

ISSN 1668-5431
La Plata, Buenos Aires, Argentina

Oficios **Terrestres**



Facultad de Periodismo y Comunicación Social
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

AUTORIDADES

Decana
Floencia Saintout

Vicedecana
Patricia Viale

Secretario Académico
Carlos Ciappina

Secretaria de Investigaciones Científicas y Posgrado
Paula Morabes

Secretaria de Extensión
Paula González

Secretario de Producción y Servicios
Cristian Scarpetta

Secretario de Integración con las Organizaciones de la Comunidad
Germán Rétola

Secretaria de Comunicación y Prensa
Paula Pedelaborde

Secretario de Derechos Humanos
Jorge Jaunarena

Secretario de Asuntos Administrativos
Alejandro Tumminello

Oficios Terrestres es una publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP)
Av. 44 n° 676 (1900)
Tel/Fax: 54-221-4236783 / 4236784
Diag. 113 esq. 63
Tel.: 4223770 / 4823950
www.perio.unlp.edu.ar
La Plata, Provincia de Buenos Aires, República Argentina.

E-mail: oficiost@perio.unlp.edu.ar
Precio de tapa \$40

Registro Nacional de Propiedad Intelectual
N° 578.885
Propietario: Facultad de Periodismo y Comunicación Social - UNLP

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio sea este eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin el permiso previo del editor.

Staff

CONSEJO ACADÉMICO

Pablo Alabarces (UBA – Conicet) Argentina
Alfredo Alfonso (UNLP – UNQ) Argentina
Alicia Argumedo (UBA – Conicet) Argentina
Jorge Luis Bernetti (UNLP – UBA) Argentina
Cecilia Ceraso (UNLP) Argentina
Carlos Ciappina (UNLP) Argentina
Carlos del Valle Rojas (UFRO) Chile
Silvia Delfino (UBA – UNER) Argentina
Esther Díaz (UNLa) Argentina
Nancy Díaz Larrañaga (UNLP – UNQ) Argentina
Silvia Elizalde (UBA – Conicet) Argentina
Norberto Fernández Lamarra (UNTREF) Argentina
Christian Ferrer (UBA) Argentina
Raúl Fuentes Navarro (UDG – ITESO) México
Octavio Getino (consultor privado FLACSO – UNTREF) Argentina
Carlos Giordano (UNLP) Argentina
Horacio González (UBA – UNR) Argentina
Leonardo González (UNLP) Argentina
Alejandro Grimson (UNSAM – Conicet) Argentina
Cecilia Hidalgo (UBA) Argentina
Jorge Huergo (UNLP) Argentina
Aníbal Jozami (UNTREF) Argentina
Alejandro Kauffman (UNMDP – UNLP – UBA) Argentina
Mónica Lacarrieu (UBA – Conicet) Argentina
Damián Loreti (UBA) Argentina
Miguel Mendoza Padilla (UNLP) Argentina
Carlos Milito (UNLP) Argentina
Guillermo Orozco Gómez (UDG) México
Vanina Papalini (UNC – Conicet) Argentina
Adriana Puiggrós (UBA) Argentina
María Teresa Quiroz (ULIMA) Perú
Rossana Reguillo Cruz (UDG – ITESO) México

Héctor Schmucler (UNC) Argentina
Rita Segato (UnB) Brasil
Pablo Semán (UNSAM – Conicet) Argentina
Oscar Steimberg (UBA) Argentina
Maristella Svampa (UNLP – Conicet) Argentina
Washington Uranga (UNLP – UBA) Argentina
Carlos Vallina (UNLP) Argentina

CONSEJO EDITORIAL

Directora Académica

Florencia Saintout

Editoras Científicas

Sabina Crivelli

Valeria Zallocco

Producción Gráfica y Corrección

Adela Ruiz

Pablo Marco

Alicia Martínez

Arte y Diseño

Paula Romero

Víctor Viale

Oficios Virtual

<http://perio.unlp.edu.ar/oficiosterrestres>

Oficios Terrestres

Revista de Ciencias Sociales desde la Comunicación y la Cultura

ISSN 1668-5431

Número 25. Septiembre de 2010. Publicación semestral

Sumario

Estado, política y medios

2010 • Año XVI • N° 25

Editorial P/7

Informe especial P/9

- P/11 *El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina*
Santiago Marino, Guillermo Mastrini y Martín Becerra
- P/25 *La prensa hegemónica frente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Del ocultamiento ideológico a la parcialidad explícita. El caso del Grupo UNO*
Ernesto Espeche
- P/37 *Televisión y política: espacio público, puestas en escena y regímenes de visibilidad*
Gastón Cingolani y Mariano Fernández
- P/51 *La lucha por la hegemonía del proyecto político y el control del espacio público*
Omar Rincón y Lucía Magrini

Enfoques P/71

- P/73 *Las verdades elegidas: historia y actualidad de los dos noticieros más vistos de Argentina*
Leonardo Murolo
- P/83 *Una voz contra los monopolios. CGT. El periódico de la CGT de los Argentinos*
Juan Alberto Bozza
- P/95 *Lo invisible en la construcción del espacio público mediático. Una primera aproximación*
Carlos Alberto García Da Rosa
- P/107 *Miedo y sensación térmica. Hacia un análisis de los protagonistas de lo inseguro*
Mercedes Calzado
- P/117 *Imágenes de la violencia. Un acercamiento a algunas imágenes recurrentes en el cine documental pos dictadura*
Paola Margulis
- P/129 *La función de las prácticas discursivas de consumo en la hegemonización del menemismo*
Hernán Fair

Perspectivas P/145

- P/147 *Arte y técnica. Reflexiones acerca de la literatura y los nuevos medios en Argentina*
Diego Vigna
- P/163 *El usuario en la era de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC)*
María Chehín

Ensayos P/175

- P/177 *Del happening televisivo al candidato-red*
Armando Silva

Entrevistas P/187

- P/188 Tristán Bauer
- P/194 Vanina Papalini

Avances de investigación P/199

- P/201 *Cultura rock: sujetos "codeando" su lugar*
Leila Vicentini
- P/213 *Memorias de la construcción de género de una comunicadora*
Florencia Cremona

Lecturas P/219

Editorial

Una vez más, la convocatoria de esta publicación es un desafío para la comunidad académica interesada por la reflexión y la investigación en problemas de comunicación. En esta oportunidad invitamos a pensar la compleja y conflictiva relación entre el Estado, la política y los medios de comunicación en Latinoamérica. Desde diferentes abordajes y perspectivas, los trabajos reunidos en el número 25 de *Oficios Terrestres* responden al reto propuesto y nos introducen en una zona de investigación que consideramos central dentro del campo de la comunicación y la cultura, y que presenta aún más preguntas que certidumbres.

En "Informe especial", Santiago Marino, Guillermo Mastrini y Martín Becerra se adentran en el proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Los especialistas plantean el cambio de rumbo que implica la nueva norma, que posiciona al Estado como garante de derechos sociales a la comunicación, y profundizan en la campaña de desprestigio de la que fue objeto por parte de los principales grupos mediáticos a los que afecta. A continuación, el artículo de Ernesto Espeche analiza el tratamiento informativo del debate en torno a la LSCA que realizó el diario *Uno* de Mendoza, medio gráfico que integra uno de los grupos económicos alcanzados por la nueva legislación: el Grupo UNO, propiedad de la sociedad de los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano.

Se suma a estas reflexiones el trabajo de Gastón Cingolani y Mariano Fernández, quienes en sus indagaciones sobre los vínculos entre política y televisión plantean que la acción política inscripta en espacios

públicos en un contexto democrático siempre construye un régimen de visibilidad. Los autores señalan que el espectáculo resulta la forma de la puesta en escena de la política sobre el espacio público, toda vez que no sólo instituye un adversario sino que funda, por la fuerza misma de su aparición, un espectador. La sección se cierra con el artículo de Omar Rincón y Lucía Magrini que presentan un ensayo donde se problematizan las democracias latinoamericanas desde las perspectivas de los populismos y los poderes de los medios de comunicación. A partir de la descripción de la situación democrático-mediática de la región, los autores abordan el papel de los medios como actores que luchan por el control del espacio público para beneficio de un proyecto político específico.

En "Enfoques" se presentan seis artículos que, con un anclaje en trabajos empíricos, recorren desde diferentes campos de estudio la propuesta de *Oficios Terrestres* para este número. Leonardo Murolo se centra en la historia y la actualidad del noticiero en la Argentina, a partir de lo que postula son los exponentes del género más vistos en nuestro país, *Telefé noticias* y *Telenoche*. Juan Alberto Bozza, desde una mirada histórica, profundiza en las experiencias de investigación, contrainformación y crítica anticapitalista emprendidas por lo que enuncia como una experiencia periodística contra los monopolios: *CGT*, el periódico de la CGT de los Argentinos. Carlos García Da Rosa se pregunta por lo invisible en la construcción del espacio público mediático, analizando los procesos de negociación que se establecen para fijar los criterios con los que se determina la noticiabilidad del acontecimiento y los efectos que esto produce en

el establecimiento de agenda. Mercedes Calzado busca desentrañar los mecanismos de construcción de las nociones de *delincuencia*, *víctimas* y *ciudadanos*, a fin de pensar los cambios de paradigma periodístico respecto de los relatos sobre el crimen. Paola Margulis se centra en las imágenes de la violencia que se presentan como recurrentes en el cine documental pos dictadura, con el objeto de problematizar el modo en que los materiales de archivo operan en la construcción de nuestro imaginario sobre el pasado reciente. Por último, Hernán Fair trabaja sobre la función de las prácticas discursivas de consumo en la hegemonización del menemismo y en la manera en que el discurso presidencial logró excluir los significantes *pobreza*, *involución*, *atraso* y *estancamiento*, e incorporar los de *progreso*, *modernización* y *crecimiento*.

La sección "Perspectivas" incluye el trabajo de Diego Vigna, donde el autor analiza la relación que se establece entre las prácticas literarias tradicionales y la reproducción técnica que tiene lugar a partir de los nuevos medios de comunicación, particularmente en el caso de los *blogs*; y el trabajo de María Chehín, que aborda la emergencia de la categoría de usuario y el papel que éste desempeña como productor y no sólo como consumidor, a partir del cambio de paradigma que se produce con el avance de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC).

En el apartado "Ensayos" se presenta un artículo donde el investigador Armando Silva, tras repasar la carrera del ex candidato a presidente de Colombia, Antanas Mockus y el proceso por el cual se fue dando en los medios de comunicación la transformación de un docente en figura política, se detiene en la manera diferenciada en que la televisión construye la identidad presidente-pantalla, frente a la relación candidato-red que generan las nuevas redes sociales.

