canal Encuentro je bil ustanovljen leta 2005 s strani Ministrstva za izobraževanje. Njegove vsebine služijo kot izobraževalno orodje za profesorje, starše in učence (Argentina Guía del Estado).

⁹ Ta program je namenjen otrokom od dveh do dvanajstih let, predvaja pa risanke, zgodbe in dokumentarne oddaje. Nastal je pod okriljem Ministrstva za izobraževanje, sprva kot del Canala Encuentro, od leta 2010 pa deluje kot samostojni televizijski program (Paka paka 2015).

¹⁰ Filmski kanal, ki deluje pod okriljem Nacionalnega inštituta za kino in vizualno umetnost. Predvaja predvsem argentinske filme ter produkcijo ostalih latinskoameriških držav (Argentina Guía del Estado).

¹¹ Mednarodni informativni televizijski program, ki ga skupaj ustvarja šest držav Južne Amerike. Te so Argentina, Bolivija, Kuba, Ekvador, Nikaragva in Venezuela (Argentina Guía del Estado).

Uno, Página/12, Perfil in Tiempo Argentino. V Argentini je tudi več kot 170 lokalnih časopisov, ki so vezani na območje ene izmed 22-tih provinc oz. province glavnega mesta Buenos Aires. Izhajata pa tudi časopis v angleškem jeziku Buenos Aires Herald in v nemškem Argentinisches Tageblatt (Argentina Guía del Estado).

Zasebne so tudi radijske in televizijske postaje, ki prav tako oddajajo svoj program na nacionalnem ali lokalnem nivoju. Takšnih radijskih postaj je čez 60, še več pa jih svoj program oddaja preko interneta. Televizijske postaje, ki oddajajo nacionalno in v večini primerov tudi čez meje Argentine, so El Trece, lastnika Grupo Clarín, Telefe, ki je v lasti Grupo Telefónica, Canal 9, lastnika Albavisión, in América TV, ki je v lasti UNO Medios Francisca de Narváeza (Argentina Guía del Estado).

Tudi v argentinskih mediji se najde cenzura. Ta se v prvi vrsti deli predvsem na dve obliki, in sicer na korporativno cenzuro medijskih konglomeratov v obliki koncentracije medijskih lastništev, ki zmanjšuje pluralnost informacij, ter na vladno cenzuro v obliki nepravilnega dodeljevanja uradnega oglaševanja. Kadar so mediji v rokah le peščice lastnikov, so manjša medijska podjetja mnogokrat zatrta in s časom prisiljeni v zaprtje, saj veliki medijski konglomerati pridobijo vse oglaševalce. Tako manjšim medijev pomaga vlada z dodeljevanjem uradnega oglaševanja. Ker pa to ni transparentno in zakonsko urejeno, je eden izmed načinov vladnega posrednega vplivanja na medije skozi finančne pritiske podeljevanja oglaševanja. Tako se skozi ti dve cenzuri manjšata medijska raznolikost in svoboda izražanja v državi, najmanj eno obliko cenzure pa izvajata tako vlada kot Grupo Clarín. Seveda ne smemo zanemariti tudi obstoja samocenzure, v katero so bili prisiljeni mnogi argentinski novinarji v strahu, kako bo vlada interpretirala njihovo poročanje (Garton 2012).

Neodvisna argentinska raziskovalna agencija je leta 2012 naredila raziskavo o razporeditvi uradnega oglaševanja v tiskanih medijih. Rezultati so pokazali, da je v prvem četrtletju leta 2012 vlada porabila kar 87 odstotkov več denarja za uradno oglaševanje kot v enakem obdobju leto prej; iz 70 milijonov argentinskih pesov (približno 4,2 milijona evrov) na 130 milijonov (približno 7,8 milijona evrov). Clarínu je v tem obdobju namenila 61 odstotkov manj uradnega oglaševanja, so se pa vidno povečali odstotki uradnih oglasov v medijih, ki so pod vladnim vplivom (Garton 2012).

Ena izmed značilnosti novinarstva v Argentini je tudi, da se določeni mediji in novinarji opredeljujejo kot militantni. Militantno novinarstvo je novinarstvo, ki deluje pod okriljem določene politične ideologije in je nasprotje neodvisnega novinarstva. Poroča selektivno, v prid politične struje, zato lahko hitro preide v politično propagando (Baldoni

2012, 236–239). Izraz se je v povezavi z argentinskim novinarstvom začel uporabljati leta 2010, ko je predsednik argentinske državne tiskovne agencije Telám, Martín García, novembra v intervjuju za časnik La Nación rekel, da je v prvi vrsti militant in šele nato novinar (Baldoni 2012, 217). »Profesionalni novinarji so kot prostitutke, pišejo laži, da bi zagovarjali interese tisti, ki jih plačujejo. Militantni pa za razliko pišemo resnico in služimo javnosti« (García v Novaro in Birmajer 2015, 21). Kot militantni so se označili novinarji, ki delajo za medijske hiše, ki so povezane z vlado. Kot neodvisni pa ostali, torej tudi novinarji Grupo Clarín, ki se, kot sami opisujejo, borijo za svobodno novinarstvo, kot njegove ključne naloge pa izpostavljajo osveščanje javnosti, celostno poročanje in nadziranje političnih funkcionarjev (Baldoni 2012, 230).

Silvio Waisbord militantno novinarstvo opisuje kot populistično novinarstvo, ki je zelo povezano s populistično vlado, zanj je značilno, da je del širših političnoekonomskih odnosov države in ni avtonomno. Populizem zavrača obstoj profesionalnega novinarstva, objektivnosti, vloge profesije kot psa čuvaja in četrte veje oblasti. Meni, da novinarji ne bi smeli poročati proti vladi, dobro novinarstvo pa je celo tisto, ki politični sistem podpira. Populistična vlada, ki podpira svoje militantne novinarje, želi spremeniti medijski sistem v državi, da bi utrdila medijsko moč predsednika, okrepila socialne medije in pridobila večji nadzor nad mediji preko nove zakonodaje in sodnih odločitev (Waisbord 2012, 508–512).

4.1 Grupo Clarín

Leta 1945 je Roberto Noble ustanovil časnik Clarín Buenos Aires, ki je hitro postal eden najbolj branih časopisov v mestu. Leta 1966 so tako odprli Fundacijo Noble - *Fundación Noble*, ki je promovirala vlogo medijev v izobraževanju, kulturi in družbi. Prihodnje leto so začeli izdajati prvo tedensko revijo v državi. Po smrti Roberta Nobla leta 1969 je vodenje časnika prevzela njegova žena Ernestina Herrera de Noble. Leta 1976 so odprli tovarno za barvno tiskanje Artes Gráficas Riopletense (AGR), dve leti kasneje pa postanejo tudi družabniki v podjetju Papel Prensa, ki edini v Argentini tiska časopisni papir. Skupaj s še devetnajstimi časopisi leta 1982 ustanovijo tiskovno agencijo Diarios y Noticias (DyN). Leta 1985 postane Clarín časnik z največjim obtokom ne le v Argentini ampak v vseh špansko govorečih državah v Južni Ameriki (Grupo Clarín).

Leta 1990 so preko svoje družbe Artear z nakupom televizijskega programa El Trece, poznanega tudi kot Canal 13, in radia Radio Mitre dobili svoje mesto tudi med

avdiovizualnimi mediji. Že leto kasneje so začeli s prenosom športnih dogodkov in kasneje ustanovili še športna kanala TyC Sports ter Carburando, slednji prenaša avtomobilske športe. Leta 1992 so pridobili kabelski televizijski program Multicanal, leta 1993 pa ustanovijo celodnevni informativni program Samo novice - *Todo Noticias*. Temu v prihodnjih letih dodajo program Volver, ki predvaja predvsem filme, Magazine, ki je namenjen zabavi, in Quiero, ki predvaja glasbene spote. Začnejo tudi z lastno filmsko produkcijo, ki nastaja v sodelovanju s Pol-ko, Patagonikom in Ideas del Sur. Ustanovijo radio La 100, na internetu pa ima njihov internetni radio Cienradios.com največjo ponudbo v Latinski Ameriki (Grupo Clarín).

Na lokalnem področju imajo v lasti televizijske programe Canal Doce v Córdobi, Canal Siete v Bahía Blanca, Canal Seis v Barilocheju, Canal Diez v Tucumánu, Canal Diez v Mar del Plata, Canal Nueve Litoral v Entre Ríos, Canal Nueve v Resistencii in Canal Diez v Río Negro. Prav tako imajo tudi lokalna radia Radio Mitre Córdoba in Radio Mitre Mendoza (Grupo Clarín).

Na medmrežje vstopijo leta 1996 s spletno stranjo Clarin.com. Kupijo tudi podjetje Prima, ki skrbi za dostop na internet, povezovalne storitve in razvoj spletnih vsebin. Nato ustanovijo portal Ciudado Internet, kasneje pa še usmerjene spletne strani ElTreceTV.com, TN.com, CienRadios.com, MasOportunidades.com, Confronte.com, ClubCupón, Shop1.com, Mundogaturro.com, Todopasión.com, VXV.com, Mublet.com, WelcomeArgentina.com, Interpatagonia.com, TangoCity.com, ViaRestó, Yuisy.com in Ubbi.com. Podjetje Prima se kasneje preimenuje v Compañía de Meidos Digitales (CMD). Leta 2010 na spletu ponudijo tudi internetno stran Clarín 365, ki ponuja razne ugodnosti za naročnike Clarína (Grupo Clarín).

Ne zaostajajo niti na tiskanem področju, saj leta 1996 izdajo prvi športni časopis v državi Olé. Skupaj s častnikom La Nación ustanovijo Cimeco, mrežo lokalnih časopisov, ki izdaja časopise Los Andes v Mendози ter La Voz del Interior in Día a Día v Córdobi. Začnejo izdajati tudi otroško revijo Genios in kasneje še Jardín de Genios, brezplačni častnik La Razón, revijo o kulturi Ñ, revijo za podjetnike PyMes, revijo o arhitekturi Diario de Arquitectura (ARQ), nogometno revijo Tiki-Tiki, revijo Shop&Co, časopis Muy ter popularen tisk Elle Argentina (Grupo Clarín).

Leta 2001 začnejo sodelovati z Impripostom¹² in odprejo podjetje Gestión Compartida, ki ponuja različne storitve za pomoč podjetjem. Skupaj z Univerzo San Andrés

¹² Impripost je podjetje, ki skrbi za tisk, digitalizacijo in hrambo dokumentov (Impripost).

ustanovijo magistrski program novinarstva pri katerem sodelujeta tudi ameriška Univerza v Kolumbiji - *Columbia University* in italijanska Univerza v Bologni - *Università di Bologna*, izdajo tudi osnovnošolske učbenike *Tinta Fresca* ter slovarje in enciklopedije *Voz Activa*. Ustanovijo podjetje *Sejmi* in argentinske razstave - *Ferías y Exposiciones Argentinas* ter skupaj z El Litoralom odprejo še eno tiskarno *Artes Gráficas del Litoral (AGL)*. Sodelujejo tudi s knjigarnami *Cúspide* in izdajajo različne knjige (*Grupo Clarín*).

Leta 2006 so kupili še največjega ponudnika kableske televizije *Cabletelevisión*, postali so lastnik *Fibertela*, ki je ponudnik interneta, ter *FiberCorpa*, ki ponuja telekomunikacijske storitve za podjetja (*Grupo Clarín*).

Skrbijo tudi za novinarsko poslanstvo nadzora nad oblastjo in s pomočjo raziskovalnega novinarstva razkrivajo primere javne in zasebne korupcije ter kršenje človekovih pravic. Tako so leta 1994 na program kanala *El Trece* uvrstili oddajo *Telenoche Investiga*, leta 1999 pa so uvedli tudi Raziskovalno ekipo *Clarína - Equipo de Investigación de Clarín*. Njihovo delo je razkrilo podate, zaradi katerih je prišlo do več sodnih postopkov, procesov in obsodb (*Grupo Clarín*).

Leta 1999 so postali delniška družba, leta 2007 pa prvič kotirali delnice na borzah v Buenos Airesu in Londonu. Glavni delničarji *Grupo Clarína* so Ernestina Herrera de Noble, Héctor Horacio Magnetto, José Antonio Aranda in Lucio Rafael Pagliaro, ki imajo v lasti 71 odstotkov delnic. Devet odstotkov pripada družbama *GC Dominio S. A.* in *GS Unidos, LLC*, preostalih 20 odstotkov delnic pa je v prostem obtoku (*Grupo Clarín*).

Danes je tako *Grupo Clarín* največje medijsko podjetje v Argentini, ki deluje v vseh sferah povezanih z medijsko produkcijo. Njihove produkte pa uporabljajo vse špansko govoreče države (*Grupo Clarín*).

Grupo Clarín kot od države neodvisno medijsko podjetje poroča o vsem dogajanju v Argentini, kar pogostokrat zajema posredovanje informacij o predsedniku države. To namreč ustreza mnogim kriterijem objavne vrednosti: je pogosto, razsežno, domače, kontinuirano, se nanaša na elitne osebnosti, lahko je predvidljivo ali nepričakovano, negativno, možna je personifikacija. Prišlo pa je tudi do primerov, da so poročali o negativnih dogodkih in se kritično lotili tem, o katerih predsednica *Cristina Fernández de Kirchner* ni želela govoriti. To so bile predvsem teme ekonomska nestabilnost države, inflacija, kriminal, korupcija v vojski, vladi in med javnimi uslužbenci, Malvinski otoki, nesreče z več smrtnimi žrtvami in drugo (Novaro in Birmajer 2015, 119). A to so teme, ki se v informativnem mediju lahko pojavijo vsak dan. Predsednica je takšno poročanje označila kot nelegitimno, antidemokratsko, nasprotno vladi in oligarhno. Kajti le podporniki kirchnerizma so zanjo pravi zagovorniki

nacionalnih in popularnih interesov, tako da tisti, ki poročajo proti vladi, želijo škoditi državi (prav tam, 14).

Jerónimo Repoll je opravil raziskavo tem na naslovnici časopisa Clarín v zadnjih štirih mesecih leta 2009. Ugotovil je, da izmed 124-ih tem, le 30 ne obravnava zakoncev Kirchner, torej o njima direktno ali posredno poroča kar 96 naslovnih tem. Večina, 38, jih govori o delovanju vlade, 24 o korupciji, 18 o odnosu vlade z mediji, vse pa obtožujejo ali dvomijo v vladna dejanja predsednice (Repoll 2010, 49–51). Tako ugotavlja: »64 odstotkov od 124 naslovov glavnih tem časopisa Clarín je proti vladi, s čimer ustvarjajo izrazito negativno podobo o predsedniških dejanjih Cristine Fernández de Kirchner« (prav tam, 51). Zaradi spora med tem medijskim konglomeratom in predsednico so za odkrito kritiko njenega delovanja in delovanja njene administracije uporabili predvsem provokativne naslovnice ter uvodnike in kolumne, v katerih lahko novinarji zapišejo svoje mnenje, ki v teh novinarskih zvrsteh ne rabi biti objektivno.