En vinculación al tema de este número, la sección "Entrevistas" incluye una nota en la que el director de cine Tristán Bauer, actual presidente del Directorio de

Radio y Televisión Argentina (RTA), reflexiona sobre el rol de la televisión pública en el marco de la reconfiguración que experimenta el escenario mediático actual. Cierra este espacio una entrevista realizada a Vanina Papalini donde la investigadora analiza los diferentes usos de Internet en las sociedades contemporáneas.

En "Avances de investigación" se adelantan los desarrollos de dos tesis doctorales actualmente en elaboración. El trabajo de Leila Vicentini repasa los aspectos más importantes de su investigación en torno de las subjetividades juveniles y los consumos musicales en la Argentina poscromañon; el de Florencia Cremona da cuenta de las experiencias e interrogantes que dispararon su indagación sobre el lugar del género en relación con los modelos de gestión de la comunicación para el cambio social en América Latina.

Con este número, *Oficios Terrestres* busca, una vez más, llegar a la comunidad académica a partir de discusiones actuales dentro del campo de la comunicación y la cultura, sin perder de vista el anclaje en los aspectos históricos y políticos que interpelan a los investigadores latinoamericanos.

Informe especial

El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina

**Santiago Marino, Guillermo
Mastrini y Martín Becerra**

Santiago Marino es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Guillermo Mastrini es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y docente de posgrado de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Martín Becerra es profesor de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ), de la Universidad de Buenos Aires (UBA), docente del Doctorado de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) e investigador del CONICET.

Resumen

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 supuso un cambio de rumbo: posicionó al Estado como garante de derechos sociales a la comunicación. Este cambio de rumbo fue objeto de una campaña de desprestigio tan inusual que reveló la convulsión de los principales grupos a los que la ley sorprendió sin estrategia. La suspensión y el levantamiento de la norma por parte de la Corte Suprema de Justicia ponen de relieve la importancia que la ley tiene en relación a un sistema de medios estructurado sobre la base de la concentración de la propiedad, la centralización de la producción y la ausencia de medios públicos no-gubernamentales. La aplicación de la nueva norma promete afectar y transformar estos tres aspectos, en un contexto de convergencia digital que el artículo también analiza.

Palabras clave: medios de comunicación – regulación – Estado

Keywords: media – regulation – state

Abstract

The new Law on Audiovisual Communication Services 26522 has a change the State's role as guarantor of social rights to communication. This question was the subject of a aggressive campaign for the main media groups to which the law caught without a strategy. The suspension and the re-position of the Law by the Supreme Court highlighted the importance of the question: the relationship between the Law and the media system, based on ownership concentration, centralization of production and the absence of public and non-governmental media. The implementation of the new Law promises to affect and transform these three aspects in the context of digital convergence that the article also discusses.

Recibido: 31-5-2010 / Aceptado: 27-7-2010

Durante los últimos tres años en la Argentina se ha intensificado un debate tan necesario como ausente hasta entonces para la democracia de las comunicaciones: la regulación de los medios de comunicación, materializada en la discusión sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Al momento de pensar en este tipo de temas es necesario incorporar elementos a la discusión de modo ordenado, amplio y concreto, con el objeto de dar cuenta de los procesos sociales, políticos y económicos que encuadran la situación y aportar, luego, lineamientos a un debate que debe ser complejo, exigente y consciente de los derechos humanos que están en juego. El camino que recorrió la norma luego de su sanción, la siguiente suspensión por una medida cautelar en la justicia mendocina (entre otras) y la decisión de la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN) de resolver dicha situación mediante el reciente fallo con el que revocó la medida cautelar que suspendía su vigencia es aleccionador en relación con el reconocimiento de la comunicación como un derecho.

En octubre de 2009 el Congreso de la Nación sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 que reemplazó al decreto-ley 22285/80 de la última dictadura militar.¹ Durante los meses que siguieron a la aprobación, el debate implicó el inicio de la reglamentación de la nueva norma, como así también la discusión entre los actores involucrados para la integración de los distintos órganos agentes de la gestión y el control creados para tal fin. Esto implicó, además, controversias por la ausencia de implementación de mecanismos consultivos o participativos en la elección de algunos de los representantes ante los mencionados órganos, como el particular caso de los universitarios. Claro que la discusión cambió el foco desde que su aplicación fuera suspendida por una serie de medidas focalizadas y particulares, entre las que destaca el fallo de la jueza de Mendoza Olga Pura de Arrabal, cuyo dictamen fue ratificado por la Cáma-

ra de Apelaciones en segunda instancia de dicha provincia. El dictamen colocó a la regulación sobre la comunicación y la cultura nacional en un limbo jurídico, dado que no se puede aplicar la nueva ley y el gobierno se resiste a utilizar la anterior de la dictadura. La suspensión de la aplicación tuvo eco en juzgados de primera instancia de otras provincias, y por lo tanto se convierte en otro elemento central de esta discusión.

Por varias razones, el fallo mendocino se constituyó en un elemento clave de este proceso y de esta discusión: por los efectos institucionales de la medida, por las precariedades del fallo en términos legales, por la discutible legitimidad de una medida cautelar que suspende la aplicación de una norma sólo a partir de elementos del proceso de sanción y sin comentar ni una línea del texto normativo, por las denuncias sobre la actuación de los camaristas, por la apelación del gobierno nacional y la llegada de la situación a la CSJN y por la propia decisión del máximo tribunal, que en su fallo del 15 de junio de 2010 declaró por unanimidad la incompetencia de cualquier juez y de cualquier tribunal para suspender una norma de aplicación nacional mediante una medida cautelar.

Como se analiza más adelante, la LSCA tiene elementos muy destacables en materia de regulación democrática de la comunicación. El principal, e inédito en el mundo, es la reserva del 33% de todo el espacio radioeléctrico a organizaciones sin fines de lucro. Basada en una doctrina de derechos humanos, la ley procura generar autoridades de aplicación más pluralistas y transparentes, a la vez que presenta una política que limita la concentración en la propiedad. En este punto, y aunque escapa a los alcances del presente artículo, consideramos importante señalar que la discusión sobre la regulación democrática de los medios de comunicación constituye un fenómeno que excede la dimensión nacional y se enmarca en un saludable proceso latinoamericano. Por primera vez en la historia, la ciudadanía más activa en organiza-

1 Existe jurisprudencia en Argentina que señala que los decretos sancionados durante gobiernos militares mantienen carácter de ley al retorno de la democracia. Esto fue justificado hace muchos años por la Corte Suprema en aras de la continuidad jurídica. Por este motivo, para reemplazar el decreto-ley sancionado por los militares no bastaba con un decreto presidencial sino que era preciso una ley del parlamento.

ciones de la sociedad civil ha encarado procesos de debate y acción en torno a las políticas públicas de comunicación, superando los acuerdos “no escritos” entre gobiernos y dueños de medios.

Convencidos de la necesidad de regular la comunicación, u orientados a incrementar su control sobre el sistema mediático, algunos gobiernos han asumido la iniciativa. Más allá de sus intenciones, tanto la ley de radiodifusión comunitaria en Uruguay, como las constituciones de Bolivia y Ecuador y la Conferencia Nacional de Comunicación en Brasil constituyen diversos ejemplos de la extensión y amplitud de enfoques del debate. En todos los casos, las respuestas de los empresarios de medios han sido coherentes con la defensa del *status quo* y sus intereses, sosteniendo el dogma del mercado autorregulado y de los peligros de la injerencia estatal. Junto con representantes políticos de derecha, los empresarios de los principales grupos de medios organizaron su resistencia a la sanción de una norma democrática a partir de sostener dos principios: que la concentración en pocas manos no perjudica la libertad de expresión y que el único poder que restringe la libertad de expresión es el del Estado y el de su gestión contingente (el gobierno).

Al rechazar este dogma, Gustavo Arballo (2009) piensa a los medios como una plaza pública a la que todos tienen derecho a acceder (y no sólo quienes acreditan más capital económico):

Para que eso pase, el Estado tiene que intervenir, evitar que vayan cuatro tipos a poner un corralito y decir: la mitad de la plaza es mía para siempre; poner una mínima seguridad para que no haya mafia de punguistas; cuidar que no haya charcos de agua podrida y mosquitos con dengue; delimitar las zonas en las que se pueden poner vendedores ambulantes y las que no; sembrar el césped de los canteros (...).

La objeción de los principales grupos mediáticos a la metáfora de la plaza pública arguye que en

materia de medios las opciones son variadas y que, entonces, el juego de la oferta y la demanda resuelve “naturalmente” las preferencias. De allí que para desmontar este argumento sea preciso distinguir entre pluralidad y pluralismo: la pluralidad alude al número de medios; el pluralismo a su diversidad.

Más allá de estas consideraciones previas, en el presente artículo se procura describir los antecedentes legislativos y estructurales de la radiodifusión argentina, para luego abordar las principales características de la ley y de su proceso de judicialización. Finalmente, se señalan los desafíos de cara al futuro y se sostiene que la nueva ley constituye una base para un proceso de democratización de la comunicación. Para ello, será fundamental mantener el debate abierto y procurar la participación constante de la sociedad civil.

EL SISTEMA DE RADIODIFUSIÓN ARGENTINO

Ante la puesta en discusión de la radiodifusión como tema y de la transformación de su marco normativo la primera cuestión consiste en responder por qué resulta necesario sancionar una nueva ley de radiodifusión. Y las respuestas posibles (recortadas de una serie mucho más amplia, tal vez inacabada, quizá inacabable) establecen condiciones críticas sobre la estructura y la coyuntura. El marco normativo vigente hasta fines de 2009 tenía como elemento clave el decreto-ley 22285 sancionado en 1980 por el gobierno de facto que llevó adelante la dictadura más cruel de historia argentina, que reguló muchos aspectos de la sociedad y diseñó un sistema de medios centralista y privatista, con muchos sectores excluidos de sus derechos.

A partir de gestiones y acciones del Estado y de la presión del mercado –constituido en agente aglutinador de políticas de corte neoliberal, sobre todo a partir de 1989– durante los 25 años de régimen cons-

titucional se generaron condiciones aún menos democráticas en las condiciones de acceso y participación (sobre todo este último). En efecto, la aplicación de distintas medidas políticas que cambiaron la ley y empeoraron estos elementos centrales del derecho a la comunicación respondió a proyectos ideológicos y modelos de gestión estatal desde 1983 en adelante, pero sobre todo durante la larga década neoliberal (entre 1989 y 2001) y la posconvertibilidad (a partir de 2002 y hasta diciembre de 2007).