Mediji skupine Grupo Clarín pa niso vedno le kritiziral predsednice in njenih odločitev, ampak so poročali tudi dobre novice kot na primer sprejetje zakona, ki dovoljuje poroko istospolnim partnerjem, občasnega izboljšanje finančnega stanja države, povečanje kmetijske pridelave, zmanjšanje državnega dolga in druge teme (Novaro in Birmajer 2015, 86). Prav tako so ob smrti predsedničinega moža Néstorja Kirchnerja izdali posebno spominsko izdajo časopisa Clarín (prav tam, 145).

5 Zakon o medijih

Zakon številka 26.522 o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah - *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual*, poznan tudi kot Zakon o medijih - *Ley de Medios*, je bil sprejet 10. oktobra 2009 in je zamenjal prejšnji Zakon o radiodifuziji - *Ley de Radiodifusión* iz leta 1980. Zakon je osnovan na 21-tih točkah, ki jih je pripravila Koalicija za demokratično radiodifuzijo¹³ - *Coalición por una Radiodifusión Democrática*. Prvi osnutek tega zakona je osnoval javne medije kot servis javnosti ter promoviral neprofitne medije in zamejitev medijskih lastništev (Macrory 2013, 183). Nato ga je avgusta 2009 predsednica Cristina Fernández de Kirchner predlagala v sprejem poslanskemu zboru, ki ga je po več kot sto modifikacijah sprejel s 146 glasovi za, tremi proti, trije poslanci pa so se glasovanja vzdržali. Med modifikacijami zakona je bil med drugim ovržen pomemben člen, ki je omejeval samovoljno podeljevanje uradnega oglaševanja (Mauersberger 2012, 595). Nato je zakon potrdil tudi senat s 44-imi glasovi za in 24-imi proti (Argentina Guía del Estado). Sprejem tega zakona je predsednica Fernández de Kirchner opisala kot »zgodovinski dolg argentinski demokraciji« (Macrory 2013, 178).

Zakon uvaja nove organe Zvezno upravo avdiovizualnih komunikacijskih storitev¹⁴ - *Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)*, Zvezni zbor avdiovizualnih komunikacijskih storitev¹⁵ - *Consejo Federal de Comunicación Audiovisual*, Svetovalni svet za avdiovizualne komunikacije in otroštvo¹⁶ - *Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia*, Dvodomno komisijo za promocijo in spremljanje

¹³ Koalicija za demokratično radiodifuzijo je bila ustanovljena leta 2004, sestavljajo jo predstavniki univerzitetnih oddelkov komunikacijskih študij, sindikatov, človekovih pravic, organizacij in radijskih skupin (Macrory 2013, 183).

¹⁴ V njenem upravnem odboru je sedem članov s štiriletnim mandatom, od katerih dva, med njimi tudi predsednika upravnega odbora AFSCA, predlaga predsednik države. Dva kandidata sta izbrana na predlog Zveznega zbora avdiovizualnih komunikacijskih storitev, preostale tri pa izbere Dvodomna komisija za promocijo in spremljanje avdiovizualnih komunikacij. Svoje predstavnike imajo v vseh mestih, ki imajo več kot 500.000 prebivalcev. Je izvršilni organ zakona, odgovoren za njegovo vsakodnevno izvajanje in razlago (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 10–14).

¹⁵ Med drugim sodelujejo v pripravi kriterijev za dodelitve licenc, izberejo sodnika za podelitev licenc v natečajih, lahko pa odstavijo katerega izmed članov upravnega odbora Zvezne uprave avdiovizualnih komunikacijskih storitev (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 15–16).

¹⁶ Sestavljajo ga strokovnjaki s področja otroštva in adolescence, njihova naloga je svetovati pri izvedbi zakona na teh področjih in spremljati njegovo izvajanje (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 17).

avdiovizualnih komunikacij¹⁷ - *Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual* in Zagovornika javnosti¹⁸ - *Defensor del Público*. Ustanavlja tudi javno radiotelevizijo Državna družba radio in televizija Argentina ter organ Častni posvetovalni svet javnih medijev¹⁹ - *Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos* (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009).

Zakon predvideva tri možne oblike avdiovizualnih medijev: državna podjetja, zasebna podjetja, ki delujejo za dobiček, in neprofitna zasebna podjetja (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 21). Glede na obliko podjetja so različni tudi pogoji za pridobitev licence za izvajanje avdiovizualnih storitev. Kadar za licenco zaprosijo fizične osebe, morajo te biti med drugim polnoletni argentinski državljani, politično nedejavne, nekaznovane, ne smejo biti zaposlene v javnih službah ali pa biti direktor pravnih entitet (prav tam, čl. 24). Če za licenco zaprosi pravni subjekt, mora biti njegovo podjetje argentinsko, nepovezano s tujimi korporacijami, vir financiranja pa znan (prav tam, čl. 25). Pri neprofitnih podjetjih pa morajo ločiti finance povezane z avdiovizualnimi licencami od drugih (prav tam, čl. 30).

Licence se podeljujejo preko javnega in stalnega natečaja (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 32). Za njihovo pridobitev morajo vsi prosilci zadostiti tehničnim standardom in upoštevati še dodatne kriterije: ohraniti pluralnost medija, omogočiti svobodno izražanje mnenj, delati za poslušalce in gledalce, promovirati informacijsko družbo, poskrbeti za osebe s posebnimi potrebami, prispevati lastne vsebine, med temi morajo biti takšne, ki upoštevajo socialni interes njihovih uporabnikov, država pa lahko pred prodajo licence doda še več pogojev za pridobitev le-te (prav tam, čl. 34). Zakon predvideva tudi, da bodo za licence zaprosile državne ustanove, univerze, katoliška cerkev ali staroselci. Našteti prejmejo licenco takoj, če je le to mogoče (prav tam, čl. 37).

Licence se dodelijo za deset let z možnostjo nadaljnjega podaljšanja za novih deset let, pred katerim pa je potrebno javno zaslišanje. Po dvajsetih letih mora imetnik licence vstopiti v nov javni natečaj, če želi zopet pridobiti določeno licenco. Licence so neprenosljive, razen izjemoma, po preteku pet let od izdaje, pod pogojem, da prvotni imetnik

¹⁷ Po osem poslancev in osem senatorjev, ki med drugim predlagajo zagovornika javnosti in nadzirajo delovanje vseh organov, ki jih je uvedel Zakon o medijih (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 18).

¹⁸ V štiriletnem mandatu, z možnostjo ene ponovne izvolitve, zastopa interese gledalcev, prejema zahtevke in o tem obvešča pristojne organe (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 19–20).

¹⁹ Svetovalni organ, ki pomaga javni radioteleviziji (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 124–130).

oz. lastnik licence obdrži večinski delež in prevladujoč vpliv v podjetju novega lastnika, kateremu se licenca prenese. O prenosu licence pa odloča pristojna institucija (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 39–41).

Ker želi država s tem zakonom zagotoviti pluralnost medijev, ki spoštujejo lokalno okolje, ter preprečiti nastanek medijskih konglomeratov, zakon omejuje število licenc, ki jih lahko pridobi eno podjetje. Na državni ravni ima lahko podjetje eno licenco za avdiovizualni medij, ki prenaša program preko satelita, in do deset licenc, če so te zvočne radiodifuzijske storitve, prosto televizijsko oddajanje ali televizijsko oddajanje preko radioelektronskega spektra s plačilom naročnine, in do 24 licenc, če gre za oddajanje preko fizičnega stika – kabla. Poleg tega nobeno podjetje ne sme oddajati program za več kot 35 odstotkov prebivalstva na državni ravni (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 45).

Na lokalni ravni pa zakon dodeljuje radijem do eno licenco zvočnega predvajanja z amplitudno modulacijo (AM) ali eno licenco zvočnega predvajanja s frekvenčno modulacijo (FM), lahko tudi dve, v primeru, da v tem okolju obstaja več kot osem imetnikov licenc. V primeru televizijskega oddajanja pa do eno licenco za prosto oddajanje oz. za oddajanje preko naročnine. Skupno število licenc ene osebe na lokalni ravni pa nikakor ne sme presegati tri (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 45).

Vsi imetniki licenc so zbrani v javno dostopnem seznamu, ki ga vodi AFSCA (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 57). Člen 161 pa še predvideva, da vse medijske hiše, ki bodo v času uveljavitve zakona presegale število dovoljenih licenc, morajo svojo strukturo preurediti v enem letu (prav tam, čl. 161).

Zakon opredeljuje tudi določila glede vsebine predvajanega programa. Privatna medijska podjetja morajo tako predvajati 70 odstotkov domače vsebine, prav tako mora biti 30 odstotkov predvajane glasbe polovice dnevnega programa argentinskih izvajalcev, enakomerno porazdeljene, 50 odstotkov celotnega programa pa bo proizvedla medijska hiša sama. Državni subjekti bodo predvajali vsaj 60 odstotkov lastnega programa, narejenega v lokalnem okolju, ter 20 odstotkov programa z izobraževalno ali kulturno vsebino oz. z vsebino javnega interesa. Televizijske hiše, ki bodo javno predvajale program, bodo morale imeti 60 odstotkov domače produkcije in vsaj 30 odstotkov lastnega programa, določena pa je tudi količina lokalne produkcije glede na število prebivalcev, katerim je dostopen posamezni program (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 65). Televizijske postaje bodo vsako leto morale predvajati tudi osem novih argentinskih filmov,

med 6. uro zjutraj in 22. uro zvečer pa mora biti programska vsebina primerna za otroke (prav tam, čl. 66–67). Televizije, katerih program je dostopen vsem, imajo omejeno tudi količino oglaševanja, in sicer dvanajst minut oglasov na eno uro programa, če pobirajo naročnino, je ta omejitev osem minut, radijske postaje pa štirinajst minut oglasov na uro programa (prav tam, čl. 82).

5.1 Polemike Zakona o medijih

Grupo Clarín kot glavni nasprotnik sprejetega Zakona o medijih za najbolj sporne označuje člene 41, 45, 48 in 161. Člen 41 predvideva, da licence niso prenosljive, člen 45 omejuje število let, člen 48 preprečuje koncentracijo medijev, tako da pred dodelitvijo licence preveri njihovo vertikalno in horizontalno korporativno povezanost z ostalimi mediji, člen 161 pa predvideva, da se bo struktura medijev, ki po sprejetju zakona ne bodo skladne z novo zakonodajo, v enem letu spremenila (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009).

Grupo Clarín se je po sprejetju zakona tako obrnil na sodno vejo oblasti. Prva presoja zakona je prišla 17. decembra 2009 s strani sodnika Edmunda Carbone²⁰, ki je izdal sodno odredbo, ki začasno ustavlja izvedbo členov 41 in 161 Zakona o medijih (Riviera in Kaplan 2012). Ta bi namreč lahko s svojo retroaktivnostjo vplivala na lastninske pravice (Ventura 2009). Sledila je pritožba vlade na to sodno odredbo maja leta 2010, sodišče je takrat ovrglo spornost 41. člena, a potrdilo, da se člen 161 ne izvaja. Vlada se je znova pritožila, tokrat na Vrhovno sodišče Republike Argentine. To se je strinjalo tudi z neizvajanjem 161. člena Zakona o medijih, vendar je zahtevalo, da se določi najkasnejši rok do katerega se bo rešilo vprašanje izvajanja tega člena in vprašanje ustavnosti vseh spornih členov zakona. Sodišče prve stopnje je za ta rok maja 2011 določilo tri leta (Riviera in Kaplan 2012).

Na ta rok pa se je pritožil Grupo Clarín in 22. maja 2012 je vrhovno sodišče določilo, da se morajo ta vprašanja razrešiti že do 7. decembra 2012. Grupo Clarín je zaprosil za podaljšanje tega roka, a je vrhovno sodišče 27. novembra 2012 prošnjo zavrnilo in dosodilo, da mora sodišče prve stopnje o problematiki Zakona o medijih razsoditi takoj. Sodnika tega sodišča Francisco de las Carreras in Susana Najurieta sta kljub sodbi vrhovnega sodišča dan pred iztekom roka, torej 6. decembra 2012, razsodila, da se sodna odredba o neizvajanju

²⁰ Edmundo Carbone je sodnik Državne zbornice za pritožbe glede civilnih in komercialnih zadev na zvezni ravni glavnega mesta Buenos Aires - *Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal*. To je državno sodišče prve stopnje (Riviera in Kaplan 2012).

člena 161 nadaljuje (Telam 2014, 10. oktober). Vlada se je na sodbo ostro odzvala predvsem proti sodniku De las Carreras, ki ga je preiskovala zaradi obiska konference v Miami, v Združenih državah Amerike, ki mu ga je plačala neprofitna organizacija Certal. To med drugim financira tudi Grupo Clarín (Página12 2012, 6. november). 14. decembra 2012 je tako sodnik sodišča prve stopnje Horacio Alfonso presodil, da so vsi sporni členi Zakona o medijih v skladu z ustavo. Grupo Clarín se je na sodbo zopet pritožil. Že pred sodbo Alfonsa je vrhovno sodišče 10. decembra 2012 zavrnilo tudi per saltum²¹, vložen s strani vlade, ki je želela, da se sodba nižjega sodišča zavrne in se zakon v primeru Grupo Clarín takoj začne izvajati (Telam 2014, 10. oktober).

2. julija 2013 je vrhovno sodišče naložilo generalni državni tožilki Alejandri Gils Carbó, da izda mnenje o sodbi nižjega sodišča, ki je odločilo, da je zakon delno neustaven. Ta je 12. julija 2013 tako presodila, da je Zakona o medijih v skladu z ustavo in predlagala, da vrhovno sodišče sodbo nižjega razveljavi (Espósito 2013). Vrhovno sodišče je tako 29. oktobra 2013 podalo končno sodbo in prav tako odločilo, da so sporni členi zakona v skladu z ustavo in se torej lahko zakon v celoti prične izvajati. Šest (Ricardo Lorenzetti, Elena Highton de Nolasco, Enrique Petracchi, Carmen Argibay, Juan Carlos Maqueda in Eugenio Zaffaroni) od sedmih vrhovnih sodnikov so odločili v prid zakonu, proti je bil le Carlos Fayt (Ventura 2013).

Vlada kot sprejemnica zakona poudarja, da ta zagotavlja celostno ureditev avdiovizualnih medijev na celotnem območju države, uzakonja mehanizme za promocijo, decentralizacijo in spodbujanje konkurence v medijskem prostoru z namenom znižanja cene storitev, demokratizacije in univerzalizacije uporabe nove informacijske in komunikacijske tehnologije. Na kratko, zagotavlja demokracijo, pluralnost, razvoj in pestrost avdiovizualnih medijev (AFSCA 2016). S tem pa hkrati preprečuje nastanek in obstoj medijskih konglomeratov in monopolizacijo medijskega prostora. Daje tudi pravico biti slišan tistim, ki so trenutno preslišani, saj so po mnenju vlade neodvisni mediji preglasni (Novaro in Birmajer 2015, 151).

Grupo Clarín pa zastopa svoje stališče in na podlagi spornih členov zakona opozarja, da je neustaven, saj ima retroaktiven učinek in ne upošteva avdiovizualnih licenc veljavnih ob sprejetju zakona. Prepoved imeti na enem območju hkrati kabelsko televizijo ter televizijo prostega dostopa ni uveljavljena v nobeni drugi državi in je po njihovem mnenju nelogična, prva je namreč način prenosa programa, druga pa ustvarja vsebino. S tem tudi omejuje tiste

²¹ Pravni mehanizem, ki omogoča, da določeno pravno vprašanje preskoči nižja in pritožbena sodišča ter takoj preide v roke višjega sodišča (Garrone 2005).

skupine, ki ustvarjajo največ lokalnega programa in zaposlujejo največ medijskih delavcev, saj jim ne dovoljuje prenašati preko več signalov. Z novim zakonom ima vlada moč posegati v vsebino medijev in izvesti posredno cenzuro preko načina dodelitve licenc, saj se lahko odloči kateremu mediju bo podelila oz. podaljšala licenco, predviden je tudi sistem kazni in predčasnega odvzema licenc, člen števila 34 Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah pa uzakonja, da lahko država sama poda več pogojev za pridobitev licenc, ki jih zakon trenutno ne opredeljuje. To zavira tudi svobodo govora, ki jo uzakonja Ustava Republike Argentine. Z omejevanjem števila licenc zasebne medijske družbe ne bodo več mogle doseči državnega dometa, to bo omogočeno le javni radioteleviziji, s tem pa se omejuje zasebne in od države neodvisne medije. Sporno se jim zdi tudi, da organ AFSCA, ki predvideva izvršbo zakona, deluje pod okriljem vlade, ta tudi določa in spreminja njegove člane (Grupo Clarín).

Med kritiki zakona je bilo tudi Medameriško združenje medijev - *Inter-American Press Association*, ki združuje založnike in medije. Ti trdijo, da zakon spodjeda svobodo govora v Argentini in dopušča prevelik vpliv države na medije (Macrory 2013, 178). Prav tako so bili na strani Grupo Clarín Argentinci, oktobra 2010 je javna raziskava pokazala, da jim 37 odstotkov pritrjuje v pogledu na nov medijski zakon, le 17 odstotkov se je postavilo na stran vlade (Novaro in Birmajer 2015, 101).

Zagotovo ne gre spregledati, da zakon prinaša pozitivne spremembe za argentinsko medijsko sfero, saj uzakonja enotno regulacijo avdiovizualnih medijev po celotni državi ter nadomešča star zakon, ki ga je sprejela vlada v času takratne vojaške diktature. Nov medijski zakon upošteva nove komunikacijske in informacijske tehnologije, promovira in zagotavlja pravico do prostega dostopa do informacij ter njihovega razširjanja, izražanja mnenj in idej, podpira kulturni razvoj državljanov in njihovo izobraževanje. Izpostavlja nujnost etičnosti medijev ter uzakonja minimalno produkcijo nacionalnih vsebin in filmov. Argentina je država, kjer so mediji v rokah peščice medijskih skupin, kar lahko ogrozi konkurenčnost medijskega trga, ta zakon pa omejuje nastanek medijskih konglomeratov in hkrati tudi spodbuja nastanek medijev različnih socialnih skupnosti (Repoll 2010, 54–57).

Potem pa je tu člen številka 77, ki uzakonja prost dostop do ogleda nogometnih tekem, kjer je očitna želja škoditi Grupo Clarín in jim prevzeti predvajanje nogometnih dogodkov. A vendar je ta člen dober za gledalce, saj je bil prej ogled nogometnih tekem plačljiv (Repoll 2010, 57–58).

Sledijo člani, ki so nedvomno sporni, saj omejujejo imetje licenc, in, kot opazuje Repoll, nakazujejo kazen za vse medije, ki so bili v svojem poročanju kritični do vladnih dejanj (Repoll 2010, 58–61). Preko teh členov lahko država vpliva na medije, saj je tista, ki podeljuje licence, kriteriji za prejetje pa so zelo ohlapni, nedoločni in se lahko pri procesu dodelitve spremenijo oz. dodajajo. Emilio J. Cárdenas opozarja tudi na to, da se z uveljavitvijo zakona omeji moč privatnih medijev in njihov domet zmanjša na tretjino državne medijske sfere. Hkrati pa poveča moč javnih in socialnih medijev, ki jih verjetneje vodijo takšni, ki so lojalni vladi. Obvezna prilagoditev na nov zakon v tako kratkem roku pa lahko ustvari tudi cene, ki niso odraz normalnega ekonomskega trga. Prav tako so člani AFSCE pod očitnim nadzorom vlade (Cárdenas 2012/2013, 157–158). Cárdenas tako ugotavlja: »Z uveljavitvijo Zakona 26.522 ima izvršilna veja oblasti vsa potrebna orodja za odpravo ali močno okrnitev svobode tiska« (prav tam, 158). Prav tako v zakonu manjkajo kriteriji za prejetje uradnega oglaševanja, ki ga lahko vlada še vedno podeljujejo komur in kakor želi (prav tam, 157). Marcos Novaro in Marcelo Birmajer pa sta celo podala alternativno možnost; predviden monopol Grupo Clarín bi lahko vlada sankcionirala z zakonom o konkurenčnosti, tako opažata: »Edin cilj Zakona o medijih je bil uničiti Grupo Clarín« (Novaro in Birmajer 2015, 17).

Kot sporno je bilo večkrat omenjeno tudi nastavljanje vodilnih uslužbencev na položaje direktorjev in predsednikov organizacij, ki jih je uzakonil Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Spomnimo, da te predlaga oz. izbere izvršna oblast, torej predsednik države.

Junija 2010 je bil tako za predsednika Državne družbe radio in televizija Argentina (RTA S. E.) izbran Alberto Cantero Gutiérrez, nekdanji poslanec province Córdoba, kar je povzročilo vprašanja o politični neodvisnosti javne radiotelevizije. Cantero Gutiérrez je poleg tega po izobrazbi inženir agronomije, s čimer ne izpolnjuje člena 131 Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah, ki pravi, da mora biti direktor tega zavoda visoko kvalificiran komunikacijski strokovnjak, prav tako pa je bil tudi politik in težje zagotavlja uzakonjeno pluralnost v odločitvah. Vladna opozicija je celo trdila, da je njegov prevzem te funkcije nagrada za podporo vladi, ki jo je izkazal v času kmečke krize leta 2008, ko je bil vodja kongresne Komisije za kmetijstvo (Macrory 2013, 187).

Sporna je bila tudi nastavitev članov upravnega odbora Zvezne uprave avdiovizualnih komunikacijskih storitev (AFSCE). Kot opaža Robbie Macrory, glede na kompozicijo članov tega odbora, ta organ ne more biti povsem politično neodvisen (Macrory 2013, 185).

Direktorji upravnega odbora AFSCE so bili vedno odkriti podpornik kirchnerizma. V letih 2009, od ustanovitve AFSCE, do 2016, ko organ preneha obstajati, so bili, kljub štiriletnemu mandatu direktorja upravnega odbora, ti kar štirje: Gabriel Mariotto, Manuel Baladrón, Santiago Aragón in Martín Sabbatella. Zadnji od oktobra 2012 do konca obstoja organa, prejšnji pa so odstopili na prošnjo predsednice in se zaposlili na druge politične položaje (Alfie 2015).

5.2 Posledice sprejetja Zakona o medijih za Grupo Clarín

4. novembra 2013 je Grupo Clarín AFSCI, po porazu na sodišču in razglasitvi sodbe, da je Zakon o medijih v celoti ustaven, podal načrt prestrukturiranja podjetja, da bi to upoštevalo določila Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah (La Nación 2013).

Grupo Clarín naj bi se tako razdelil na šest neodvisnih podjetji. Prvo bi sestavljala medijska podjetja, ki sedaj delujejo pod imenom Arte Radiotelevisivo Argentino (ARTEAR) in zajemajo televizijske postaje El Trece Buenos Aires, Canal 12 Córdoba, Canal 6 Bariloche, TN Todo Noticias in 24 licenc za kabelske kanale, ki so prej pripadali Cablevisiónu, ter radijsko postajo Radio Mitre S. A. z dvema AM in tremi FM frekvencami. Drugo podjetje bi bilo sestavljeno iz preostanka licenc podjetja Cablevisión in Fintech, zajemalo bi torej 24 licenc za kabelsko televizijo. Tretje podjetje bi imelo 18 licenc za naročniško kabelsko televizijo in eno za prenos preko radioelektronske povezave. Četrto podjetje bi združevalo satelitsko televizijo El Trece in programe Magazine, Volver, Quiero Música en mi Idioma, Canal Rural, TyC Sports, TyC Max in Metro. Peto podjetje bi imelo pet FM licenc za radio za kraje Bahía Blanca, San Carlos de Bariloche in Tucumán. Šesto podjetje pa bi vključevalo dve licenci za odprta televizijska programa Canal 7 Bahía Blanca in Canal 9 Mendoza (La Nación 2013).

Ob predaji načrta prestrukturiranja so AFSCI pripadali štiri meseci, da je program sprejela ali zavrnila. ASFCA je tako februarja 2014 najprej plan Grupo Clarín sprejela, a ga je nato 8. oktobra 2014 zavrnila. Novonastalo prvo in drugo podjetje naj bi namreč imela nekatere iste lastnike delnic in ne bi bila dva popolnoma neodvisna podjetja, s prodajo se tako ne bi preneslo celo premoženje in plan prestrukturiranja ne bi bil skladen z Zakonom o medijih. Grupo Clarín je to seveda zanikal. A AFSCA se je odločila, da uvede prisilni program prestrukturiranja podjetja. Najprej naj bi ocenila vrednost licenc in signalov, ki so v lasti Grupo Clarín, nato pa naj bi jih tisto število, ki presega dovoljeno število licenc glede na zakon, prodala na javni dražbi (Riera 2015).

Grupo Clarín se je obrnil na sodno pomoč in sodnik Horacio Alfonso je 9. decembra 2014 izdal preventivno odredbo, ki je določbo AFSCA zamrznila za šest mesecev. Na to se je AFSCA seveda pritožila, tožbo februarja 2015 izgubila, se zopet pritožila na sodišče najvišje stopnje, ta pritožba pa se še ni razrešila. Julija 2015 je sodnik Horacio Alfonso zopet za pol leta podaljšal preventivno odredbo, ki naj bi tako potekla 16. januarja 2016 (Riera 2015).

A novembra 2015 so bile v Argentini predsedniške volitve in predsednico Cristino Fernández de Kirchner je zamenjal Mauricio Macri, ki je takoj začel s spremembami zakona.

Tako v času predsedovanja predsednice Fernández de Kirchner Grupo Clarín ni nikoli upošteval določil o dovoljenem številu licenc, ki jih predpisuje Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah, in se tako še danes ta medijski konglomerat ni razdružil na manjša podjetja.

6 Spor Cristine Fernández de Kirchner in Grupo Clarín

Spor med predsednico Cristino Fernández de Kirchner in medijem Grupo Clarín se je začel kmalu po nastopu njenega prvega predsedniškega mandata. 11. marca 2008 je namreč Ministrstvo za gospodarstvo izdalo Odlok številka 125 – *Resolución N° 125* o povišanju izvoznega davka za žitarice, kmetje so se odločili stavkati, predsednica pa je predolgo odlašala pogajanja s stavkajočimi (La Nación 2008, 3. oktober).

Mediji so takrat intenzivno poročali o predsednici in kritično sodili njena dejanja, ona pa je to obsojala in vzpostavila protimedijsko kampanjo. Spor se tako s končanjem kmečke stavke ni končal in je trajal vse do konca drugega predsedniškega mandata Fernández de Kirchnerjeve. Repoll ta odnos med mediji in političnim vrhom, ki mu je na čelu predsednica, opisuje kot: »na eni strani neprekinjen poskus oblasti nadzora nad mediji in na drugi pristranskost poročanja novinarjev in njihov vpliv na demokratično življenje v Republiki Argentini« (Repoll 2010, 35). Slab odnos z mediji, predvsem z Grupo Clarín, je imel v času predsedovanja tudi Nestor Kirchner, tako so se manjši konflikti Kirchnerjevih z mediji in novinarji nabirali vse do kmečke stavke. S tem uporom pa se je začela prava vojna vlade proti novinarstvu in medijem (Novaro in Birmajer 2015, 23–27).

Pojem vojna vlade proti novinarstvu zajema najpomembnejše faze spora, katerih opis sledi spodaj, in vmesna obrobna dogajanja kot so obtožba Grupo Clarín, da pere denar, večkratne preiskave na njihovem Cablevisiónu, prepoved državni letalski družbi Aerolíneas Argentinas, da bi prevažala časopise iz Buenos Airesa v notranjost države, prepoved oglaševanja v medijih Grupo Clarín, prepoved predvajanja televizijskih postaj Grupo Clarín v določenih provincah, carina je prepovedala uvoz knjig in CD-jev, ki jih je naročila založba Grupo Clarín, v tujini njihovi novinarji argentinskim ambasadorjem niso smeli postavljati vprašanj (Novaro in Birmajer 2015, 107–286). Prav tako doma novinarji neodvisnih medijev niso bili povabljeni na uradne dogodke, na vladnih tiskovnih konferencah jim niso odgovarjali na vprašanja, tako so izgubili vire, ki so se bali govoriti zaradi možnega vladnega maščevanja (Garton 2012).

Poleg napadov na samo podjetje je vlada napadala tudi posameznike, predvsem vrh medija kot sta direktor Héctor Magnetto in lastnica Ernestina Herrera de Noble ter njihove novinarje. Te so preiskovali zaradi domnevnih fiskalnih nepravilnosti, ki jim jih nikoli niso dokazali, podajali so razne druge obtožbe proti njim, jih zasledovali, niso prejeli novinarskih nagrad, niso jih spustili v vse restavracije (Novaro in Birmajer 2015, 94–199).

Prav tako so proti novinarjem neodvisnih medijev ustvarjali manjše protipropagande, s katerimi so jim uničevali ugled in kredibilnost, jih želeli diskvalificirati in poniževati (Garton 2012).

Vojna proti novinarstvu je zajemala tudi spore s preostalimi od vlade neodvisnimi mediji v državi, čeprav ne gre zanikati, da so bili protagonisti glavnih bitk prav Grupo Clarín. Njihova publika je namreč zelo številčna, politično pa manj zavzeta, s čimer so predstavljali grožnjo vladi. A Cristina Fernández de Kirchner je vedno trdi, da je v času kirchnerizma obstajala največja svoboda tiska in so lahko ljudje spremljali veliko različnih medijev. Da država ni nikoli hotela škoditi Magnettu, Herreri de Noble in novinarjem Grupo Clarín, zapreti kakšno podjetje v lasti Clarína ali uničiti družbo. Kot sama razlaga, je želela in uspela doseči pluralizem v medijih in se braniti proti njimi, saj so ti spletkarili z namenom škoditi ustavnim organom (Novaro in Birmajer 2015, 10–258).