Durante la gestión de Carlos Menem, materializada en la re-regulación, la concentración y la extranjerización de la propiedad, además de la situación en la cual el regulado impuso sus condiciones al regulador, se destacó la Ley de Reforma del Estado de 1989, que además de generar el marco para la reducción del papel estatal transformó elementos del artículo 45 de la Ley de Radiodifusión (que regulaba quiénes podían ser licenciatarios de radio y TV), permitió la propiedad cruzada de medios y privatizó los canales 11 y 13 de Buenos Aires. Dicha ley fue acompañada por las siguientes medidas: el Decreto 1771 de 1991 (que permitió la gestión de redes privadas semi permanentes² y la emisión de publicidad dentro de los programas), el Tratado de Protección Recíproca de Inversiones firmado entre Argentina y EE.UU. en 1991 (que permitió el ingreso de capitales extranjeros y adquirió rango constitucional en la reforma de 1994) y el Decreto 1005 de 1999 (que elevó de 4 a 24 el máximo de licencias permitidas).

En la administración de Fernando De la Rúa la expresión del continuismo se sostuvo en un (nuevo) intento fallido de sancionar una ley de radiodifusión en democracia, sin aplicar cambios sobre el marco regulatorio más allá de impedir el control de los medios públicos por parte del Parlamento, al vetar la Ley de Radio y Televisión Argentina que establecía ese tipo de gestión y que fuera sancionada en noviembre de 1999. Luego del estallido de la crisis del modelo neo-

liberal, la gestión de Eduardo Duhalde mantuvo las condiciones que derivaron en beneficios a los privados, aunque la implementación en el marco regulatorio se materializó después de la entrega del mando a Néstor Kirchner, en mayo de 2003. De todos modos, es necesario destacar durante 2002 la sanción del Decreto 1214, que permitió el acceso a licencias de FM para los municipios y de TV abierta para las provincias, además de quitar el rol subsidiario del Estado en relación con los privados.

Durante el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) la estructura heredada se reforzó mediante un conjunto de medidas. La norma que “abrió” el proceso –apenas tres semanas después de su asunción– fue la Ley de Protección de Industrias Culturales 25750, que excluyó a las empresas de medios de comunicación de la aplicación del sistema de *cramdown* (establecido en la Ley de Quiebras, implica que los acreedores pueden apropiarse de la empresa deudora hasta cubrir el monto adeudado) y fijó en 30% el límite de la participación de capital extranjero en este tipo de actividad económica. En mayo de 2005 se sancionó el Decreto 527, que estableció condiciones de licencias casi vitalicias (porque suspendió el plazo del conteo por 10 años, luego de haber otorgado en diciembre de 2004 las renovaciones reconocidas por la ley a los canales 11 y 13). Ciertamente es que ese mismo año la sanción de la Ley 26053 implicó una mejora en el acceso de algunos sectores excluidos de la posibilidad de acceder a licencias, permitiendo que organizaciones sin fines de lucro fueran licenciatarios (con la excepción de las cooperativas prestadoras de servicios públicos de carácter monopólico). Pero las ventajas para la concentración no sesgaron y en diciembre de 2007 el Dictamen 637 de la Secretaría de Defensa de la Competencia permitió la fusión de las empresas prestadoras de televisión por cable Multicanal y Cablevisión, que desde noviembre de 2006 son controladas por el mismo dueño: el Grupo Clarín.

2 Para evitar que se repitiera la experiencia del primer gobierno peronista (1945-1955), que llegó a controlar las tres cadenas de radio existentes en su época, los gobiernos militares siguientes prohibieron las cadenas y establecieron que la explotación de la radiodifusión se haría por área local de cobertura.

Las características de este marco normativo las hemos sintetizado en un trabajo anterior, en el que se describían los aspectos fundamentales del sistema de medios de la siguiente manera:

La dificultad de establecer un proceso regulatorio democrático, o incluso de alcanzar objetivos políticos vinculados con el interés público, no debe ocultar las características estructurales de la radiodifusión argentina (...) No puede obviarse la temprana dependencia y vinculación con el capital y la producción extranjera; el histórico centralismo del sistema en torno a Buenos Aires, tanto en la gestión como en la circulación de información y la producción de contenidos; la sistemática discriminación de los agentes no gubernamentales sin fines de lucro; la convalidación legal (generalmente a través de decretos presidenciales) de situaciones de hecho que vulneraban la ley; el no cumplimiento de la ley y su reglamento en determinados puntos (por ejemplo los que exigen la publicidad de las cuentas de los medios o la autorización del Ejecutivo para realizar traspasos de acciones); la conformación de organismos de regulación y control con carácter centralista, unitario y directamente dependiente del Ejecutivo Nacional; la privatización de la ganancia y la estatización de las deudas. En estos aspectos la continuidad de las directrices de política fueron absolutas, más allá de las características de los gobiernos de turno, lo cual denota un entramado social-institucional hegemónico que no ha podido ser resuelto en términos democráticos (Mastrini y otros, 2005).

Las limitaciones políticas señaladas han contribuido a configurar un escenario mediático altamente concentrado que puede definirse por las siguientes características:

- **el índice de concentración de los principales medios:** la alta concentración de los mercados de los medios de comunicación más masivos (televisión abierta y por cable, prensa escrita y radio), que exhibe en promedio un dominio del 78 por ciento en manos

de los primeros cuatro operadores de cada uno de esos mercados (Becerra y Mastrini, 2009);

- **el tipo de concentración conglomeral:** a diferencia de otros países de la región (como Chile e incluso México), los principales grupos de comunicación de la Argentina son conglomerales y están presentes en casi todos los sectores. El grupo Clarín, por ejemplo, cuenta con emisoras de televisión abierta, señales y empresas prestadoras de servicio de televisión de pago, estaciones de radio, diarios, portales noticiosos en Internet, fábrica de papel para diarios, entre otras actividades que controla de modo directo. La concentración conglomeral se combina, entonces, con el alto índice de control de los mercados por parte de los primeros operadores y potencia el protagonismo que ejercen pocos grupos comunicacionales expandidos en casi todos los medios de comunicación. Otros grupos con posiciones importantes son Telefónica de España, Grupo Uno –de los empresarios Vila y Manzano–, y Grupo Pierrí;

- **la centralización geográfica de la producción de contenidos:** una de las características del sistema de medios de comunicación en la Argentina es la hiper centralización geográfica de la producción de los contenidos, que en los medios audiovisuales se producen en la zona metropolitana de Buenos Aires y se reproducen en el resto de los medios del país.

Se puede apreciar que el panorama político y económico justificaba por demás la sanción de una nueva ley de radiodifusión acorde a las necesidades del conjunto de la sociedad. Sólo la capacidad de lobby de los grandes grupos empresarios permitió mantener durante tantos años una legislación tan restrictiva.

UNA LEY PARA LA DEMOCRACIA

Por primera vez desde la recuperación del régimen constitucional, en diciembre de 1983, se trató en una sesión plenaria del Congreso un proyecto de ley de medios. Esto constituye un hecho casi inédito

to, ya que habría que remontarse hasta 1953 para encontrar el único antecedente similar (en la historia argentina hubo cuatro leyes de radiodifusión pero sólo la de 1953 tuvo trámite parlamentario, las otras tres fueron decretadas por gobiernos militares). Cabe preguntarse, entonces, sobre las dificultades para abordar un tema que, a la hora de los discursos, todos califican de esencial. Es evidente que hay presiones, que la relación entre lo político y el sistema de medios es mucho más compleja de lo que se reconoce y que de no haberse clausurado esta discusión durante tanto tiempo hoy sería posible alcanzar mayores niveles de consenso. Esto permite entender por qué era baja la probabilidad de que un debate vital y ausente del espacio público durante décadas se produjera en un escenario deliberativo inmaculado, y por qué resultaba esperable que la discusión se diera en un contexto áspero, con discursos desde los grandes medios (especialmente del Grupo Clarín) oponiéndose de forma terminante al contenido de la nueva ley.

Para comprender la situación se torna preciso dar cuenta del marco, saber desde qué lugar partieron las discusiones y cuál fue el escenario. En este sentido, la coyuntura política que derivó de la representación de los principales multimedios nacionales (fundamentalmente los del Grupo Clarín, pero también el diario *La Nación* y las señales de noticias de Televisión por Cable) deriva del conflicto que estos mantienen con el gobierno desde principios de 2008. En aquel momento los grandes medios apoyaron el *lock out* agropecuario iniciado a partir de los cambios en la aplicación de retenciones móviles a las exportaciones de granos y oleaginosas. Este hecho marcó el inicio de una conflictiva relación del gobierno nacional con el Grupo Clarín y con otros grandes medios, situación que se agudizaría tras el envío al parlamento de un proyecto de nueva ley de medios audiovisuales.

La discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual otorgó presencia en la superficie de

los medios a un tema necesario y oculto (ocultado) por los intereses económicos en pugna y permitió reflexionar sobre el rol y el carácter de los medios masivos de comunicación. El proyecto, finalmente aprobado en ambas cámaras con amplia mayoría, se convirtió en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522/09. Elaborada con apoyo masivo de varios sectores, entre los que destaca la acción de la Coalición por una Radiodifusión Democrática (www.coalicion.org.ar), el articulado de la norma recoge la mayoría de los 21 puntos que las organizaciones de la sociedad civil habían solicitado como aspectos fundamentales de una comunicación social democrática.

A pesar de lo que intentan exponer los intereses más concentrados del sistema de medios, la ley cultiva una raigambre democrática toda vez que garantiza la libertad de expresión, levanta la veda que existía para que organizaciones no lucrativas puedan participar como emisores en una sociedad aludida como “de la información”, reduce el poder del Ejecutivo (que hasta hoy controlaba directamente la autoridad de aplicación de la ley mediante un interventor), establece mecanismos que dificultan la constitución de oligopolios altamente concentrados, defiende a las radios y los canales pequeños de localidades de provincias y exige cuotas de producción local a todos los operadores del sistema. Sus objetivos proponen avances como: crear una autoridad de aplicación federal, autárquica y con miembros de las minorías políticas parlamentarias; establecer reglas que impiden la propiedad cruzada en el mercado audiovisual (TV abierta y de pago), permitiendo así que nuevos actores se sumen al mercado; y prohibir a las telefónicas detentar licencias de medios, evitando así la monopolización eventual del sistema por operadores muy poderosos.