6.1 Začetki spora

Prva večja faza vojne proti novinarstvu se je začela s podražitvijo izvoznega davka za sojo, sončnična semena, žito, koruzo in druge žitarice, kar je bilo že drugo zvišanje teh davkov v zadnjih petih mesecih in kmetijski delodajalci so za 13. marec 2008 napovedali stavko. Ta je pomenila, da kmetje niso dostavljali mesa in drugi živil v trgovine, začelo je primanjkovati tudi mlečnih izdelkov in povrtnin, cene hrane so se višale, na vstopne ceste v večja mesta so kmetje postavljali traktorje in tovornjake, ljudje so protestirali na ulicah. Ker se vlada v prvih dneh ni odzvala na stavko, so kmetje zaostriili pogoje in zatrdili, da nehajo stavkati šele, ko se izvozni davki vrnejo na prvotno ceno. Ko je prišlo do prvih pogajanj z ministrstvom, so ta bila neuspešna. Predsednica države je po mescu stavke podala prvo mnenje, trdila je, da se na izsiljevanja kmetov ne bo odzivala in kot pogoj za dialog izpostavila prenehanje stavke. Kmete je tudi obtožila, da načrtujejo zlom vlade, in napovedala, da bo vlado, če bo potrebno, varovala vojska (La Nación 2008, 3. oktober). Po njenem mnenju je bilo zvišanje davkov potrebno, saj bodo tako zmanjšali razlike med revnimi in bogatimi ter zagotovili domače zaloge hrane (The Guardian 2008, 31. marec).

2. aprila 2008 so se kmetje odločili za enomesečno prenehanje stavke, da se pomanjkanje hrane v državi uredi, a začeli požigati travnike in stepe na severu države. Požari so se širili, vlada pa je ovadila lastnike posestev, ki so gorela. 24. aprila 2008 minister za gospodarstvo Martín Lousteau, ki je sprejel zvišanje davkov, odstopi in začnejo se nova

pogajanja s kmeti. A ti zaostrujejo stavko, nadaljujejo in stopnjujejo se tudi protesti ter obtoževanja obeh strani. Stavka se zaključi 18. julija 2008, ko senat dva dni prej zavrne predlagano zvišanje davkov na izvoz žitaric (La Nación 2008, 3. oktober).

Fakulteta za družbene vede Univerze v Buenos Airesu - *Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Buenos Aires* je že 2. aprila 2008 izdala poročilo o medijskem poročanju v času kmečke stavke. Medije, med njimi tudi Grupo Clarín, je obtožila, da so se v poročanju postavili na stran stavkajočih, le delno predstavili dejansko dogajanje in tako prilagodili resnico, da so poročali antidemokratsko, povzročali diskriminacijo in povečali destabilizacijo. Zapisali so tudi, da to dogajanje kaže na nujnost vzpostavitve zakona o avdiovizualnih medijih, ki bi zagotavljal javnosti dostop do pluralnih informacij in uzakonil ukrepe za nadzor koncentracije medijev. Fakulteta je predlagala preiskavo dogajanja (Conadu 2008, 12. april). Dekan fakultete Federico Schuster se je po izdaji poročila sestal s predsednico. Grupo Clarín so v odzivu na poročilo fakultete dejali, da je to še ena iz vrst kritik medijev s strani predsednice države, in da želi to poročilo le nadzirati medije, Schuster pa da naj bi bil politično povezan s kirchnerizmom (Clarín 2008, 5. april). Novaro in Birmajer celo trdita, da je to poročilo naročila predsednica sama, da bi se kritične medije in novinarje obtožilo agresivnega, manipulativnega in antidemokratskega poročanja (Novaro in Birmajer 2015, 70).

Novinarji Grupo Clarín so se v svojem poročanju postavili v bran stavkajočih, predsednica pa je že 1. aprila 2008 kritizirala njihovo poročanje o stavki, to je primerjala s stavko pred državnim udarom leta 1976, in dejala, da so aktualno stavko namesto tankov spremljali »multimedijski generali« (Macrory 2013, 182). Trdila je, da so novinarji krivi, da se stavka ne konča, saj s poročanjem o njej mobilizirajo ljudstvo in večajo upor (Novaro in Birmajer 2015, 469). Njeni zavezniki, med njimi Hugo Moyano²², Peronistična mladina²³, JP Evita²⁴, La Cámpora²⁵ so izdalo plakate z napisi »Clarín laže« - »Clarín mente«, »Clarín onesnažuje« - »Clarín contamina«, »Clarín pritiska, Clarín želi inflacijo« - »Clarín aprieta, Clarín quiere inflación«, predsednica pa je v naslednjih mesecih večkrat kritizira Grupo

²² Hugo Moyano je bil v času prvega mandata predsednice Fernández de Kirchner generalni sekretar Generalne konfederacije delavcev Republike Argentine - *Confederación General del Trabajo de la República Argentina*. Je tudi član stranke predsednice, v začetku njenega predsedovanja pa sta delovala kot zaveznika (El Mercurio 2011, 29. maj).

²³ Podmladek politične stranke Partido Justicialista, h kateri spada tudi predsednična stranka Frente para la Victoria (JP).

²⁴ Juventud Peronista Evita je ena izmed lokalnih političnih organizacij povezanih s politično stranko Partido Justicialista (JP).

²⁵ Mladinska politična organizacija, ki podpira vlado Néstorja Kirchnerja in Cristine Fernández de Kirchner. Leta 2006 jo je ustanovil njun sin Máximo Kirchner (Sebrano 2014).

Clarín in njihovo vsakdanje poročanje, tudi tisto, ki ni bilo povezano s stavko. Po mestu so razobesili ogromne plakate s temi napisi, delili letake, balone, tradicionalne piškote - *alfajores* in te slogane uporabljali še več let. Kritike proti Gurpo Clarín so prihajale s strani različnih privrženecv kirchnerizma, nanje pa se je odzvalo tudi Medameriško združenje medijev, ki opozori vlado, da naj izboljšajo odnos z mediji in novinarji, saj trenutno stanje ogroža svobodno poročanje (Grupo Clarín). Takšna opozorila so prišla tudi s strani drugih organizacij, kot so Argentinski novinarski forum - *Foro de Periodismo Argentino*, Združenje argentinskih novinarskih ustanov in Novinarska državna akademija - *Academia Nacional de Periodismo*. Napadi na novinarje pa se s tem niso končali, prvi so bili presenečenje, potem so postali del vsakdana (Novaro in Birmajer 2015, 66–67).

Grupo Clarín je lastnik delnic podjetja Exponenciar, ki vsako leto poleg drugih dogodkov pripravi tudi večdnevno mednarodno kmetijsko razstavo Expoagro. Ta poteka vsak marec na različnih lokacijah v Argentini in velja za največjo razstavo svojega tipa na svetu. Vsako leto predstavijo razne kmetijske proizvode, od semen do škropiv in živine, nove stroje in napredke v kmetijski tehnologiji ter različne tehnike kmetijskega dela (Expoagro). Tu se pokaže direkten interes, ki ga ima Grupo Clarín v kmetijskem sektorju, saj povišanje davkov škodi kmetijam in podjetjem, ki financirajo ali razstavljajo na razstavi Expoagro (Aruguete in Zunino 2013).

Natalia Aruguete in Esteban Zunino sta opravila analizo virov informacij v člankih o kmečki stavki, ki jih je med marcem in julijem 2008 objavil časopis Clarín. Izhajala sta iz predpostavke, da novinarji pogostokrat uporabljajo vladne vire, saj ti delujejo avtoritativno in verodostojno. Pri analizi 1488 člankov pa sta prišla do zaključka, da so v njih uporabljeni viri le v 38 odstotkih iz vladnih vrst, preostali, torej 62 odstotkov, pa nevladni. Izmed teh jih je kar 27,1 odstotek pripadalo kmetijskim korporacijam. Hkrati sta vse vire razdelila na tiste, ki so blizu vladi in tiste bliže kmetijskemu sektorju. Prvih je bilo 45 odstotkov in drugih 55 odstotkov. Prav tako je bilo več besed namenjenih opozicijskim političnim strankam, kar 5,4 odstotkov proti 1,7 odstotkov namenjenih koaliciji. So pa v poročanju dali več glasov civilni družbi, ki je podpirala ukrepe predsednice Fernández de Kirchner. Vendar pa analiza izraženega stališča uporabljenih virov kaže, da se jih 65,4 odstotkov izrazilo proti Odloku številka 125, le 34,6 odstotkov virov pa je bilo za odlok. Tudi v svojih uvodnikih in kolumnah so se novinarji Clarína večinsko opredelili proti povišanju davkov (Aruguete in Zunino 2013, 23–28). To kaže, da je bilo njihovo poročanje res na strani stavgajočih in niso najbolj enakopravno poročali o vseh stališčih udeležencev spora.

Druga faza spora se je preselila na športno področje, in sicer k nogometu, ki velja za najbolj priljubljen šport v Argentini. Pravice za predvajanje nogometnih tekem prve lige je od leta 1992 do leta 2009 imelo podjetje Televisión Satelital Codificada (TSC), ki je v lasti Grupo Clarín in podjetja Torneos y Competencias. Večino tekem so od leta 1994 naprej predvajali preko programa TyC Sports, ki ga je ustanovil Grupo Clarín, ogled tekem pa je bilo treba plačati. Za leto 2009 je Argentinsko nogometno združenje - *Asociación del Fútbol Argentino (AFA)* zahtevalo več denarja za pravice predvajanja nogometnih tekem, saj so ustvarili večmilijonski dolg. Ker TSC ni želel plačati višje cene, je AFA enostransko prekinila pogodbo, ki je sicer pravice za predvajanje tekem Televisión Satelital Codificada dodeljevala do leta 2014 (Varas 2009).

Avgusta 2009 je vlada Republike Argentine Argentinskemu nogometnemu združenju ponudila 600 milijonov argentinskih pesov (skoraj 36 milijonov evrov) letno za pravice predvajanja nogometnih tekem (La Nación Canchallena, 20. avgust). To je bilo kar 124 odstotkov več kot jim je leto prej plačala Televisión Satelital Codificada (Rebossio 2014). Ustanovili so tudi program Nogomet za vse - *Fútbol para Todos*, ki zagotavlja brezplačen ogled tekem po vsej državi (Argentina Guía del Estado). Hkrati so pridobili nadzor nad reklamnim časom in ga namenili izključno vladni propagandi in opozicijski protipropagandi. Ko je leta 2014 predsednik vlade Jorge Capitanich želel spremeniti način financiranja Nogometa za vse in vključiti privatno oglaševanje, mu je predsedničin sin Máximo Kirchner to preprečil, dejal je, da mora Nogomet za vse ostati instrument komunikacije vlade z ljudstvom (Rebossio 2014). Edini komercialni oglas, ki se ga je predvajalo med tekmami, je bil za proizvajalca tovornjakov Iveco, ki je tekme sponzoriral, leta 2014 pa je to mesto prevzel proizvajalec kmetijske opreme New Holland (Cronista 2014, 24. marec). Vladna propaganda se je umaknila zasebnim oglaševalcem po tem, ko je predsednik Republike Argentine postal Mauricio Macri (Clarín 2015, 16. december).

Pravico do spremljanja nogometa uzakonja tudi Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. V 77. členu je namreč zapisano, da je preko avdiovizualnih medijev zagotovljena univerzalna pravica do dostopa do pomembnih informacij, športnih dogodkov, nogometnih tekem in podobnih dogodkov (Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah 2009, čl. 77).

Tako je predsednica Fernández de Kirchner Grupo Clarín uspela odvzeti dobičkonosno predvajanje nogometnih tekem, ki so državi prinesle nov škandal. Za tekme je namreč šlo vse več denarja, v šestih letih je vlada Argentinskemu nogometnemu združenju plačala 900 milijard argentinskih pesov (približno 53,9 milijard evrov), a uspela v tem času

predvajati kar 474 ur oglasnega materiala o delovanju vlade in s tem zvišala priljubljenost predsednice (Vázquez 2015). Seveda so mediji Grupo Clarín podrobno spremljali to porabo denarja. Začela so se tudi sumničenja, da denar namenjen Nogometu za vse ni prehajal v prave roke, zato so odpri nekaj preiskav (González 2015). Ena izmed teorij je bila, da je denar namenjen za ohranjanje gozdov po državi šel za program Nogomet za vse (Fundación Vida Silvestre Argentina 2011, 23. december).

Kasneje je vlada pridobila pravice za prenašanje še drugih športnih prireditev kot so Olimpijske igre, košarkarske in nogometne tekme, avtomobilske dirke, vse z namenom, da so lahko uporabili reklamni prostor za propagando in širili svoja sporočila med ljudi (Novaro in Birmajer 2015, 134).

6.2 Spor se nadaljuje

28. junija 2009 so bile v Argentini parlamentarne volitve, kar je bil prvi večji poraz kirchnerizma na volitvah²⁶ (Novaro in Birmajer 2015, 75). Argentinci so volili polovico poslancev poslanske zbornice, torej 127, in tretjino poslancev senata, torej 24. Stranka predsednice Fernández de Kirchner Frente para la Victoria je v sodelovanju s stranko Partido Justicialista dobila 46 sedežev v poslanski zbornici in osem v senatu. To je glede na število sedežev pred volitvami pomenilo 32 poslancev manj v poslanski zbornici in štirje senatorji manj v senatu. Predsednica je izgubila večino tako v poslanski zbornici kot v senatu, padla pa ji je podpora tudi v prej njej zvestih provincah (Lupu 2010, 174–177).

Te parlamentarne volitve so bile hkrati videne kot referendum dela predsednice, zato je bil slab volilni rezultat zanjo še hujši udarec. Na volitvah je za položaj v poslanski zbornici kandidiral tudi njen mož Néstor Kirchner, ki pa ni bil izvoljen. Zato je nato odstopil iz položaja predsednika stranke Partido Justicialista (Lupu 2010, 174–177).

Za slab volilni rezultat politične stranke predsednice Fernández de Kirchner, je ta krivila Grupo Clarín, ki naj bi se v poročanju o volitvah povezal z opozicijo in opozarjal na vse, kar v državi ni bilo pravilno (Macrory 2013, 182). Opozicija je namreč takrat predsednici očitala poslabšanje državne ekonomije, zmanjšanje kmetijskega izvoza, preveliko

²⁶ Predsedničina stranka Frente para la Victoria je že marca 2009 na lokalnih volitvah dosegla slab rezultat, zato je Fernández de Kirchnerjeva prestavila parlamentarne volitve iz oktobra na junij. Bala se je namreč, da bo poslabšano ekonomsko stanje države zmanjšalo njeno priljubljenost, opozicijske stranke pa bodo imele dovolj časa, da se v predvolilnem boju povežejo. Uradna razlaga za hitrejši datum volitev je bila, da bi dolga politična kampanja še bolj oslabilo ekonomski položaj države, ki se je spopadala z globalno recesijo (Lupu 2010, 174–175).

podržavljanje zasebnih podjetji, ponarejanje statističnih podatkov o državi in netransparentnost pri svojih vladnih odločitvah (Lupu 2010, 174–175).

Néstor Kirchner je poskušal pomagati ženi in vplivati na teme poročanja Grupo Clarín. Héctor Magnetto, izvršni direktor Grupo Clarín, je namreč večkrat razlagal, da je dobil klic od bivšega predsednika, ki mu je predlagal premirje, če podprejo kirchnerizem v svojem poročanju. Magnetto mu je odgovoril, da bo Clarín nadaljeval s svojim objektivnim poročanjem o volitvah, Kircher pa mu je zagrozil z novim medijskim zakonom (Novaro in Birmajer 2015, 75–76). Ta grožnja se je še isto leto uresničila.

Nova in najpomembnejša faza spora med Grupo Clarín in predsednico Fernández de Kirchner je bil 10. oktobra 2009 sprejet Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Tukaj so se boji prestavili tudi na sodišča, kjer so različna sojenja potekale več kot štiri leta, v več kot deset različnih presojah zakona na sodiščih različnih stopenj pa so ta presodila tako v prid Grupo Clarín kot v prid vlade Republike Argentine.

Spor se je prestavil tudi na osebno raven, kjer je bila prva napadena Ernestina Herrera de Noble, glavna delničarka Grupo Clarín in žena ustanovitelja Clarína Roberta Nobla. Leta 1976 je namreč posvojila hčer Marcelo in sina Felipa, leta 2002 pa so se pojavile prve obtožbe, da sta njena posvojenca ena izmed izginulih otrok, ki so izginili med letoma 1976 in 1983. V Argentini so namreč v teh letih v času vojaške diktature ugrabljali otroke in jih dajali v posvojitev novim staršem. Herrera de Noble je zaradi obtožb nekaj časa preživela v zaporu (Novaro in Birmajer 2015, 158–161).

V Argentini so ustvarili bazo DNK-ja tistih, ki so iskali svoje izginule otroke. Marcela in Felipa Herrera de Noble pa sprva nista želela dati svojega DNK-ja v pregled in ga primerjati z ustvarjeno bazo. Novembra 2009 je tako administracija predsednice Fernández de Kirchner poostrila zakon, ki je uveljavil obvezen pregled DNK-ja v primerih izginulih otrok. Marcela in Felipe sta tako morala podati svoj DNK, uzakonjena preiskava pa je pokazala, da posvojenca nista ena izmed izginulih otrok (Macrory 2012, 183).

Primer se je zaključil šele januarja 2016, s siljenjem pregleda DNK-ja pa je bila kršena pravica do zasebnosti Marcele in Felipa. Po sprejetju zakona, ki ju je prisilil v pregled DNK-ja, so se takoj začela sumničenja, da je predsednica sprejela zakon le, da bi škodila lastnici Grupo Clarín (Clarín 2016a). A ta je kot razlog za spremembo zakonodaje navajala, da želi čim prej najti vse ugrabljene otroke, da se zaključi to tragično obdobje z resnico in pravico. Hkrati pa je izkoristila to obdobje za protipropagando proti Grupo Clarín; te je povezovala z diktaturo in kršenjem človekovih pravic, bila se je negativna kampanja proti

Herreri de Noble, obtoževalo se je novinarje Grupo Clarín, kako se lahko imajo za neodvisne, če delajo za podjetje, ki je v lasti ugrabiteljice otrok (Novaro in Birmajer 2015, 159–160).

Pomemben del spora je potekal tudi na svetovnem spletu, kjer sta obe strani svoja sporočila posredovali javnosti preko raznih spletnih strani, blogov, forumov. Avgusta 2010 je tako argentinska vlada prepovedala obratovanje Fibertela, internetnega ponudnika v lasti Grupo Clarín, saj naj bi se ta leta 2003 ilegalno združil s televizijskim programom Cablevisión. Združitev naj bi se zgodila brez avtorizacije Ministrstva za komunikacije, oddajanje interneta pa naj bi od januarja 2009 dalje potekalo pod neveljavno licenco v lasti Cablevisióna (MercoPress 2010, 20. avgust). Tako so dali vsem naročnikov 90 dni časa, da si najdejo novega ponudnika interneta, pri tem pa so jim ponudili vladno pomoč (Novaro in Birmajer 2015, 191). Grupo Clarín se je na prepoved pritožil, izvršilo se je več različnih sojenj, marca 2011 pa jim je uspelo povrniti licenco in obdržati več kot milijon naročnikov (Redusers 2011, 10. avgust).

Cablevisión je obtožila vlado, da deluje totalitarno, ilegalno in samovoljno. Ministrstvo pa je trdilo, da si je Fibertel za zaprtje kriv sam (Raszewski 2010). Grupo Clarín so na svoji spletni strani objavili zapis, da gre za novo obliko grožnje lastninskih pravic in drugih ustavnih svoboščin kot so svoboda izbire in izražanja, pravice potrošnikov ter druge (Grupo Clarín). Argentinska vlada združitev Cablevisióna in Fibertela ni podpirala, saj je Cablevisión ekonomsko zelo pomembna televizijska postaja in ima veliko gledalcev. Preko oglasnega prostora programa Nogomet za vse pa so vzpostavili slogan »Fibertel ne obstaja več« – »*Fibertel no existe más*« in tako tudi to fazo spora nadgradili s protipropagando. Prav tako so ob predvajanju vsake nogometne tekme svetovali gledalcem, kako lahko zamenjajo ponudnika interneta (Novaro in Birmajer 2015, 191–192).

6.3 Spori do konca predsedovanja Fernández de Kirchnerjeve

Do konca predsedovanja predsednice Fernández de Kirchnerjeve sta potekali še dve večji fazi spora. Prva je bilo leta 1971 bilo ustanovljeno prvo argentinsko podjetje za proizvodnjo časopisnega papirja Papel Prensa. Danes je v lasti Grupo Clarín, ki ima 49 odstotkov delnic, častnika La Nación, kateremu pripada 22 odstotkov delnic, 27,5 odstotkov pa pripada državi (Chequeado 2010). Podjetje vsako leto natisne 75 odstotkov vsega časopisnega papirja v državi in ima več kot 170 strank (Grupo Clarín).

Leta 2010 so se začele polemike glede pravilnosti postopka nakupa delnic Papel Prensa leta 1976, ko so Grupo Clarín, La Nación in La Razón preko podjetja Papel kupili svoje deleže. Leta 2000 je La Razón svoje delnice prodal Grupo Clarín. Avgusta 2010 je namreč Lidia Papeleo, vdova Davida Graviera, ki je bil eden izmed prvih in večinskih lastnikov Papel Prensa, podala prvi intervju po dogajanju leta 1976, v katerem je zatrnila, da je delnice prodala zaradi groženj in pritiska, med drugim naj bi ji grozil Héctor Magnetto, izvršni direktor Grupo Clarín. Delnice je namreč podedovala, ko je leta 1976 v sumljivi letalski nesreči umrl njen mož, Magnetto pa ji bi naj zagrozil, da če ne proda delnic Grupo Clarín, je lahko ogroženo življenje nje in njene hčere. Le-ta je bila takrat še mladoletna, sumljiv pa je bil tudi takraten prenos njenih delnic na njeno mater, sodnik tega dovoljenja naj sploh ne bi podpisal (Chequeado 2010). Država je tako naročila preiskavo dogodkov, avgusta 2010 pa predstavila poročilo imenovano Papel Prensa, resnica - *Papel Prensa, la verdad*. V poročilu je zapisano, da je bil nakup speljan pod pritiskom groženj, ki jih označujejo kot kršenje človekovih pravic, država pa je nato vložila tožbe proti vpletenim, a končnih sodb še ni bilo (Morgan 2010).

Vlada prav tako ni podpirala monopola, ki sta ga imela Grupo Clarín in La Nación kot lastnika Papel Prensa pri prodaji časopisnega papirja drugim medijskim hišam. Svojim časopisom in revijam namreč dajeta nižjo ceno papirja kot drugim. 27. decembra 2011 so tako sprejeli nov zakon o časopisnem papirju, imenovan Zakon 26.736 - *Ley 26.736*, ki razglša, da sta časopisni papir in celulozna pasta javnega pomena, njuna proizvodnja, komercializacija in prodaja pa so pod nadzorom Ministrstva za gospodarstvo in javne finance (Zakon 26.736, 10. čl.) Zakon med drugim nadzoruje izvoz časopisnega papirja, njegove cene ter državi daje dovoljenje za intervencijo v delovanje podjetja Papel Prensa. Če ta ne dosega direktiv, ki jih določa zakon, ta predvideva sistem kazni, ki lahko privedejo tudi do zaplembe podjetja (Zakon 26.736).

Zakon so med drugim obtožili v Svetovni medijski organizaciji WAN-IFRA, kjer so zapisali, da je ta »očitno del vladne kampanje proti neodvisnemu tisku, krši temeljna načela svobode tiska in se lahko uporablja kot cenzura in kaznovanje kritičnih pripomb« (WAN-IFRA 2011, 23. december).

Naslednja večja faza spora je bila najodmevnejša vladna protipropagandna kampanja usmerjena proti Grupo Clarín, ki se je imenovala 7D. Njeno ime ponazarja datum 7. december 2012. 22. maja 2012 je namreč vrhovno sodišče določilo, da mora Grupo Clarín do 7. decembra 2012 vsaj predstaviti, če ne že izvesti, načrt ločitve na več podjetji in tako upoštevati Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Če se tega roka Grupo Clarín

ne bi držal, bo AFSCA sama posredovala in določila postopek ločitve podjetja na več manjših podjetij oz. bo začela postopek odvzema licenc (Novaro in Birmajer 2015, 255).

AFSCA je takrat izdala video v katerem razlaga pomen 7D, ki ne ponazarja le decembrskega datuma - *diciembre*, ampak tudi raznolikost – *diversidad* in demokracijo - *democracia*. Kot pravi video, bo 7. decembra 2012 Zakon o medijih prešel v polno veljavo, kar je pomembno predvsem zaradi 161. člena tega zakona, ki predvideva, da noben medij v državi nima več kot 24 licenc za kabelsko televizijo in deset za televizijo prostega dostopa oz. radio, s čimer zagotavlja raznolikost glasov in svobodo govora. Posledično pa tudi večjo pluralnost in demokratičnost. Nato video začne razlagati, da ima Grupo Clarín 240 licenc za kabelsko televizijo, deset licenc za radio in štiri za televizijo odprtega dostopa, kar naredi Grupo Clarín za »resnično državno ilegalno mrežo« - *»una verdadera cadena nacional ilegal«*. Prav tako video navaja, da naj bi vsi preostali mediji v državi sprejeli zakon, le Grupo Clarín ne, s čimer ne upošteva zakonodajne oblasti. Prav tako zanika obstoj AFSCA in s tem izvršno oblast, ne želi pripraviti načrta sprejetja zakona, zanika pa tudi obstoj sodbe oblasti, saj ne upošteva vseh sodb, ki so bile izrečene glede Zakona o medijih. Če Grupo Clarín ne bo začel upoštevati zakona, bo morala poseči vlada in jim odvzeti licence, čeprav to ne bo razlastitev ali poddržavljanje medijev, ampak bodo zagotovili delovna mesta in poskrbeli za izvrševanje zakona, ki zagotavlja demokratičnost informacij v medijih (Casa Rosada - República Argentina 2012).

Prvič so posnetek objavili med reklamnim časom Nogometa za vse in tu je jasno vidna vladna protipropaganda proti Grupo Clarín. Predsednica Fernández de Kirchner je ves čas kampanje 7D trdila, da gre za zagotavljanje svobode medijev v državi, omogočanje obstoja manjših medijev ter zagotavljanje konkurenčnosti (Garton 2012).

Kljub močni vladni kampanji pa so pritožbeni sodniki takrat datum dokončne prilagoditve Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah podaljšali, saj še ni bilo končne sodne presoje tega zakona. 7. decembra 2012 se tako dejansko ni zgodilo ali spremenilo nič. Fernández de Kirchnerjeva pa je za to krivila sodnike in jim kasneje vsilila novo sodniško zakonodajo, ki sodnikom ni bila po godu (Novaro in Birmajer 2015, 257–279).

6.4 Državi podrejeni mediji

Kot razlagata Novaro in Birmajer, je kirchnerizem želel postati kultura Argentine, da bi to dosegel pa »je želel delegalizirati in utišati tiste, ki so mu stali nasproti« (Novaro in Birmajer 2015, 8). Časopisom, radiem in televizijskim postajam so dali odločitev, da postanejo njihovi prijatelji, se podredijo vladnim pritiskom, pridobijo del uradnega oglaševanja in s tem finance, ali pa živijo s problemi in zatiranjem, ki jih prinaša biti sovražnik vlade (Cárdenas 2012/2013, 152–155). Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah namreč ni bil po godu mnogim medijem, ne samo Grupo Clarín. Tako so s podkupovanjem, nagrajevanjem podrejenih novinarjev, višanjem plač, financiranjem medijev, s pritiski na medijska podjetja in novinarje, da če bodo poročali kritično o vladi, bodo odpuščeni, uspeli podrediti večino medijev v državi. Obljubili so jim tudi blažje ravnanje pri uveljavljanju zakona in večina medije se je podredila ter pričela pisati vladi v prid. A so s pristranskim poročanjem mnogi izgubili del občinstva, s tem oglaševalce, nekateri so posledično celo morali prodati ali zapreti svoje medije (Novaro in Birmajer 2015, 84).

Javne medije je vlada transformirala v propagandne aparate, katerih zaposleni so delovali kot disciplinirani militantni novinarji, propaganda pa je zamenjala informiranje in debato (Novaro in Birmajer 2015, 94–104). Primer slednjega je Nogomet za vse in vmesni oglasni program namenjen propagandi. Poleg že naštetega pa so vpliv v medijih pridobivali tudi s financiranjem prijateljskih poslovnežev, ki so kasneje kupili katerega od medijev. Vlada je namenila ogromno denarja, da je lahko promovirala svoje uradne razlage dogodkov in dejanj (Cárdenas 2012/2013, 155–156).

Tako so se po državi dogajale stvari, o katerih je vlada želela, da se o njih ne govori, zato je o njih poročala le peščica neodvisnih medijev, vladi podrejeni mediji pa so dogajanje spregledali. Eden takih dogodkov so bili prvi protesti proti predsednici Fernández de Kirchner po začetku njenega drugega predsedniškega mandata. O njih je poročal le televizijski program TN, ki je v lasti Grupo Clarín. Predsednica jih je ob tem obtožila, da poročajo z namenom, da podžgejo in razširijo proteste, da spodbujajo ljudi k mobilizaciji in ne želijo enakopravne Argentine (Novaro in Birmajer 2015, 250–251). Ljudje so seveda opazili, da so po državi protesti, o katerih večina medijev ne poroča. Tako so začeli bolj posegati po neodvisnih medijih, podrejeni mediji pa so izgubljali publiko in posledično oglaševalce. Štirje neodvisni časopisi Clarín, La Nación, Perfil in El Cronista so tako kmalu imeli 85 odstotkov vseh bralcev. Kljub milijonom vložene denarja, ki je vladi prinesel podrejenost večine medijev, pa si ni uspela podrediti bralcev, poslušalcev in gledalcev (prav tam, 100–284).