La LSCA constituye un importante avance porque vincula el concepto de libertad de expresión con los derechos humanos; porque en un país centralista promueve el federalismo, tanto de la producción de

contenidos como de la toma de decisiones; porque alienta la diversidad de voces, estableciendo límites a la concentración y al dominio de mercado; y porque, por primera vez en la Argentina, tanto la autoridad de aplicación como los medios de gestión estatal no estarán totalmente controlados por el gobierno de turno. Ello anuncia controles cruzados y la presencia de minorías políticas, lo que se inscribe en una tradición reglamentaria progresista. Asimismo, y como ha sido señalado, uno de los aspectos más novedosos es la reserva del 33% de todo el espectro para el sector privado no comercial. De hecho, la ley reconoce tres tipos de prestadores: estatales, privados comerciales y privados no comerciales. Dentro de los actores estatales, la norma reconoce la importancia de la radiodifusión universitaria.

En relación con el diseño institucional, la ley ha creado la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), compuesta por siete miembros. Dos son designados por el Poder Ejecutivo, tres por el Congreso de la Nación (asignándole dos a las minorías) y tres por el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (CFC). Precisamente, un elemento a resaltar es la conformación del CFC, instancia de discusión de políticas públicas donde participan representantes de las provincias, las empresas, los radiodifusores sin fines de lucro, los pueblos originarios, los medios públicos, los sindicatos de trabajadores de medios y las universidades. También se han creado las figuras del Defensor de la Audiencia y un Consejo asesor del audiovisual y la infancia; es decir, un amplio y plural cuerpo de instancias que otorga mayor visibilidad y participación a la sociedad en la elaboración de políticas públicas de comunicación.

Otro capítulo destacable es el que procura impedir la concentración de los medios: se limita a 10 la cantidad de licencias de que puede disponer una misma empresa o persona (actualmente se permite hasta 24) y hasta un 35% del mercado potencial; tam-

bién se limita la propiedad cruzada de medios electrónicos en la misma zona de cobertura, pero no la de medios impresos y electrónicos. De hecho, una de las mayores polémicas que despertó la ley fue la prohibición de ser propietario de distribuidoras de cable y canales de televisión abierta en la misma zona. A la vez, se permite a las distribuidoras de cable incluir sólo una señal propia. En materia de contenidos se establecen altas cuotas de producción nacional (60%), de producción propia (30%) e independiente (10%). A fin de proteger la industria nacional, también se ha vinculado el sistema de radiodifusión con otras industrias culturales, ya que parte de los gravámenes que deben abonar los radiodifusores por el uso del espectro es girado por la Autoridad Federal a la industria del cine y de la música.

Un aspecto procedimental que fue altamente cuestionado por los grandes grupos de comunicación es que la ley establece en un año el plazo para adecuarse a sus disposiciones. Como muchos grupos exceden las nuevas reglas que limitan la concentración se verán obligados a desinvertir, por lo que han argumentado que se atenta contra la seguridad jurídica de sus inversiones. Claro que los grandes medios no objetaron anteriores regulaciones dispuestas por decreto (entre otros presidentes, por Carlos Menem y Néstor Kirchner) que en su momento los beneficiaron. De hecho, la discusión de la LSCA demostró la falacia de considerar que el Estado fue un actor circunstancial en la suerte del sistema de medios, idea solidaria con el mito de la autorregulación. El mayor conocimiento social sobre el sistema de medios, subproducto del debate de la ley tras décadas de obturación del tema en los propios medios y en el estamento político, permite apreciar que en los últimos 35 años el Estado fue un formidable asignador de recursos públicos hacia los principales actores del sector.

Luego de la sanción de la ley se recrearon las responsabilidades. El gobierno debe aplicarla con respe-

to hacia el conjunto de los actores, aunque no puede hacerlo dada la situación de limbo jurídico en la que se permanece, que lo redujo a presentar apelaciones y a sostener la militancia por la puesta en vigencia de modo urgente, por lo menos hasta el reciente fallo de la CSJN que establece una nueva etapa y permite estimar la pronta puesta en vigencia de la norma. El Congreso debe aún el compromiso de asumir con inmediatez los temas que quedan pendientes, como la regulación de la publicidad oficial, el acceso a la información pública o los servicios convergentes, y también la sociedad tiene sus responsabilidades, porque la democratización de la comunicación es un proceso incremental que nos interpela a todos.

La ley no es perfecta y algunas modificaciones realizadas por el Parlamento ampliaron su base de apoyos, pero el camino a recorrer es largo aún y más adelante se podrán subsanar eventuales limitaciones. Lo cierto es que la sanción de una ley de medios de la democracia constituye un hito fundamental, pero sólo puede ser considerado un punto de partida necesario para dotar al conjunto de la sociedad de una política pública que hasta ahora no ha existido en el sector.

LA LEY Y SU ACCIDENTADO RECORRIDO POSTERIOR

El camino recorrido por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual luego de su sanción fue el siguiente:

- promulgación de la norma, mediante una serie de decretos firmados por el PEN que implicaban iniciar el proceso de integración de los organismos de control y aplicación;
- presentación de la ley y apertura de la convocatoria para la integración del Consejo Federal, además de la designación de las autoridades representantes del PEN en la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Para “el día después” de la sanción se esperaban dos sucesos que finalmente ocurrieron: en primer lugar, la (re)aparición de disputas en el proceso de conformación de las distintas autoridades de aplicación, que a nuestro criterio se hizo en algunos casos sin observar los mecanismos consultivos y participativos establecidos en la ley y en sus decretos reglamentarios; en segundo lugar, la “judicialización” de la norma, una etapa que en el cierre de 2009 aparecía complicada por la agenda y la feria judicial, tanto como intensa y efectista en la superficie de los medios masivos.

Por un camino paralelo se desandaban los aspectos específicos, entre los que aparecían, por un lado, aquellos que se pueden aplicar desde el inicio (como el cambio en la nomenclatura de la autoridad de aplicación y algunas demandas y exigencias sobre contenidos para los licenciarios) y, por otro, los elementos que demanda el proceso de reglamentación (vía leyes, decretos, resoluciones o la redacción de los reglamentos de funcionamiento de agentes como el Consejo Federal), cuya complementación permitiría, por ejemplo, la puesta en vigencia del artículo 161 que refiere al proceso de desinversión de los actuales grupos concentrados. En resumen, los pasos siguientes implicaban la legitimación de la dinámica (a partir de que la oposición nombrara a sus representantes en los organismos), la desagregación de la norma en planes, programas y proyectos (como el Censo de Licenciarios convocado por la AFSCA en enero de 2010) y la discusión por otras vías de los actores afectados mediante las acciones en diferentes juzgados, lo cual tomaría forma y poder con el paso del tiempo.

La judicialización era una acción esperada y esperable, e implicaba la reacción incluso anticipada por distintos grupos de medios. Antes del comienzo de la feria judicial de enero de 2010 se sucedieron denuncias y resoluciones o medidas cautelares (que impiden la aplicación de la norma hasta la resolución definiti-

va), presentadas por distintos actores involucrados de modo directo (como el Grupo Clarín) pero también por diputados que pretendieron boicotear la discusión del proyecto en el Congreso, como los casos de Salta y Mendoza. La más relevante fue la denuncia del diputado Thomas de Mendoza (peronismo federal), que no sólo generó la suspensión de la ley sino que también fue acompañada por una medida en segunda instancia. Además, porque abrió la discusión sobre los propios magistrados, dado que Pura de Arrabal es la misma jueza que en 2006 decidió la suspensión de las emisiones de la señal de Canal 7 en la localidad mendocina de San Rafael frente a una denuncia del Grupo Vila-Manzano. En este sentido, “las medidas cautelares suspensivas de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522, emitidas por jueces federales de primera instancia de Mendoza y Salta, provocaron un limbo normativo y un dislate político en la radiodifusión. Como la nueva ley de medios dejaba sin efecto el decreto Ley 22.285 de la dictadura, la suspensión de la primera repone automáticamente la vigencia del segundo” (Becerra, 2010).

Luego del fin de la feria judicial, la AFSCA apeló los fallos adversos y emitió además cuatro resoluciones, entre las que destaca la creación del registro de señales y productores, un listado sobre los actuales prestadores y su situación que fue respondido por más de 15.000 entidades. Mientras tanto, desde distintos lugares y actores se generaron acciones para:

- defender la norma: como los planteos y acciones de la Coalición por una Radiodifusión Democrática y sus miembros, cuya acción más relevante resultó la marcha realizada el 18 de abril por las calles de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, convocada con el objeto de solicitar la urgente aplicación de la norma y que reunió a decenas de miles de personas;

- intervenir en el proceso: como la presentación de un sólido *amicus curiae*, una presentación que pueden realizar terceros en una disputa judicial, con

un justificado interés en la resolución final del litigio a fin de expresar sus opiniones en torno a la materia, mediante aportes de trascendencia para la sustentación del proceso judicial. Promovido por el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), y acompañado por sindicatos de trabajadores de medios, universidades nacionales y medios comunitarios, el recurso para ser contemplado como parte interesada en la defensa de la ley fue presentado en la Cámara Federal de Apelaciones de Salta que dictaminará sobre algunas de las impugnaciones judiciales realizadas.

En marzo de 2010, la Cámara Federal de Apelaciones de Mendoza confirmó la medida cautelar dispuesta por la jueza Pura de Arrabal, generando así la suspensión de la aplicación de la ley 26522. Entre los severos problemas que Arballo encuentra a este fallo destacan, de lo particular a lo general, los siguientes:

- incompetencia territorial: la Justicia Federal de Mendoza nunca debió intervenir en este caso pues no es competente para resolver sobre actos del Congreso Nacional cuya sede está en Buenos Aires. Esto no se altera por el hecho de que se trate de un Diputado Nacional elegido en esa provincia: una vez que se integran a la Cámara, los legisladores no tienen un vínculo territorial que siga a su persona allí donde se encuentren (...) y genera un problema de multilitigiosidad: todos los diputados se pueden presentar teóricamente a todos los juzgados federales. Y de acuerdo a la peligrosa doctrina que adopta la Cámara de Mendoza bastará que cualquiera de ellos obtenga una medida favorable para que una ley cuestionada deje de regir en todo el país;

- el cuerpo del delito del cercenamiento sugerido estaría dado por tres denuncias:

- 1) los dictámenes no cumplieron el plazo de siete días. En trámites normales, los proyectos deben tener un tiempo de espera de siete días. Pero el plazo de siete días para los dictámenes es una ley general, que queda suplida por la *lex specialis* que implica la convocatoria a sesión especial, que tiene un plazo específico y un tema único;

2) el Plenario de Comisiones se hizo sin un texto impreso del Proyecto. En realidad, parece que cada presidente de bloque sí contaba con una copia. El proyecto fue leído de viva voz y el Plenario de Comisiones hizo sobre él un dictamen “a favor”, de mayoría, y cuatro dictámenes “en contra”, de minoría. La existencia de dictámenes de minoría da cuenta de dos cuestiones importantes: la participación de la oposición en la discusión garantizando el quórum y la previa lectura y discusión del dictamen de mayoría por parte de los dictámenes de minoría;

3) la sesión empezó después de media hora de convocada. Como dijo el Poder Ejecutivo en el recurso, media hora es el plazo mínimo de espera requerido. Textualmente, el reglamento dice: “Es obligación de los Diputados que hubiesen concurrido esperar media hora después de la designada para la sesión”. No dice en ningún lado que pasada esa media hora deban levantarse. Convocada una sesión, puede esperarse más tiempo y cuando haya quórum suficiente, habrá sesión válida.