Leta 2011 je Ministrstvo za socialni razvoj na spletu objavilo tako imenovan medijski zemljevid, na katerem je bilo prikazanih 96 odstotkov od 449 registriranih medijev v državi. Na tem zemljevidu so označili medije pod vladnim vplivom in tiste medije, ki so nevtralni. Slednjih je bilo le 16. Poročilo so seveda nemudoma umaknili iz interneta, vlada pa je kasneje njegov obstoj zanikala (Novaro in Birmajer 2015, 131).

Podrejene medije je vlada uporabila tudi za ustvarjanje še dodatne protipropagande proti Grupo Clarín. Tako so v določenih oddajah, kot je 6, 7, 8, in v televizijskih nanizankah, kot je El Pacto, obravnavali medijske teme in črnili Grupo Clarín ter druge neodvisne medije (prav tam, 169–176).

6.5 Zakon o medijih po koncu predsedstva Fernández de Kirchnerjeve

Naslednik predsednice Fernández de Kirchner²⁷ Mauricio Macri je na predsedniških volitvah kandidiral kot član neperonistične politične stranke Republikanski predlog - *Propuesta Republicana (PRO)* in ima drugačno mnenje glede Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Meni namreč, da je tehnološko nazadnjaški in je bil ustvarjen, da škodi Grupo Clarín. Zato ga je potrebno spremeniti, vendar tako, da Grupo Clarín ne bo prejemnik posebnih ugodnosti (Crettaz 2015).

Tik pred zaključkom leta 2015 je tako oznanil, da bo s posebnimi vladnimi odloki postopno spreminjal obstoječi zakon in stanje medijev v državi. Šef predsednikovega kabineta Marcos Peña je povedal, da je tako nastopil konec vojne proti neodvisnem novinarstvu v Argentini (Smink 2015).

Prvi je bil tako že 10. decembra 2015, na prvi dan njegovega predsedovanja, Potrebni in nujni vladni odlok 13/2015- *Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 13/2015*, ki je določil, da morata AFSCA in Zvezni urad za informacijske in komunikacijske tehnologije - *Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC)* po novem odgovarjati novoustanovljenemu Ministrstvu za komunikacije. Naslednji, 22. decembra 2015, Potrebni in nujni vladni odlok 236/2015, ki je odstavil direktorje in člane upravnih odborov AFSE in AFTICA (Andreassi 2016). Prejšnja direktorja ASFCE, Martín Sabbatella, in AFTICA, Norberto Berner, sta bila politično namreč povezana s kirchnerizmom (Crettaz 2015). 6. januarja 2016 je s Potrebnim in nujnim vladnim odlokom

²⁷ Predsednica Fernández de Kirchner je za svojega naslednika izbrala Daniela Sciolija, ki je na volitvah v drugem krogu dosegel 48,6 odstotka glasov in tako izgubil proti Mauriciu Macriju, ki je prejel 51,4 odstotka glasov (BBC Mundo 2015).

9/2016 odstavil še direktorja RTA S. E., Alberta Cantera Gutiérreza, ki mu mandat prav tako še ni potekel, je pa privrženec krichnerizma (Crettaz 2016).

6. aprila 2016 pa so ratificirali še Potrebni in nujni vladni odlok 267/2015, ki je spremenil tako Zakon o medijih kot tudi Zakon številka 27.078, ki je urejal področje telekomunikacij. Največja sprememba, ki jo uvaja ta vladni odlok, je uvedba Nacionalnega organa za komunikacije - *Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom)*, ki zamenjuje in združuje organa AFSCO ter AFTIC. Zaradi tega sta se morala zamenjati tudi direktorja AFSCCE in AFTICA, direktorski zbor Enacoma pa sestavljajo predsednik in trije direktorji, ki jih izbere izvršna oblast, ter še trije, ki jih imenujejo prve tri manjšinske parlamentarne stranke (Perfil 2016). Odlok med drugim preureja tudi 41. in 45. člen Zakona o medijih, po novem je možen prenos licenc pri medijih, ki delujejo za profit, nadzor kabelskih licenc pa ni več pod nadzorom tega zakona (Andreassi 2016). Tako Grupo Clarín ni več prisiljen podjetja razdeliti na šest manjših enot, saj nima več omejenega števila licenc, ki jih lahko ima, oz. števila prosto dostopnih in kabelskih televizijskih programov.

Spremembe zdaj že nekdanjega Zakona o medijih pa se tu niso končale. Naslednja sprememba je bila 16. maja 2016. Ta ukinja obvezno napoved začetka in konca oglaševalskega dela programa na televiziji in radiu, ukinja tudi uro na zaslonu in številčenje oglasov. Ta vladni odlok pod številko 678 spreminja 81. člen Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Njegovo ime pa spominja na propagandno oddajo javne televizije TV Pública, ki se je imenovala 6, 7, 8, in so jo predvajali v času predsedovanja Fernández de Kirchnerjeve (Clarín 2016b).

Ker gre vse začasne vladne odloke, si Macrijeva vlada želi čim prej osnovati nov medijski zakon (Andreassi 2016). Tako so marca 2016, na podlagi Potrebne in nujne vladne odloka 267/2015, ustanovili Uredniško komisijo novega zakona o komunikacijah - *Comisión Redactora de la Nueva Ley de Comunicaciones*, ki mora v enem letu pripraviti osnutek novega zakona. Ta bo združil Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah in zakon o telekomunikacijah imenovan Digitalna Argentina – *Argentina Digital*. Komisija deluje pod okriljem Ministrstva za komunikacije, njena koordinatorka je direktorica Enacoma Silvana Giudici, sestavljajo pa jo predstavniki sektorjev radiodifuzije, telekomunikacij ter nove informacijske in komunikacijske tehnologije (Enacom).

Svoje delo je Uredniška komisija novega zakona o komunikacijah pričela s sestajanjem z vsemi, ki jih bo nov zakon opredeljeval. Tako so se srečali s predstavniki potrošnikov, sindikatov, gospodarske zbornice, novinarjev, akademskih ustanov in strokovnjaki ter zbirali njihova mnenja, poglede, izkušnje in ideje, kaj bi nov zakon moral

vsebovati. Njihov cilj je pripraviti pluralni in sodoben regulativni okvir, ki vključuje nove informacijske in komunikacijske tehnologije, internet, omrežja telekomunikacij in avdiovizualne medije na integralen in konvergenten način. Želijo povečati vlaganja v sektor in pridobiti nova delovna mesta. V začetku julija 2016 so tako predstavili 17 izhodiščnih točk na katerih bo temeljil nov zakon. Te so osnovane na načelih pluralnosti, raznolikosti, dostopa do informacij, svobode izražanja in tiska, federalizma in nacionalne produkcije vsebin (Enacom).

Mauricio Macri je bil večkrat kritiziran zaradi tako hitrih in drastičnih sprememb na področju medijev v državi, potekali so tudi množični protesti proti spremembam Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Vlada in zagovorniki zakona, med njimi univerze, neprofitni mediji, sindikati, so bili 8. aprila 2016 na posvetu pri Medameriški komisiji za človekove pravice - *Inter-American Commission on Human Rights (IACHR)*, kjer so prvi predvsem kritizirali zakon in opozarjali, da so spremembe začasne, drugi pa izrazili skrb, da spremembe zakona slabo vplivajo na argentinsko medijsko sfero in ogrožajo svoboda govora. Prav tako so vsi sprejeti vladni odloki podpisani s strani predsednika in niso predebatirani v kongresu, odstavitev direktorjev in nadzornih odborov AFSCE, AFTICA in RTA S. E. pa je sporna, saj so imeli ti zaposleni še veljavne mandate. Hkrati sprostitev števila licenc za predvajanje programa omogoča nov razmah medijskih konglomeratov ter omejuje raznolikost medijev in poročanja (Andreassi 2016).

7 Vpliv političnega sistema Argentine na medije

Vlada Republike Argentine s predsednico Cristino Fernández de Kirchner na čelu je v letih 2007 do 2015 pokazala, da ima precejšnjo moč nad mediji v svoji državi. Teh se je lotila z vsemi dostopnimi sredstvi in metodami, ki niso bile vedno najprimernejše. Prav tako je Grupo Clarín dokazal, da je medijski konglomerat z velikim vplivom. Z veseljem so se trudili kritično poročati o vladajočih v državi, kar je njihova novinarska naloga, a hkrati niso pozabili na svoje interese. Tako tudi Repoll ugotavlja: »Potrebno je zatrditi, da so mediji v Argentini na splošno, in še zlasti tisk, daleč od idealnega modela nevtralnega novinarstva, ki ga predlagajo v novinarskih priročnikih in katerega se uči v šolah komunikacije. Vendar vlada v svojih reakcijah prav tako ne odgovarja idealnemu modelu odnosov z mediji: paziti in zagotoviti njihovo neodvisnost ter skrbeti za svobodo izražanja (Repoll 2010, 51).

Najprej bomo izpostavili legalne načine vplivanja politike oz. vlade na medije. Vzpostaviti nov zakon, v tem primeru medijski, je seveda upravičeno dejanje, če ne celo naloga vladajočih, in ne glede na motiv sprejetja tega zakona, ta v argentinsko medijsko sfero prinaša mnoge dobre stvari. Če povzamemo Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah, ta uzakonja štiri glavne novosti: cilj ustvariti možnosti za demokratično participacijo, rezervacija ene tretjine radiotelevizijskega spektra za nekomercialne medije, bolj restriktivne omejitve glede hkratnega lastništva različnih medijskih formatov in omejene možnosti za poslovanje s frekvencami ter kompleksnejšo kontrolno strukturo, ki je manj odvisna od izvršilne veje oblasti (Mauersberger 2012, 598). Zakon torej širi človekove pravice in pluralnost medijev, hkrati je bil prejšnji zakon o medijih že zelo zastarel, izhajal je iz nedemokratične vlade in res je bil čas za novega.

Legitimne pa so bile tudi opazke Grupo Clarín, ki trdi, da zakon vsebuje ohlapna in nedoločna pravila glede dodelitve licenc, ki se lahko med postopkom spreminjajo, s čimer lahko vlada vpliva na medije. Sporno je tudi omejeno število licenc. To bo vplivalo na to, da bo samo javna radiotelevizija Državna družba radio in televizija Argentina imela možnost predvajanja programa po celotni državi. Ena tretjina licenc pa je namenjena socialnim skupinam, ki jih verjetno vodijo takšni, ki so lojalni vladi. Vprašljiva je tudi neodvisnost organa AFSCA in pomanjkanje pravil glede dodelitve uradnega oglaševanja.

Težko pa je reči, če je bil zakon sprejet le za to, da bi škodil Grupo Clarín, a verjetno je bilo ta stranski produkt zakona za predsednico Fernández de Kirchner dodaten bonus. Repoll povzema, da Grupo Clarín v ščitenju svojih poslovnih in ekonomskih interesov

nasprotuje zakonu z argumentom, da ta škodi svobodi govora, s pomočjo zakona pa vlada želi kontrolirati neodvisne medije. Hkrati pa vlada trdi, da želi »zakon regulirati avdiovizualni trg, odpraviti monopole ter decentralizacijo lastništev in kontrole medijev, s tem pa zagotoviti pluralnost glasov, ki pripomorejo k učvrstitvi svobode govora in demokracije v Argentini« (Repoll 2010, 63).

Vsi preostali prijemi vplivanja argentinske politike oz. vlade na Grupo Clarín pa so bili popolnoma nedopustni. Močna protipropaganda, grožnje vodilnim v podjetju in novinarjem, lažne obtožbe o pranju denarja in korupciji, preiskave, kritiziranje novinarjev in novinarskega poklica, podpiranje oddaj na javni televiziji, ki so blatile ugled drugih medijev, pritisk na oglaševalce, da naj umaknejo svoje oglase iz medijev Grupo Clarín in druge. Prav tako je predsednica večkrat javno blatila argentinske novinarje in medije ter jih obtoževala, da delujejo proti vladi in želijo zmago opozicije. Nikakor ni dopustno, da javni funkcionar javno žali drugo profesijo, ker mu ta ni všeč. Naloga države je zagotavljati svobodo govora, in čeprav je predsednica glede na svoje besede podpirala in s sprejetjem Zakona o medijih širila svobodo govora, ta ni zadostna sama po sebi, ampak jo mora spremljati vedenje, da kdor se bo izražal s pogledi nasprotnimi vladajočim, ne rabi imeti strahu, da bo izgubil službo. Hkrati ta svoboda pomeni tudi, da država ne škoduje tistim medijskim hišam, ki ji ne pišejo v prid, in jim ne želi spodkopati bralce (Novaro in Birmajer 2015, 11). Sočasno pa je vlada Fernández de Kirchnerjeve podkupovala preostale medije, jim nalagala državno oglaševanje, razne nagrade, omilila uveljavljanje Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah in si jih tako pridobila na svojo stran.

Pri vsem tem pa pomanjkanje novinarskih konferenc, odklanjanje intervjujev, ignoriranje novinarskih vprašanj, blatenje novinarskega poklica in trditve, da so novinarji krivi za slabo stanje države, ni pomagalo pri rešitvi spora. Novaro in Birmajer opisujeta dogajanje: »Vsak dan je en državni funkcionar, odvisni guverner ali vojaški propagandist ponovil mantra boja proti medijskemu organizmu. In vsak dan je zvenelo bolj kot norčevanje« (Novaro in Birmajer 2015, 237). Tudi, če so bili novinarji neodvisnih medijev morda naklonjeni predsednici, jih je s takim ravnanjem odvrnila in si zagotovila kritičnejše poročanje. Vsak si namreč želi braniti se proti lažnim obtožbam. Philip Kitzberger ugotavlja, da so se novinarji počutili poklicno ogrožene in se kljub močni politično-ideološki simpatiji obrnili stran od vlade oz. stran od vladajoče politične stranke (Kitzberger 2012, 128).

Seveda je nadzor vlade, še posebej predsednika države, ena izmed ključnih nalog novinarjev in spada pod pomembno funkcijo medija kot psa čuvaja. A tudi Grupo Clarín se, kljub obširnemu poročanju o predsednici Fernández de Kirchner in podrobni analizi njenih

dejanj, ni obnašal kot vzoren medij. Na prvi pogled je resno jemal svojo nalogo četrte veje oblasti in nadzora prve, ampak ne moremo trditi, da je bilo to vedno zaradi upoštevanja novinarskega poslanstva. Zagotovo je bilo delno branjenje pred očitki predsednice in želja vrniti udarce. Očitni pa so bili tudi primeri, ko je ta medijski konglomerat le ščitil svoje interese. Pri kmečkem sporu je želel nižje davke za kmete, da bi lahko ti še naprej financirali in sodelovali na njihovem sejmu Expoagro, niso upoštevali Zakona o medijih in se ločili na več podjetij, saj bi to pomenilo razdelitev in zmanjšanje njihovega dobička, želeli so tudi ohraniti čim večji nadzor nad podjetjem Papel Prensa in si zagotoviti ugodne cene papirja za svoje tiskane proizvode. Repoll tako razlaga: »Ta pozicija dominance, ki za Grupo Clarín pomeni pozicijo ekonomskega privilegija tako za njene kliente (oglaševanje) kot za njene delničarje, je skrajno zaskrbljujoča v okviru koncentracije produkcije in distribucije vsebin ter posledične represije demokratičnega sistema« (Repoll 2010, 45–46). Zagotovo Grupo Clarín predstavlja koncentracijo produkcije vsebine, a hkrati ima veliko medijev po državi, kjer ustvarjajo svoje, lokalne vsebine, in to zagotavlja tudi veliko delovnih mest. Seveda ni dopustno, da se medij v določeni državi ne drži aktualne zakonodaje, sploh ker je sam institucija, ki bi moral opozarjati na takšne nepravilnosti. Res pa je, da so od sprejetja zakona do konca mandata predsednice Fernández de Kirchner, čakali na rzsodbe sodišč, torej zakonu niso mogli slediti v celoti.