En su análisis, el propio Arballo plantea que “si bien la Corte ‘en principio’ no trata cuestiones de medidas cautelares, el principio cede cuando hay gravedad institucional (...) Suspender en una cautelar la aplicación de una ley es una cosa que no se había hecho nunca antes. Por eso es de altísimo interés saber si la Corte comparte o no lo que dijo la Cámara Federal de Mendoza en el caso ‘Thomas’”. El 30 de abril, luego de que el Estado Nacional presentara en marzo la apelación, la misma Cámara Federal de Mendoza consideró que el caso “suscita cuestión federal suficiente” y lo elevó a la CSJN, que resolvió abocarse a la causa y dictaminar sobre la validez de la suspensión de la norma.

La suspensión estaba basada en cuestiones de fondo y de forma. De fondo, porque algunos artículos de la norma –relativos a los modos previstos para desconcentrar el mercado o su régimen sancionatorio– serían controvertidos (por ejemplo, el impedimento

a los operadores de TV cable de poseer más de una señal); de forma, por el desprolijo trámite legislativo, dado que los plazos de funcionamiento de las comisiones, como ocurre a menudo, fueron exigüos. La objeción de fondo, si fuese válida, se subsanaría con normas complementarias o modificatorias y no con su suspensión, toda vez que el argumento subyacente sea que la ley garantiza derechos hasta ahora no reconocidos, y que por ello correspondería ampliar –en lugar de restringir– la multiplicidad de voces, incluyendo las de los operadores comerciales cuando no utilizan un vínculo escaso, como es el aire, sino un vínculo físico no finito, como es el cable. La cuestión de forma amerita saldarse en el Poder Legislativo, que podría revisar su rutina de funcionamiento para todas las leyes. Y en esa línea lo comprendieron los siete miembros de la CSJN, que en un fallo unánime resolvieron revocar la decisión de la justicia mendocina, retomando lo planteado por el Procurador del Tesoro de la Nación, Esteban Righi, a quien le solicitaran un dictamen para luego dictar su fallo.

Más allá de que al cierre de este artículo estrictamente la norma aún no está vigente –dado que se mantenía la suspensión establecida en la medida cautelar de la justicia de la provincia de Salta– se espera la pronta resolución de la Cámara de Apelaciones en línea a lo establecido por la CSJN, o bien un fallo similar en caso de que esta cautelar también llegue al máximo tribunal. A partir de ahí se abre una serie de interrogantes; entre ellos, qué significa este fallo para el futuro de la ley. Arballo (2010) sostiene que “jurídicamente mucho, y al mismo tiempo nada especial”, porque a la vez que se resuelve la imposibilidad de que una medida cautelar suspenda la aplicación de una ley “con fundamento en presuntas irregularidades en el trámite parlamentario”, también que el fallo “no es una validación absoluta y total de la Ley”. El jurista reconoce que dado que es esperable “un largo y artesanal proceso de implementación” puede inter-

pretarse éste como un buen primer paso. Y plantea, además, que se trata sólo de una instancia en un camino largo hacia la implementación de la Ley 26522, que ni siquiera clausura la etapa de la judicialización, que irá en el futuro a la discusión de los artículos en particular, y ya no sobre la ley en general.

LOS TEMAS PENDIENTES Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA POLÍTICA DEMOCRÁTICA

La sanción de la ley por el Congreso supuso un cambio de rumbo: posicionó al Estado como garante de derechos sociales a la comunicación. Dicho cambio fue objeto de una campaña de desprestigio tan inusual que reveló la convulsión de los principales grupos a los que la ley sorprendió sin estrategia. Si tantos presidentes, diputados y senadores (incluso de la oposición más cerril) fracasaron antes en su intención de regular el audiovisual, ¿por qué iba a lograrlo un gobierno esmerilado? La subordinación de la línea periodística a la reacción corporativa diluyó la mediación profesional, principal capital de los medios masivos de comunicación, impactando en la eficacia de una guerra de movimientos definida a las apuradas. La paradoja es que la legítima crítica a los rasgos cortoplacistas del gobierno en distintos órdenes vale esta vez para sus enemigos mediáticos y, por extensión, políticos. De tanto condenar a “los K” por su improvisación en tantos aspectos sus enemigos terminaron imitándolos, con lo que padecieron una fiera derrota en un Congreso hace tan poco glorificado como el parnaso. ¿No será que la falta de planificación preside la lógica de funcionamiento de todo el sistema político?

Las consignas del *free flow of information* repetidas por la oposición de centroderecha tienen reminiscencias reaganianas ante la evidencia empírica que reunió el Informe MacBride de la UNESCO en 1980, cuando acuñó la idea de que se necesita un

flujo de información “libre y equilibrado” para garantizar la ecuanimidad del acceso de todos los sectores sociales a los medios. La derecha vernácula demostró que le es impropio el linaje de un liberalismo contrario a la concentración. La oposición de centroizquierda, en cambio, captó la oportunidad de interpretar a un arco social integrado por medios comunitarios, el movimiento cooperativo, las dos centrales de trabajadores, las universidades públicas, las organizaciones de derechos humanos, ONG, además de artistas, intelectuales, periodistas y expertos en la materia. Aquí sí había actores sociales organizados para cambiar una regulación que olía a rancio, a autoritario y a negociado. Lo cierto es que con sus virtudes y defectos, el debate parlamentario expandió la comprensión del soporte que el Estado brinda a los medios, a la vez que introdujo (sin resolver) el problema de la convergencia tecnológica entre audiovisual, telecomunicaciones e Internet y la necesidad de ampliar la agenda de la democratización de las comunicaciones.

La nueva fase que abre la sanción de la ley será gravitante en la medida en que la intervención del Estado en su nuevo rol se legitime mediante reglas sinceras, ecuanímes y claras de asignación de los recursos públicos que le permiten a los medios financiarse. Ello incluye, pero no agota, el pendiente capítulo de la publicidad oficial: hay que regular también las exenciones impositivas, los auxilios económicos en forma de condonación de deudas y subsidios, y la ausencia de cumplimiento de obligaciones de inversión por parte de licenciatarios de servicios, como la televisión por cable. Pero también en el modo de implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT), que encuentra a un Estado muy activo en la decisión por la norma (sin debate ni discusión, por decreto y acuerdo binacional) y con acciones concretas en pos de su pronta puesta en marcha, que incluyen a algunos sectores en materia del hardware y el software necesario a desarrollar –como las universidades

y el sector privado–, pero sin un diálogo importante con otros actores sociales –tampoco con los sectores privados– respecto de dos cuestiones centrales: el dividendo digital y la generación de contenidos en los nuevos canales a desarrollar.

Por otro lado, la consideración de una futura ley de servicios convergentes quedó como saldo irresuelto para que los usuarios de distintos servicios no estén condenados a condiciones abusivas por parte de prestadores monopólicos en mercados cautivos, tanto en telecomunicaciones como en televisión por cable. La activación del Tribunal de Defensa de la Competencia (cuya institución se ha dilatado desde que fuera creado en 1999) y la aplicación de normas beneficiarias para los usuarios, como el Decreto 764/2000 de desregulación de las telecomunicaciones, son medidas complementarias que podrían adoptarse en la misma dirección. A estos temas estructurales deben sumarse, además, algunos aspectos coyunturales que garantizarán una correcta aplicación de la ley.

A nuestro entender, los ejes que permitirán que la ley de medios sea aplicada en beneficio de la sociedad con un criterio democratizador incluyen:

- para la constitución de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (autoridad de aplicación de la ley), así como para el Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado (RTASE) deben realizarse audiencias públicas. Esto no se ha desarrollado con la lógica propuesta, pero aún se está a tiempo de hacerlo;

- los plazos para que la Comisión Bicameral y el Consejo Federal se constituyan y se expidan deben permitir un debate genuino sobre las candidaturas a integrar la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. A contramano de la lógica participativa y del amplio debate que debería orientar la elección de representantes sociales en los órganos de control y dirección de las políticas de medios, esto tampoco parece ser el signo de lo actuado hasta ahora;

- el Estatuto Social de RTASE dispuesto por Decreto 1526/2009 resulta poco orientador sobre las misiones de servicio público de los medios gestionados por el Estado en el marco de la Ley 26522. Para garantizar su estabilidad en el tiempo y el compromiso de diferentes sectores en el diseño y cumplimiento de nuevos objetivos procede discutir en el Congreso la propuesta que formule el primer Directorio de la entidad;

- los nuevos “medios públicos” no deberían ser sólo los de alcance nacional, sino que los provinciales y municipales también deberían ser verdaderamente públicos. El artículo 89 reconoce el derecho de los Estados provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a emitir en una frecuencia de televisión abierta, una de radio AM y una de radio FM. A su vez, los municipios son autorizados a gestionar una frecuencia de radio FM. Para garantizar que estas disposiciones se cumplimenten en todos los niveles de administración estatal y no sólo en el orden nacional es imprescindible que las provincias y los municipios tomen como requisitos mínimos los establecidos en la ley para los medios públicos de alcance nacional;

- los criterios de evaluación de propuestas y de otorgamiento de las autorizaciones para operar servicios audiovisuales por parte de las personas de derecho público estatal, universidades nacionales, pueblos originarios e Iglesia Católica deben ser regulados a fin de que aseguren la ecuanimidad y la transparencia, y ser seguidos también en el caso de las licencias a otorgar en el sector privado no comercial. Es preciso regular el proceso de transición en aquellas áreas donde no haya en la actualidad frecuencias disponibles, para que la reserva del 33% establecida por la ley pueda ser cumplida en un plazo razonable;

- para proponer, difundir, debatir y acordar candidaturas a titular de la Defensoría del Público (art. 20), cuya designación recae sobre la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación

Audiovisual, debe garantizarse un período adecuado previo proceso público de consulta.

Todos estos temas se inscriben en la necesidad de profundizar la agenda de democratización de la comunicación en la que está comprometido un amplio arco de organizaciones sociales desde hace más de dos décadas. Para sostener y consolidar los avances en la materia, creemos que es importante avanzar simultáneamente en el debate de otras leyes complementarias, como la Ley de Publicidad Oficial, la Ley de Ayudas del Estado a los Medios de Comunicación, la Ley de Servicios Convergentes (audiovisual, telecomunicaciones, Internet) y la Ley de Acceso a la Información Pública. Las dos primeras son imprescindibles, además, para garantizar la supervivencia económica tanto de los medios comerciales –existentes y futuros–, cuanto de los medios no comerciales, dado que todos ellos precisan y precisarán de reglas claras de juego en la asignación de los recursos públicos que hacen a su sostenimiento.

En términos generales, para que el proceso de participación se amplíe, en la definición de políticas de comunicación resulta necesario operar con lógica de Estado y no de gobierno o partido gobernante. Consideramos que la democratización de la comunicación resulta de un ejercicio cotidiano de participación de la ciudadanía que debe ser estimulado; de allí que el debate público sobre el tema no debería quedar acotado al momento de discusión de la ley. De hecho, la sanción de la LSCA representa un punto de partida, un piso de condiciones mínimas a partir del cual la ciudadanía debe comprometerse en la definición de un sistema comunicacional democrático.

PALABRAS FINALES

Más allá de la coyuntura política de los países, los medios son instituciones complejas con doble acción y mediación de intereses: políticos y económicos. A

partir del tipo de mercancía con la que trabajan –que tiene doble valor, material y simbólico– componen un actor particular y con consecuencias especiales a partir de sus acciones. Intervienen, afectan y constituyen (aunque no determinan, o al menos no se comparte aquí esa idea) el espacio público, que es un espacio político. Como hemos expresado en otra oportunidad, “las instituciones están determinadas económica y políticamente, estructuran y son estructuradas por esas determinaciones”, y los medios de comunicación no son una excepción, por lo que hay que considerar que “la agenda de los medios no sólo es importante por lo que incluye (en donde no hay uniformidad), sino fundamentalmente por lo que excluye” (Becerra, 2008).

En tanto actores económicos, y por el tipo de actividad que llevan adelante –especialmente debido a su composición de costos, en la cual los fijos son muy altos y los variables muy bajos–, los medios como sector tienen tendencia a los oligopolios. Es decir que estas empresas con intereses políticos organizan sus actividades con este formato, y van hacia la concentración en una deriva que puede generar barreras de ingreso a otros actores en el mercado. Por lo tanto, no hay cómo salir del oligopolio sin acción del Estado, una de cuyas funciones principales radica en garantizar la diversidad (de voces, de fuentes, de opiniones, de expresiones, de prácticas y de creencias).

Ahora bien, además de la estructura definida, la radio y la televisión –en términos económicos los principales medios, por ser los sectores más dinámicos ya que pueden permitir mayores niveles de acceso a la información– funcionan en un sector que es finito, que ha sido declarado propiedad de la humanidad por esa misma razón y que debe ser administrado por el Estado: el espectro radioeléctrico, el éter, el aire. Su acción debe garantizar el derecho a la información y un equilibrio que permita el funcionamiento de reglas democráticas ante las posibilidades de negocios con el sistema de medios. La sanción de la Ley

de Servicios de Comunicación audiovisual constituye un paso muy importante en el proceso de democratización de los medios, pero debe ser considerado un punto de partida. La consolidación de una política de comunicación democrática será consecuencia de la acción de los gobiernos (actual y futuro) y de la participación intensa de la sociedad civil.

BIBLIOGRAFÍA

ARBALLO, Gustavo, "Ley de Medios, el día después", en www.saberderecho.com, 11 de octubre de 2009.

_____, "Ley de medios, el fin de las cautelares suspensivas erga omnes", en www.saberderecho.com, 15 de junio de 2010.

BECERRA, Martín, "Limbo jurídico, dislate político", en *Página 12*, La Ventana, 17 de marzo de 2010.

_____, "La inmaculada concepción de los medios", en *Página 12*, Opinión, 29 de mayo de 2008.

_____, y Mastrini, Guillermo, *Los dueños de la palabra*, Prometeo, Buenos Aires, 2009.

MASTRINI, Guillermo (ed.), *Mucho ruido, pocas leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.

La prensa hegemónica frente a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Del ocultamiento ideológico a la parcialidad explícita. El caso del Grupo UNO

Ernesto Espeche

Ernesto Espeche es Doctor en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Se desempeña como docente, investigador y director de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Cuyo (UNCuyo). Dirige el proyecto de investigación: “Observatorio de periodismo y derechos humanos” y es coautor de *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas* (2009).

Resumen

La centralidad estratégica del debate en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) modificó los comportamientos predominantes en las instituciones mediáticas hegemónicas. En tiempos de menor confrontación, es decir, cuando la propia reproducción del sistema de poder no se encuentra en riesgo, los medios concentrados tienden a enmascarar sus intereses, pero a medida que se agudizan los conflictos el ocultamiento sutil da paso al reconocimiento explícito de las parcialidades.

El presente trabajo analiza el tratamiento informativo que hizo del tema el Grupo Uno, propiedad de los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano, tomando como muestra para la investigación las notas publicadas por el diario *Uno* de Mendoza entre marzo y octubre de 2009 y como marco teórico-metodológico el modelo de Intencionalidad Editorial (IE) propuesto por el Observatorio de Medios de Argentina de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Palabras clave: periodismo – diario *UNO* – ley de medios

Keywords: journalism – journal *UNO* – media law

Abstract

The strategic centrality of the debate on the Law of Audiovisual Communication Services (LACS) modified the predominant hegemonic behavior of media institutions. In times of less confrontation, that is, when the proper reproduction of the power system is not at risk, concentrated mass media tend to mask their interests, but as the conflict escalates subtle concealment gives way to explicit recognition of the biases.

This paper examines the treatment of information which Group Uno, owned by entrepreneurs Daniel Vila and José Luis Manzano, made. For this research samples of newspaper articles published by the newspaper *Uno* of Mendoza, between March and October 2009, were used. Its theoretical framework is based on the methodological model of Intent Editorial (IE) proposed by Argentina Media Centre of the Faculty of Journalism and Communication at the Universidad Nacional de La Plata.

Recibido: 1-6-2010 / Aceptado: 5-8-2010

En la Universidad Nacional de Cuyo iniciamos en 2009 un proyecto de investigación titulado “Observatorio de periodismo y derechos humanos”,¹ en cuyo marco nos propusimos analizar las coberturas periodísticas acerca del debate y posterior tratamiento parlamentario de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Las próximas páginas dan cuenta de parte de los resultados obtenidos en la observación que realizamos sobre el tratamiento informativo que hizo del tema el Grupo Uno, propiedad de la sociedad de los empresarios Daniel Vila y José Luis Manzano.

Como muestra para la investigación se consideraron las notas publicadas por el diario *Uno* de Mendoza entre marzo y octubre de 2009, y como marco teórico-metodológico se utilizó el modelo de Intencionalidad Editorial (IE) propuesto por el Observatorio de Medios de Argentina, dirigido por Víctor Ego Ducrot y con sede en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.² En este artículo, el tema seleccionado y el problema definido se inscriben en la relación entre medios de comunicación, poder y democracia.

El medio de comunicación elegido como objeto empírico se justifica como estudio de caso por las siguientes razones:

- por la manifiesta capacidad de concentración del Grupo Uno, el multimedio más grande del país luego del conglomerado Clarín. La materialidad de sus intereses empresariales se tradujo en una serie de relaciones con sectores del campo político y cultural;

- por ser fiel representante del sistema de poder consolidado en Argentina desde la década del 90 y, por tanto, expresión nítida de la legislación derogada con la sanción de la LSCA. Sus relaciones económicas y políticas están cimentadas con los intereses de los sectores más concentrados de la economía y las corrientes más conservadoras del escenario ideológico regional;

- por el comportamiento asumido ante el tema. En las coberturas realizadas por el grupo –inscriptas en una particularidad estilística– puede encontrarse la matriz que caracterizó al comportamiento general de las corporaciones mediáticas frente a la LSCA;

- por el relativo escaso análisis académico en torno a dicho comportamiento. La centralidad adquirida por el Grupo Clarín en la ecuación política resultante del debate público por la LSCA en cierta forma relegó el estudio sobre el rol del Grupo Vila-Manzano con relación al tema.

El período analizado tuvo una gran particularidad: la centralidad estratégica del debate modificó los comportamientos predominantes en las instituciones mediáticas hegemónicas. En tiempos de menor confrontación, es decir, cuando la propia reproducción del sistema de poder no se encuentra en riesgo, los medios concentrados tienden a enmascarar sus propios intereses. Pero el ocultamiento sutil da paso al reconocimiento explícito de las parcialidades a medida que el escenario agudiza los conflictos. Así, los medios de Clarín pusieron en la primera línea de la batalla ideológica a los periodistas y comunicadores más representativos de su línea editorial. Así también, Daniel Vila, el presidente del Grupo, jugó un rol de alta visibilidad asumiendo personalmente la defensa de los intereses corporativos. La retórica editorial del diario analizado asumió, entonces, una explícita tendencia propagandística que habitualmente queda invisibilizada bajo mecanismos de mayor sutileza y eficacia discursiva.

Según Armand Mattelart (1998), la categoría medios de comunicación, tal como la manipulan las clases dominantes, se ha erigido en un mito, en un fetiche: “El medio es un mito en la medida en que se lo considera como una entidad dotada de autonomía, de una voluntad y alma propia, una especie de epifenómeno que trasciende la sociedad donde se inscribe”. Es la versión actualizada de las “fuerzas naturales” que Carlos Marx ubicaba en el sostenimiento

1 Avalado por la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado, el proyecto es dirigido por el Dr. Ernesto Espeche y codirigido por el Dr. Roberto Follari. La coordinación del grupo de observadores que participa de la investigación es realizada por las licenciadas Soledad Gil y Jimena Marín. Los resultados detallados del trabajo pueden consultarse en proyectoobservatorio.blogspot.com.

2 Una introducción al marco de la IE puede consultarse en *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas* (AA.VV., 2009).

de la mercancía como fetiche. Sucede que la eficacia del discurso mediático en la construcción de verdades irrefutables (naturales) está íntimamente ligada a su carácter mítico. Siguiendo ese enfoque, el mito se debilita con la explicitación de los intereses empresariales del medio. Entonces, en las páginas siguientes sostendremos a modo de hipótesis que la eficacia simbólica de las producciones periodísticas relacionadas al tratamiento de la LSCA se vio resentida por el develamiento de su matriz propagandística.