Gabriela Garton zapiše, da predsednica Cristina Kirchner in Grupo Clarín predstavljata dve najbolj močni entiteti v Argentini, zaradi česar se lahko posledice vsakega napada, ki ga začneta drug proti drugem, čutijo po celotni državi. Ta spor je pomenil tudi razdvojitve politične skupnosti in Garton ugotavlja: »Pogosteje kot ne so tisti ujeti v navzkrižni ogenj le nedolžni opazovalci. Medtem ko Argentinski državljani in novinarji na splošno niso direktno vključeni v konflikt, pa zagotovo prenašajo glavno breme spopada nad medijsko kontrolo« (Garton 2012).

Mediji pod vladnim vplivom so včasih spregledali kakšno dogajanje, a v dobi interneta in družbenih omrežji ne moreš prikriti dogajanja. Tudi poročanje samo o dobrih novicah ne prikrije obstoja slabega dogajanja v državi. Določeni mediji so tako izgubljali veliko število bralcev, poslušalcev oz. gledalcev, posledično tudi oglaševalcev, nekateri so bili primorani zapreti svoja vrata (Novaro in Birmajer 2015, 144). Zapiranje medijev pa je vse prej kot pripomoglo k pluralizaciji, ki jo je želel vzpostaviti Zakon o medijih. Prav tako ti spori ogrožajo svobodo govora in posledično demokracijo. Vlada namreč išče načine kako nadzorovati medije in to opredeljuje kot strategijo razvoja javnega upravljanja, mediji pa

pristransko informirajo, se politično opredeljujejo in ne sledijo pravilom poročati objektivno in nevtrarno. Repoll tako ugotavlja, da lahko oba akterja v tem sporu označimo kot odgovorna za napetost na področju svobode govora in demokracije v državi (Repoll 2010, 64).

Vojno vlade proti novinarstvu je opazila tudi tujina. Mnoge mednarodne novinarske in medijske organizacije so obsodile dogajanje v Argentini. Na primer Mednarodni medijski inštitut, Novinarji brez meja, Odbor za zaščito novinarjev, Svetovna medijska organizacija WAN-IFRA in drugi. Primer nepravilnega delovanja vlade v odnosu z mediji pa so navajali in obravnavali tudi medijski strokovnjaki.

Kdo je torej zmagovalec te vojne med vlado in mediji? Na to vprašanje seveda ni jasnega odgovora, lahko pa trdimo, da bi se v primeru novega mandata predsednice Fernández de Kirchner oz. v primeru, da bi na predsedniških volitvah leta 2015 zmagal njen kandidat Daniel Scioli, spori še zagotovo nadaljevali. Grupo Clarín pa je pred razpadom na več podjetij rešila le zmaga opozicije, ki je nato spremenila Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Vsi spori so bili le merjenje moči in varovanje lastnih interesov, ki so jih skrivali pod pretvezo širjenja pluralnosti medijev oz. poročanja o nepravilnem delovanju vlade. A vstopati v spopad na področju svobode govora samo zaradi merjenja moči nikakor ni sprejemljivo.

8 Sklep

Argentina je bila v času predsedovanja Cristine Fernández de Kirchner priča primeru burnega odnosa med politiko in mediji. Številni spori, ki so prerastli v vojno proti novinarstvu, zagotovo niso primer dobrega odnosa med prvo in četrto vejo oblasti. A tudi mediji, predvsem Grupo Clarín, niso bili odraz novinarske popolnosti. Pristransko poročanje namreč ne upošteva normativov medijskega dela in ne daje temeljev za obstoj pravic medijev, ki jim zagotavljajo pogoje za kakovostno opravljanje svoje naloge informiranja ljudi in nadziranja oblasti. Tako lahko zagotovo soglašamo z Macrorijem: »Edina ugotovitev, ki jo lahko naredimo z gotovostjo, je, da je Zakon o medijih vzpostavil toliko vprašanj, kot je ponudil odgovorov na razmerje med svobodo govora in državno regulacijo v demokratični družbi. Da pa se debata o teh temah nadaljuje, ni slaba stvar« (Macrory 2013, 188).

Središče spora je bil zagotovo Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. Tekst zakona sam po sebi poskuša zagotoviti svobodo govora, pluralnost idej in demokracijo. Ampak težko je zatrdati, da je zares naklonjen pravi pluralnosti izražanja mnenj in množici glasov, ki predstavljajo različne perspektive nacionalne realnost, čeprav so te nasprotne vladnim perspektivam (Repoll 2010, 64). Zagotovo pa je Zakon o medijih bil naklonjen dekoncentraciji lastništva medijev v primeru Grupo Clarín. Ta se je tej usodi izognil le zaradi spremembe oblasti, ki je zakon spremenila.

Pregled faz spora kaže, da sta vpleteni strani enakovredno uživali ob porazih nasprotne strani in do konca zastopali svoje interese, namesto, da bi poskušale spor razrešiti. Zagotovo bi se z boljšim odnosom med tistimi na oblasti in mediji v Argentini vzpostavil kakovostnejši sistem dela na obeh straneh. Vlada in mediji bi se lahko zavedali, da so soodvisni in lahko drug drugemu pomagajo, saj so vsi bistveni za dobro delujočo demokratično državo.

V raziskavi odnosa med mediji in politiko oz. vlado v Argentini sem odgovorila na vsa v uvodu zastavljena raziskovalna vprašanja. Seveda bi lahko moje spremljanje odnosa in vojne vlade z mediji ubralo druge poudarke; lahko bi naredila bolj natančno in širšo analizo poročanja Grupo Clarín o predsednici Fernández de Kirchner, lahko bi primerjala argentinski Zakon o medijih z medijskimi zakoni drugih držav v Južni Ameriki, ki z Argentino delijo podobne socialne, politične, kulturne, jezikovne, zgodovinske in geografske značilnosti države. Primerjava bi lahko šla tudi na slovenski Zakon o medijih, ki v slovensko javnost prav tako vnaša polemike in razdvajanja. Pregledala bi lahko, kako so spor doživljali

novinarji tako vladi podrejenih in od vlade neodvisnih medijev ter kako je vojna vlade z novinarstvom vplivala na njihovo delo. So jih njihovi nadrejeni oz. lastniki medijev poskušali na kakšen način zaščititi pred sporom in jim omogočiti čim bolj nepristransko poročanje ali so jih res uporabljali le za posredovanje svojih sporočil v javnost.

Svoje raziskovanje sem marca 2016 nadgradila s potovanjem v Argentino, kjer sem lahko v živo spremljala tiskane, radijske in televizijske medije ter odnos državljanov do njihovega poročanja. Želela sem opraviti tudi intervjuje s katerim od medijskih oz. političnih strokovnjakov ali novinarjem, vendar na žalost nisem uspela priti do pravega vira informacij. Glede na polemiko, ki jo je Zakon o medijih vzbudil v državi, je težko najti ljudi, ki bi ga prosto komentirali. Predvsem v času, ko se usmeritve novoizvoljene vlade glede medijev še oblikujejo. Prav tako večina znanstvenih analiz polemik Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah prihaja s strani tujih akademikov.

Sama menim, da bi bilo v prihodnje raziskavo najbolj smiselno osredotočiti na prihajajoč medijski zakon v Argentini in spremljati njegov razvoj, predvsem v času njegovega oblikovanja. Svojo končno obliko naj bi dobil predvidoma do marca 2017. Še posebej bi bilo potrebno pregledati njegove osnovne usmeritve, torej 17 izhodiščnih točk novega zakona, ki jih je pripravila Uredniška komisija novega zakona o komunikacijah, in jih primerjati z usmeritvami prejšnjega zakona. Pogledati bi bilo treba, kako se pri pripravi novega zakona lotevajo predvsem tistih tem, ki so v petih letih obstoja Zakona o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah povzročile spore med vlado in mediji, ter kako se bodo izognili podobnim sporom v prihodnosti. Tu bi bil smiseln predvsem pregled neodvisnosti novonastalih institucij v medijskem prostoru ter kdo bo nastavljal njihove člane in predsednike upravnih odborov, vključitev opredelitve in zamejitve podeljevanja državnega oglaševanja, način podelitve licenc in njihovo maksimalno število na medij. Raziskava bi lahko analizirala tudi stopnjo dejanske vključenosti vseh akterjev v pripravo zakona oz. v kakšni meri Uredniška komisija novega zakona o komunikacijah upošteva predloge, ideje, poglede in mišljenja vseh, ki jih zakon opredeljuje.

Gustav Flaubert je rekel, da resnica ne obstaja, obstaja le dojemanje. In v vsakem sporu je toliko dojemanj, kolikor je akterjev, tretja različica pa se zapiše v spomine opazovalcev. Sama upam, da se bo večina iz argentinske vojne proti medijem naučila, da so mediji pomembna institucija v vsaki državi in da nelegalno vplivanje nanje nikakor ni dopustno. Nujno je namreč ohraniti novinarstvo kolikor se da neodvisno in kritično, zato lahko lekcijo odnesejo tudi mediji, saj pristransko pisanje ne pelje do kakovostnega poročanja in še manj do spoštovanja novinarske profesije.

9 Literatura

AFSCA. Dostopno prek: <http://afsca.gob.ar/> (6. januar 2016).

Alexander, Harriet. 2015. Argentina elections: Highs and lows of 12 years of the Kirchners. *The Telegraph*, 10. december. Dostopno prek: <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/southamerica/argentina/11947023/Argentina-elections-Highs-and-lows-of-12-years-of-the-Kirchners.html> (3. avgust 2016).

Alfie, Alejandro. 2015. AFSCA: cinco presidentes en seis años. *Clarín*, 23. december. Dostopno prek: http://www.clarin.com/politica/AFSCA-presidentes-anos_0_1490851196.html (28. maj 2016).

Andersen, Robin in Jonathan Gray. 2008. *Battleground: The Media Volume 1*. London: Greenwood Press.

Andreassi, Celina. 2016. Why We Should be Defending Argentina's Media Law. *The Argentina Independent*, 12. april. Dostopno prek: <http://www.argentinaindependent.com/currentaffairs/opinion/why-we-should-be-defending-argentinas-media-law/> (20. maj 2016).

Argentina Guía del Estado. Dostopno prek: <http://www.argentina.gob.ar> (22. oktober 2015).

Aruguete, Natalia in Esteban Zunino. 2013. Diario Clarín y sus fuentes de información. Un estudio de caso. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales* 46: 15–31.

Baldoni, Micaela. 2012. La disputa entre periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina contemporánea. *Quórum Académico* 9 (2): 213–245. Dostopno prek: <http://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/article/view/17597/17579> (8. januar 2016).

BBC. 2011. *Argentina's Cristina Fernandez celebrates landslide win*. Dostopno prek: <http://www.bbc.com/news/world-latin-america-15419941> (11. maj 2016).

BBC Mundo. 2015. *Argentina: el opositor Macri gana las elecciones presidenciales*. Dostopno prek: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/11/151122_argentina_elecciones_resultados_ab (20. maj 2016).

Becerra, Martín Alfredo in Guillermo Mastrini. 2010. Crisis. What Crisis? Argentine Media in View of the 2008 International Financial Crisis. *International Journal of Communication* 4: 611–629.

Bennet, W. Lance in William Serrin. 2007. The Watchdog Role of the Press. V *Media Power in Politics*, ur. Doris. A. Grabner, 326–336. Washington: CQ Press.

Cárdenas, Emilio J. 2012/2013. Argentina Restricts Freedom of the Press. *Journal of International Entertainment & Media Law* 4 (2): 149–248. Dostopno prek: http://www.swlaw.edu/pdfs/jimel/4_2_cardenas.pdf (10. maj 2016).

Carey, Malcom. 2009. *The Social Work Dissertation – Using Small-scale Qualitative Methodology*. New York: Open University Press.

Carpentier, Nico. 2007. Coping with the Agrophobic Media Professional: a Typology of Journalistic Practise Reinforcing Democracy and participation. V *Reclaiming the Media Communication Rights and Democratic Media Role*, ur. Bart Cammaerts in Nico Carpentier, 157–175. Birstol: Intellect Books.

Casa Rosada. 2015. *Biografía*. Dostopno prek: <http://www.casarosada.gob.ar/la-presidenta/biografia> (22. oktober 2015).

Casa Rosada - República Argentina. 2012. *7D. Aviso sobre la plena vigencia de la Ley de Medios (LSCA) a partir del 7 de diciembre*, 22. december. Dostopno prek: <https://www.youtube.com/watch?v=JfS942SJSx0> (9. maj 2016).

Chequado. 2010. *Claves para entender el caso Papel Prensa*. Dostopno prek: <http://chequado.com/el-explicador/claves-para-entender-el-caso-papel-prensa/> (14. januar 2016).

Clarín. 2008. *Cristina avaló un informe con críticas para el periodismo*. Dostopno prek: <http://edant.clarin.com/diario/2008/04/05/elpais/p-1644092.htm> (8. januar 2016).

--- 2015. *El Fútbol para Todos tuvo su primera transmisión sin publicidad oficial*. Dostopno prek: http://www.ieco.clarin.com/economia/Futbol-primera-transmision-publicidad-oficial_0_1486651527.html (8. januar 2016).

--- 2016a. *Sobresayeron a Ernestina Herrera de Noble en la causa por apropiación de niños*. Dostopno prek: http://www.clarin.com/politica/Sobresayeron-Ernestina-Herrera-Noble-apropiacion_0_1498050518.html (24. april 2016).

--- 2016b. *¿Ironía oficial? Eliminan la obligación del inicio y fin de avisos publicitarios con el decreto 678*. Dostopno prek: http://www.clarin.com/politica/Dan-comienzo-publicitario-TV-decreto_0_1577842249.html (20. maj 2016).

Conadu (Federación Nacional de Docentes Universitarios). 2008. *Resolución del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, ante la actuación de los medios durante el lock out patronal del campo*. Dostopno prek: <http://conadu.org.ar/resolucion-del-consejo-directivo-de-la-facultad-de-ciencias-sociales-de-la-uba-ante-la-actuacion-de-los-medios-durante-el-lock-out-patronal-del-campo/> (8. januar 2016).