Por lo dicho, consideraremos en el análisis la utilización de tendencias propagandísticas en las piezas analizadas. Según Fernando López (2009), el periodismo es una especie particular del género de la propaganda y comparte con ella una serie de reglas: simplificación, orquestación, desfiguración, transfusión y unanimidad y contagio.

MENEMISMO Y ANTICASTRISMO

El diario *Uno* de Mendoza pertenece al Grupo Uno Vila-Manzano. Salió por primera vez a la calle en pleno apogeo del proyecto menemista, el 27 de junio de 1993, bajo el slogan “un nuevo diario para una Mendoza nueva”. La cabeza visible del medio es Daniel Vila, hijo del empresario de la construcción Alfredo Vila Santander, y según la página web institucional en el diario se invirtieron siete millones de dólares.³ El diario representa, además, a la Cámara Empresaria Mendocina (CEM), ligada a ex funcionarios del quebrado Banco de Mendoza durante la oscura gestión de Raúl Moneta. En materia ideológica sigue los lineamientos de un ultra neoliberalismo económico y político, basado en la preponderancia de las inversiones extranjeras y de sectores económicos agroexportadores que concentran la mayor parte de la torta de capital monetario de la provincia y del país.

El nacimiento de *UNO* fue posible a partir de un escenario favorable –tanto en el plano local como

internacional– para el despliegue de un conjunto de acciones en pos del desarrollo de los intereses sociales y personales del grupo. José Luis Manzano, ex presidente del Bloque Justicialista de la Cámara de Diputados de la Nación durante la presidencia de Raúl Alfonsín y ex ministro del Interior durante los primeros años del gobierno de Carlos Menem, viajó en esos días a Estados Unidos e hizo contacto con Jorge Mas Canosa, un fuerte empresario de matriz anticastrista radicado en Miami. Mas Canosa había fundado a comienzos de la década del 80 la Fundación Nacional Cubano-Americana (FNCA), que dirigió hasta su muerte en 1997. Ese gesto le permitió ganar influencia en el gobierno y en el Congreso norteamericanos. Su gran éxito empresario al frente del emporio de las telecomunicaciones Mas Tec –la tercera empresa hispana radicada en ese país– devino de la amistad y el respaldo del ex presidente Ronald Reagan. Gracias a esos contactos, Mas Canosa consiguió fondos para poner en marcha Radio Martí, la estación financiada por los Estados Unidos para difundir en Cuba “noticias no controladas”.

Es así que a comienzos de los 90 nació la sociedad Manzano-Mas Canosa-Vila. Gracias al conocimiento de los resortes del poder que tenía Manzano, a la disponibilidad de dólares que aportaba Mas Canosa y al conocimiento de medios que poseían los Vila, la sociedad se quedó con buena parte del sistema de televisión paga del país. El nacimiento del grupo se produjo en 1983 con la compra de una radio –LV6 Radio Nihuil– y en apenas una década se transformó en uno de los principales propietarios de canales de cable y radios del interior del país, con presencia en varios países de América Latina. Ese crecimiento fue posible por una modificación impulsada por el gobierno de Menem a la Ley de Radiodifusión 22285. El marco normativo creado en 1980 bajo la dictadura genocida se legitimaba, años más tarde, con la eliminación de las trabas legales para la concentración mediática.

3 Para reconstruir la estructura financiera del grupo nos apoyaremos en las investigaciones publicadas en *Medios, política y poder* (Belinche y otros, 2003) y en las actualizaciones realizadas sobre el mapa de medios en la Argentina por distintas universidades públicas.

En 1994 la sociedad fundó un sistema de TV por cable: Supercanal. Este sistema fue la matriz de lo que luego se convertiría en Supercanal Holding, que llegó a ocupar el tercer lugar entre los canales de cable del país. Pero además de los negocios en materia de comunicación, el grupo también posee poder económico (y hasta político) en otros sectores. Inició la urbanización del Piedemonte mendocino, un área no apta desde el punto de vista ambiental para la urbanización, por el riesgo aluvional y sísmico, convirtiéndose en dueño de un impresionante imperio inmobiliario llamado Dalvian. La Universidad Nacional de Cuyo denunció que la empresa se quedó con terrenos que legítimamente le corresponden. La familia Vila posee, además, varios campos en zona de montaña y es dueña de derechos mineros (cateos, manifestaciones y minas) en distintos lugares de la cordillera mendocina.

Tras la crisis de 2001, el grupo ingresó en el directorio de América TV (uno de cuyos dueños actuales es el empresario Francisco De Narváez). Daniel Vila y José Luis Manzano mantienen una fuerte presencia en el interior del país por medio del Grupo Uno, la compañía de cable Supercanal, la transmisora de televisión digital Televisión Directa al Hogar y el Multimedia La Capital, con más de 20 medios de comunicación en Santa Fe y Entre Ríos. En un intercambio empresarial, y como consecuencia de su ingreso al directorio de América TV, la sociedad Vila-Manzano se quedó con la revista *El Gráfico* y la radio AM La Red, que hasta ese momento manejaba Carlos Ávila a través de la empresa Torneos y Competencias. En España, el grupo adquirió el 25 por ciento de Procono, un canal de cable con telefonía en las regiones de Castilla y León. En Brasil adquirió VVC, Alvarez & Alvarez, Video Selimn, MEG, Teresópolis Electro Audio e Imagen y CATV Sat Ltda, Spectrum Sistemas de Televisao. Además, compró cables en La Paz y Santa Cruz

Las fuertes y definidas relaciones económicas, políticas e ideológicas del medio influyen, claro está,

en el tratamiento y la cobertura de temas de carácter estratégico. En una primera y gruesa aproximación al comportamiento de diario *UNO* acerca de la LSCA podríamos decir que el grupo buscó defender sus intereses y se posicionó en contra de la democratización de los medios de comunicación.

PRIMERAS DEFINICIONES

A partir del momento en que se conoció la propuesta del Ejecutivo para debatir una nueva legislación que regulara la actividad audiovisual el Grupo UNO se ocupó intensa y progresivamente del tema. Hasta entonces, el asunto no tenía espacio en la corporación, aun cuando el reclamo social por la derogación de la Ley 22285 llevaba ya muchos años. Al respecto, analizamos a continuación la presentación de la propuesta del Poder Ejecutivo del proyecto de LSCA en el Teatro Argentino de La Plata, el 18 de marzo de 2009, y la realización del Foro-Debate nacional en Mendoza, el 21 de abril de 2009.

El 19 de marzo *UNO* publicó en la sección País una pieza periodística, sin firma, titulada "Presentan un proyecto de ley de radiodifusión" y con una bajada que indica: "La Presidenta anunció que se busca reducir de 24 a 10 el número de licencias por titular. La iniciativa irá al Congreso". Se trata de una nota estructurada según la tendencia propagandística de la simplificación. A lo largo del artículo se destaca que con la nueva ley se atenta contra los derechos adquiridos por los empresarios de la comunicación audiovisual al limitarse la cantidad de licencias. No se menciona, claro está, que el espectro radial y televisivo es un bien público, uno de los fundamentos esenciales de la nueva propuesta, al tiempo que se oculta la naturaleza y origen del proyecto: democratizar las frecuencias radioeléctricas dividiendo el espectro en partes iguales para privados, estatales y sociedad civil. El objetivo del proyecto se simplifica en la reducción de las li-

cencias y se ubican los intereses de las corporaciones mediáticas por sobre el derecho de los ciudadanos a la comunicación.

Al día siguiente del Foro-Debate, en tanto, *UNO* publicó en la sección Mendoza una pieza periodística firmada por la periodista Sara González. Titulada “Debatieron la ley de radiodifusión”, la nota indica en su bajada: “Con la presencia del gobernador Celso Jaque, el interventor del COMFER Gabriel Mariotto, la senadora Marita Perceval y el rector (de la UNCuyo) Arturo Somoza se discutió el proyecto del gobierno nacional”. El texto invisibiliza las diversas y multitudinarias voces que se expresaron a favor del proyecto, las distintas sugerencias y aportes que se hicieron y, una vez más, sólo se basa en las supuestas consecuencias que tendrían las corporaciones mediáticas con la aprobación del proyecto. La simplificación y la desfiguración predominaron también en este caso.

“NO ES EL MOMENTO”

El 28 de agosto de 2009, *UNO* publicó una pieza titulada “Ley de medios: exigen que la trate el nuevo Congreso”. La nota, que ocupó un lugar importante en la primera plana y fue acompañada de una amplia fotografía, permite visualizar cómo el debate por el proyecto de la LSCA comienza a estar en la agenda del medio. Ese mismo día, el diario publicó en la sección País: “Radiodifusión: exigen debate de la ley en el nuevo Congreso”. Basándonos en la construcción discursiva de estos títulos, podemos inferir el posicionamiento tomado por el medio respecto del proyecto presentado un día antes por la presidenta Cristina Fernández en el Congreso de la Nación.

¿Por qué el tema entraba ahora en la agenda del medio? Cuando aparece en la sociedad un proceso o un fenómeno susceptible de revelar las contradicciones inmanentes al sistema el mito no calla el hecho empírico, sino que hace desaparecer el sentido

indicativo de la realidad social que dicho fenómeno o proceso podría tener, asignándole una explicación que oculta las contradicciones de ese sistema.

La nota construye un sentido opositor al proyecto, por lo que se traen como principales fuentes a los dirigentes y legisladores de la oposición, que especularon con una nueva composición parlamentaria adversa al Ejecutivo luego del recambio del 10 de diciembre de 2009. Entre sus principales dichos postularon lo siguiente: “Hay que debatirlo después del 10 de diciembre con una nueva composición parlamentaria”; “Es verdad que después de 26 años tal vez sea necesario revisar la ley vigente, porque nos parece que una nueva ley resulta fundamental, pero no creemos que sea el momento para iniciar esa discusión” (declaraciones del jefe de gobierno porteño, Mauricio Macri, principal dirigente del PRO).

Por la postura tomada y las fuentes citadas, entendemos que el diario construye un sentido de deslegitimación de los miembros que conformaban el Congreso de la Nación, los cuales también resultaron electos por la mayoría de la sociedad. *UNO* tomó las palabras del titular de la bancada radical de diputados, Oscar Aguad, quien postuló: “Se debe respetar el nuevo Congreso. La ley de radiodifusión es muy importante como para que sea tratada por un Congreso que no es legítimo y cuya composición fue cambiada por una inmensa mayoría el 28 de junio”.