Crettaz, José. 2015. *El Gobierno reformula la Afscya y modifica la ley de medios*. *La Nación*, 20. december. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1855857-el-gobierno-reformula-la-afscya-y-modifica-la-ley-de-medios> (20. maj 2016).

--- 2016. *El gobierno removió por decreto a un director de Canal 7 que no aceptó renunciar*. *La Nación*, 6. januar. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1859913-el-gobierno-removio-por-decreto-a-un-director-de-canal-7-que-no-acepto-renunciar> (21. maj 2016).

Cronista. 2014. *Fútbol para Todos: sale Iveco, entra New Holland*. Dostopno prek: <http://www.cronista.com/negocios/-Futbol-para-Todos-sale-Iveco-entra-New-Holland-20140324-0002.html> (9. januar 2016).

Dictionary of media studies. 2006. London: A&C Black.

El Mercurio. 2011. *Cristina Fernández y Hugo Moyano, una historia de amor-odio que empeora cada día*. Dostopno prek: <http://mercurio.vlex.cl/vid/cristina-fernandez-hugo-moyano-amor-odio-278940103> (8. januar 2016).

Enacom. Dostopno prek: <http://www.enacom.gob.ar/> (6. avgust 2016).

Espósito, Néstor. 2013. Gils Carbó dictaminó que la Ley de Medios es constitucional. *Tiempo Argentino*, 13. julij. Dostopno prek: <http://tiempo.infonews.com/nota/46009/gils-carbo-dictamino-que-la-ley-de-medios-es-constitucional> (6. januar 2016).

Expoargo. Dostopno prek: <http://www.expoagro.com.ar/english/> (16. maj 2016).

Frente para la Victoria. Dostopno prek: <https://frenteparalavictoriaarg.wordpress.com/2012/10/10/origen-del-fpv/> (3. maj 2016).

Fundación Vida Silvestre Argentina. 2011. *Los fondos para la protección de los bosques en 2012 serán siete veces menos que lo que exige la ley*. Dostopno prek: http://www.vidasilvestre.org.ar/sala_redaccion/?4621 (9. januar 2016).

Garrone, José A. 2005. *Diccionario Jurídico*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot.

Garton, Gabriela. 2012. 7D: The End of Clarín as We Know It? *Council on Hemispheric Affairs*, 13. november. Dostopno prek: <http://www.coha.org/7d-the-end-of-clarin-as-we-know-it/> (9. maj 2016).

Gonzáles, Casar Alejandro. 2015. Detectan anomalías y desvíos de fondos en Fútbol para Todos. *La Nación Canchallena*, 15. april. Dostopno prek: <http://canchallena.lanacion.com.ar/1784613-detectan-anomalias-y-desvios-de-fondos-en-futbol-para-todos> (9. januar 2016).

Greenslade, Roy. 2012. Global editors group raises alarm over Argentina press freedom threat. *The Guardian*, 10. oktober. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/media/greenslade/>

2012/oct/10/press-freedom-argentina (22. oktober 2015).

Griffen, Scott. 2012. IPI condemns Argentine government's attacks on Grupo Clarín. *International Press Institute*, 27. september. Dostopno prek: <http://www.freemedia.at/home/singleview/article/ipi-condemns-argentine-governments-attacks-on-grupo-clarin.html> (22. oktober 2015).

Grupo Clarín. Dostopno prek: <http://www.grupoclarin.com/> (24. oktober 2015).

Herman, Edward S. in Noam Chomsky. 1988. *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.

Impripost. 2015. *Servicios*. Dostopno prek: http://www.impripost.com.ar/impripost_servicios.php#guarda (24. oktober 2015).

Johnson, E. Diane. 2014. The mass media's dual role: 'watchdog' and guardian of their own interests. *Journal of Public Affairs* 14 (3): 369–378.

Jones P., Mark. 2015. Cristina Fernández de Kirchner. *Encyclopedia Britannica*. Dostopno prek: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1100708/Cristina-Fernandez-de-Kirchner> (30. maj 2015).

JP (Sitio oficial de la Secretaría de Juventud del Partido Justicialista). Dostopno prek: <http://www.jp.org.ar/> (8. januar 2016).

Kitzberger, Philip. 2012. The Media Politics of Latin America's Leftist Governments. *Journal of Politics in Latin America* 3: 123–139.

La Nación. 2008. *Cronología: la protesta agraria en nuestra historia*. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1055679-cronologia-la-protesta-agraria-en-nuestra-historia> (7. januar 2016).

--- 2010. *El recuerdo de la caricatura de Sábat y el "mensaje cuasi mafioso"*. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1229870-el-recuerdo-de-la-caricatura-de-sabat-y-el-mensaje-cuasi-mafioso> (22. oktober 2015).

--- 2013. *El Grupo Clarín presentó su plan de adecuación voluntaria a la ley de medios*. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1635283-el-grupo-clarin-presento-su-plan-de-adequacion-voluntaria-a-la-ley-de-medios> (18. maj 2016).

La Nación Canchallena. 2009. *La sociedad AFA y Estado: "El fútbol es un negocio extraordinario"*. Dostopno prek: <http://canchallena.lanacion.com.ar/1164650-la-sociedad-afa-y-estado-el-futbol-es-un-negocio-extraordinario> (9. januar 2016).

Leighley, E. Jan. 2004. *Mass Media and Politics A Social Science Perspective*. Boston: Houghton Mifflin Company.

Louw, Eric. 2005. *The Media and Political Process*. London: Sage Publications.

Lupu, Noam. 2010. The 2009 legislative elections in Argentina. *Electoral Studies* 29: 174–177. Dostopno prek: <http://www.noamlupu.com/argentina2009.pdf> (3. maj 2016).

Macrory, Robbie. 2013. Dilemmas of Democratisation: Media Regulation and Reform in Argentina. *Bulletin of Latin American Research* 32 (2): 178–193. Dostopno prek: <http://onlinelibrary.wiley.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/doi/10.1111/j.1470-9856.2012.00770.x/pdf> (24. februar 2016).

Marder, Murrey. 2001. Press Failure to Watchdog Can Have Devastating Consequences. *Nieman Reports* 55 (2): 65.

Mauersberger, Christof. 2012. To be prepared when the time has come: Argentina's new media regulation and the social movement for democratizing broadcasting. *Media, Culture & Society* 34 (5): 588–605.

Mercopress. 2010. *Argentina shuts down Internet service provided by the Clarin media group*. Dostopno prek: <http://en.mercopress.com/2010/08/20/argentina-shuts-down-internet-service-provided-by-the-clarin-media-group> (22. januar 2016).

Miroff, Nick. 2015. 'Kirchnerismo' politics set to outlast Argentina's outgoing president. *The Guardian*, 21. julij. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2015/jul/21/cristina-fernandez-kirchnerismo-argentina-election> (8. januar 2016).

Morgan, Helen. 2010. Charges Filed Against Those Involved With Papel Prensa Sale. *The Argentina Independent*, 22. september. Dostopno prek: <http://www.argentinaindependent.com/currentaffairs/charges-filed-against-those-involved-with-papel-prensa-sale/> (20. januar 2016).

New World Encyclopedia. 2015. *Cristina Fernández de Kirchner*. Dostopno prek: http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Cristina_Fern%C3%A1ndez_de_Kirchner (22. oktober 2015).

Novaro, Marcos in Marcelo Birmajer. 2015. *Grandes y pequeñas mentiras que nos contaron*. Buenos Aires: Planeta.

Paka paka. 2015. *Institucional*. Dostopno prek: <http://www.pakapaka.gob.ar/institucional/> (22. oktober 2015).

Página12. 2012. *Stop para De las Carreras*. Dostopno prek: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-207219-2012-11-06.html> (6. januar 2016).

Partido Justicialista. 2015. *Historia del PJ*. Dostopno prek: http://pjtucuman.org/?page_id=115 (20. oktober 2015).

Pearson, Mark. 2013. Press Freedom, Social Media an the Citizen. *Pacific Journalism Review* 19 (2): 215–227.

Perfil. 2016. *Diputados ratificó el DNU que disuelve AFSCA y modifica la Ley de Medios*. Dostopno prek: <http://www.perfil.com/politica/Diputados-ratifico-el-DNU-que-disuelve-AFSCA-y-modifica-la-Ley-de-Medios-20160406-0057.html> (20. maj 2016).

Pinto, Juliet G. 2009. Diffusing and Translating Watchdog Journalism, Organizational Response of Argentine Media. *Media History* 15 (1): 1–16.

Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec. 2011. *Uvod v novinarstvo: učbenik za študente prvega letnika študijskega programa novinarstvo na FDV*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Radiodifusión Argentina al Exterior. Dostopno prek: www.rae.com.ar (22. oktober 2015).

Ragin, C. Charles. 2007. *Družboslovno raziskovanje - enotnost in raznolikost metode*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Raszewski, Eliana. 2010. Argentina to Close Clarin's Fibertel Internet Service. *Bloomberg Business*, 19. avgust. Dostopno prek: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2010-08-19/argentina-orders-grupo-clarin-s-fibertel-unit-to-shut-down-within-90-days> (22. januar 2016).

Rebossio, Alejandro. 2014. Menos dinero, más talento. *El País*, 28. oktober. Dostopno prek: http://deportes.elpais.com/deportes/2014/10/27/actualidad/1414443744_882231.html (9. januar 2016).

Redusers. 2011. *A casi un año del quite de licencia, Fibertel sigue operando*. Dostopno prek: <http://www.redusers.com/noticias/casi-un-ano-del-quite-de-licencia-y-sin-embargo-fibertel-todavia-sigue-operando/> (22. januar 2016).

Repoll, Jerónimo. 2010. Política y Medios de Comunicación en Argentina. Kirchner, Clarín y la Ley. *Andamios. Revista de Investigación Social* 7 (14): 35–67. Dostopno prek: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62819897003> (2. februar 2016).

Reportes Without Borders. 2015. *Details about Argentina*. Dostopno prek: <https://index.rsf.org/#!/index-details/ARG> (22. oktober 2015).

Riaz, Saquib. 2011. Role of News Media in a Democratic Society. *Journal of Social Sciences* 4 (2): 89–98.

Riera, Ariel. 2015. #QuéFueDe La adecuación del Grupo Clarín a la ley de medios audiovisuales. *Chequeado*, 7. september. Dostopno prek: <http://chequeado.com/el-explicador/quefuede-la-adequacion-del-grupo-clarin-a-la-ley-de-medios-audiovisuales/> (20. maj 2015).

Rivera, Alberto J. in Sebastian Kapman. 2012. Argentina: Adjustment To The Regulations Of the Media Law. *Mondaq*, 20. junij. Dostopno prek: <http://www.mondaq.com/x/182410/Media+Entertainment+Law/Adjustment+to+the+Regulations+of+the+Media+Law> (6. januar 2015).

Sebriano, Vladimir. 2014. La Cámpora, los jóvenes de la presidenta Kirchner. *Sputnik Mundo*, 12. november. Dostopno prek: <http://mundo.sputniknews.com/opinion/20141112/163002724.html> (8. januar 2016).

Smidt, D. Corwin. 2012. Not All News is the Same. *Public Opinion Quarterly* 76 (1): 72–94.

Smink, Veronica. 2015. Gobierno argentino modifica polémica Ley de Medios del kirchnerismo. *BBC Mundo*, 30. december. Dostopno prek: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/12/151230_argentina_ley_medios_macri_vs (20. maj 2016).

STA. 2015. *S prisego Macrija začetek novega obdobja v Argentini*. Dostopno prek: <https://www.sta.si/2209083/s-prisego-macrija-zacetek-novega-obdobja-v-argentini> (21. april 2016).

Strömbäck, Jesper. 2011. Mediatization and Perceptions of the Media's Political Influence. *Journalism Studies* 12 (4): 423–439.

Tarcus, Horacio. 2015. Nisman es todos, Nisman no era nadie. *Revista Anfibia*, 16. marzec. Dostopno prek: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/nisman-es-todos-porque-nisman-era-nadie/> (8. januar 2016).

Telam. 2014. *A cinco años de su sanción, una cronología del largo recorrido que atravesó la ley de medios*. Dostopno prek: <http://www.telam.com.ar/notas/201410/81081-ley-de-medios-aniversario-cronologia.html> (6. januar 2016).

The Economist. 2014. *The CFK Psychodrama*. Dostopno prek: <http://www.economist.com/news/americas/21600680-argentinas-president-weakened-and-isolated-still-powerful-cfk-psychodrama> (22. oktober 2015).

The Guardian. 2008. *Farmers meet president as strike grips Argentina*. Dostopno prek: <http://www.theguardian.com/world/2008/mar/31/argentina> (6. januar 2016).

Ustava Republike Argentine. 1994. Dostopno prek: <http://www.senado.gov.ar/deInteres> (30. maj 2015).

Varas, Norman. 2009. Los Kirchner usan al fútbol para vengarse del Grupo Clarín. *The Clinic*, 12. avgust. Dostopno prek: <http://www.theclinic.cl/2009/08/12/los-kirchner-usan-al-futbol-para-vengarse-del-grupo-clarin/> (9. januar 2016).

Vázquez, Bernardo. 2015. El Gobierno gastó \$ 9000 millones en fútbol para todos en seis años. *Cronista*, 16. november. Dostopno prek: <http://www.cronista.com/economiapolitica/El-Gobierno-gasto--9000-millones-en-futbol-para-todos-en-seis-anos-20151116-0043.html> (9. januar 2016).

Ventura, Adrián. 2009. Suspendió un juez la aplicación de la ley de medios. *La Nación*, 17. december. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1212619-suspendio-un-juez-la-aplicacion-de-la-ley-de-medios> (6. januar 2015).

--- 2013. Triunfo del Gobierno: la Corte Suprema declaró constitucional la ley de medios. *La Nación*, 30. oktober. Dostopno prek: <http://www.lanacion.com.ar/1633863-triunfo-del-gobierno-la-corte-suprema-declaro-constitucional-la-ley-de-medios> (6. januar 2016).

Vromen, Ariadne. 2010. Debating Methods: Rediscovering Qualitative Approaches. V *Theory and Methods in Political Science*, ur. David Marsh in Gerry Stoker, 249–266. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Waisbord, Silvio. 2000. *Watchdog journalism in South America: news, accountability, and democracy*. New York: Columbia University Press.

--- 2012. Democracy, journalism, and Latin American populism. *Journalism* 14 (4): 504–521. Dostopno prek: <http://jou.sagepub.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/content/14/4/504.full.pdf+html> (8. januar 2016).

WAN-IFRA. 2011. *WAN-IFRA Condemns Argentine Newsprint Law*. Dostopno prek: <http://www.wan-ifra.org/press-releases/2011/12/23/wan-ifra-condemns-argentine-newsprint-law> (14. januar 2016).

Zakon 26.736. 2011. Dostopno prek: <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/190000-194999/192131/norma.htm> (14. januar 2016).

Zakon o avdiovizualnih komunikacijskih storitvah. 2009. Dostopno prek: <http://afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/> (25. oktober 2015).