Entre otros dirigentes y legisladores de la oposición que se tomaron como fuente para la redacción de la noticia podemos mencionar a Francisco de Narváez, Felipe Solá, Federico Pinedo y Gabriela Michetti. La regla propagandística que prevalece en este caso es la unanimidad y el contagio. El medio se rodeó de fuentes asimilables a su posición editorial para reforzar su parcialidad. Apeló, además, a la transfusión de un supuesto clima adverso al gobierno nacional tras las elecciones legislativas de junio de ese año.

“CHAVIZACIÓN”

El 29 de agosto de 2009 el editorial del diario se tituló “Varias campanas”. La pieza tuvo una posición destacada y de gran dimensión en la sección Buen Día. Como lo demuestra el siguiente fragmento, el medio generó allí un sentido opositor al proyecto:

“Peor no podía ser la recepción que ha tenido en los distintos sectores el proyecto de ley de radiodifusión oficial. Salvo quienes están borrachos de ideologismo y creen ver en él una panacea que nadie puede explicar, y mucho menos sostener, desde lugares tan diversos como la Iglesia o los distintos partidos de oposición se ha marcado que el tema debe ser abordado con mayor seriedad que la dada por el Gobierno”.

La tendencia a la unanimidad y al contagio está presente en la idea de que sólo apoyan la propuesta oficial aquellos sujetos cargados de ideologismo (la ideología aparece de este modo como una marca negativa), con argumentaciones que “nadie” puede explicar. Al postular que se trata de un proyecto de ley de radiodifusión “oficial” desde el diario no sólo se oculta que surge de la sociedad civil, de distintas organizaciones y profesionales interesados en tener una ley de la democracia sino que se desconocen los 21 puntos elaborados por la Coalición por una Radiodifusión de la Democracia en los que se sostiene el proyecto en debate.

En esta pieza también se observa cómo el medio toma al proyecto como una medida homologable a las políticas aplicadas por el presidente Hugo Chávez en Venezuela. Al respecto, el diario señala:

En Venezuela eso (libertad de expresión) no existe, sólo se puede hablar a favor de Chávez o desaparecer. A ese modelo absurdo quiere llevar el Gobierno a los medios en la Argentina, por la única razón de que le gustaría que sólo exis-

tieran medios hechos a su medida, como Página 12, donde nunca se hallará algo que no sea hecho al gusto del elenco gobernante.

La equiparación al modelo comunicacional venezolano es, también, una herramienta del grupo para intentar desprestigiar la propuesta. De este modo, opera una transfusión a partir de la cual se supondría una realidad mediática en Venezuela muy distinta a la que realmente existe. En rigor, la enorme mayoría de los medios privados venezolanos son férreos opositores al proyecto gobernante y se constituyen en activos militantes en tal sentido. Además, la ley que regula la actividad mediática en aquel país no tiene muchas similitudes con la propuesta presentada por el ejecutivo argentino.

En una pieza de información publicada el 30 de agosto bajo el título “No cesan los cuestionamientos al proyecto de radiodifusión” la parcialidad del grupo es transmitida por el autor de la nota, Vicente Vega, quien a partir de distintos mecanismos construye la intencionalidad opositora del medio al proyecto de LSCA. En la nota, que ocupó un lugar importante en la tapa del diario, el medio construye este sentido opositor a partir de seleccionar como fuente a la Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas (ATA), que desde un primer momento estuvo en discordancia con el proyecto. Entre las adjetivaciones que realiza el periodista en una postura acorde con la fuente destacan:

Duro comunicado de la Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas (ATA), que nuclea a los canales de TV abierta, contra la norma enviada al Congreso por la presidenta Cristina Fernández (...) La institución afirma con convicción que la iniciativa legislativa constituye un avance sobre los medios de comunicación que no tiene antecedentes en la democracia argentina.

Las expresiones “duro comunicado” y “con convicción” conforman el sentido opositor que el diario difunde en este caso.

“LEY K”

El 1 de septiembre el diario publicó una nota de opinión titulada “Por qué Kirchner ataca a Clarín”. La noticia está a cargo del periodista Luis Majul, quien en este caso redacta de forma especial para *UNO*. En esta pieza es posible visualizar cómo el proyecto de LSCA se relaciona con el accionar del gobierno actual y, también, con el “matrimonio K”. Específicamente, se menciona de manera constante que quien se verá beneficiado con este proyecto es el ex presidente Néstor Kirchner.

La parcialidad del autor y la intencionalidad de oposición pueden visualizarse mediante las construcciones discursivas del periodista:

El ex presidente cree que si no termina con ese grupo mediático puede ir preso. La ley de medios es un ejemplo de la artillería que utiliza para ganar esta guerra (...). La ley de medios K es un buen ejemplo de la frialdad y el cálculo del ex presidente para enfrentar a Clarín y los grupos y periodistas que lo critican y lo denuncian (...). Es presentada como una jugada heroica para disminuir la concentración y el poder de los multimedios, pero su efecto práctico será que el Gobierno, a través del COMFER y otras organizaciones, se convertirá en un verdadero monopolio de contenidos de la información.

Algunos de los datos que aporta el periodista del grupo, por ejemplo, que el proyecto de ley “no es K” o que el gobierno no podrá “utilizar el COMFER”, reflejan sus limitaciones argumentativas: por un lado, no señala que el organismo intervenido se disolverá cuando la ley entre en vigencia y será reemplazado por una nueva Autoridad de Aplicación de cons-

titución plural; por otro, el mismo título de la pieza sintetiza la unidad de las corporaciones mediáticas y simplifica el tema en una confrontación “Gobierno-Clarín”, puja en la que de un lado estarían la vigilancia y la persecución oficial y del otro la independencia sacralizada del oficio.

El periodista también apunta a desvirtuar (desfigurar) los contenidos del proyecto respecto de la distribución de las frecuencias:

El Estado no sólo se apropiará del 33% que enuncia sino también del 33% destinado a las organizaciones sociales, que sobrevivirán, igual que los actuales medios K, con la pauta oficial que el Gobierno distribuye a cambio de obediencia ideológica.

“LEY MORDAZA”

El 3 de septiembre el diario *UNO* publicó una nota informativa cargada de una fuerte opinión en contra del proyecto: “Buscan amordazar a la prensa y a la ciudadanía”. Nuevamente, el medio intenta unificar a la sociedad tras los intereses de las corporaciones bajo un viejo argumento de la tradición liberal: la “mordaza” no sólo se aplicará sobre los medios opositores sino que alcanzará al conjunto de la ciudadanía por ser aquellas corporaciones expresiones vitales de la democracia y la libertad.

En esta pieza la parcialidad está dada por el mismo medio, que toma la postura de autor, y la principal fuente es el presidente de Uno Medios, Daniel Vila. En lo discursivo se destaca:

En un durísimo discurso dirigido al Ejecutivo (Vila) afirmó que “la materia prima del Gobierno es la mentira”. Lo hizo durante la inauguración de la Redacción Multimedia Alfredo Luis Vila, única en la Argentina en su tipo. Con referencia a la ley de radiodifusión de Cristina Kirchner, Vila dijo que “no sólo se trata del despojo que harán a los propietarios de ra-

dios, canales y sistemas de TV por cable, sino que se trata del despojo que harán a la sociedad en su conjunto del derecho a la información’.

Por tratarse justamente del director del medio, la nota tuvo un lugar muy destacado en la sección Mendoza y contó con una amplia fotografía, lo que refuerza la intencionalidad editorial del diario.

En una nota titulada “El gobierno allanó Clarín para presionar por la ley de medios”, publicada el viernes 11 de septiembre, el medio reproduce la opinión de políticos opositoras como el diputado nacional por el PRO Francisco De Narváez (accionista de América TV, socio del Daniel Vila), el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mauricio Macri –quien aseguró que la medida “alimenta los niveles de violencia y confrontación”– y el senador radical Ernesto Sanz.

Para legitimar su intencionalidad editorial, *UNO* también recurre a diversos medios de comunicación, incluso a voces reconocidas internacionalmente. Frente al tema de los inspectores en Clarín, el diario publicó la repercusión del tema a nivel mundial en el artículo denominado “El AFIP con Clarín saltó al mundo”. En la nota el diario informó:

ABC.es tituló “Kirchner manda una tropa de inspectores de Hacienda a desembarcar en Clarín” (...) Los españoles de Cope.es escribieron: “Intimidación oficial contra el diario más vendido en Argentina. 180 inspectores fiscales invaden la redacción del diario argentino Clarín” (...) En EE.UU. el portal de El Nuevo Herald tituló: “Argentina: inusual inspección del gobierno al Grupo Clarín”.

La particular vehemencia con que el grupo trató el tema fue presentada, sin embargo, como una respuesta mesurada ante los discursos “crispados” del Ejecutivo Nacional. Era necesario, entonces, apropiarse del valor de la moderación y el consenso. En una

nota fechada también el viernes 11 de septiembre, que lleva como título “El análisis debe ser desapasionado”, se tomó como fuente al Intendente del departamento de Tunuyán, Eduardo Giner, quien sostuvo: “No me parece que se quiera imponer el cambio de una ley tan importante en base a los amores u odios de un ex presidente de la Nación”.

El domingo 13 de septiembre *UNO* tituló: “Ley de medios: siguen las críticas contra la autoridad de aplicación”. Ésta es una nota en la que la adjetivación “Proyecto K” se reitera en todo momento. El mismo día aparece un artículo que lleva el siguiente encabezado “Invitamos a la ciudadanía a resistir la tiranía de los K”, donde se aborda una acción llevada adelante por el Partido Demócrata, que repartió panfletos en el microcentro de Mendoza con esta leyenda. El viejo partido conservador desempolvó y actualizó la saga de las tiranías, inaugurada como relato hegemónico tras la Revolución Libertadora que en 1955 derrocó al presidente Juan Perón. El partido y el grupo se hicieron cargo, entonces, de un relato que asocia la idea de tiranía con las figuras de Juan Manuel de Rosas (primera tiranía), Juan Domingo Perón (segunda tiranía) y Néstor Kirchner y Cristina Fernández (tercera tiranía). Por supuesto que para quienes produjeron y reprodujeron esas interpretaciones ninguna de las dictaduras que soportó nuestro país se incorpora a esa saga.

El debate público llevado adelante en Mendoza el 14 de septiembre para escuchar la opinión de los distintos sectores en torno al proyecto de ley fue plasmado por el diario al día siguiente bajo el título “Cassia: ‘El poder K manipuló el debate por la ley de medios’”. Esta pieza requiere de primordial atención ya que la voz consultada para construirla es la del diputado peronista disidente Daniel Cassia. Sin embargo, del total de ponencias expuestas en el debate el 80% se expresó a favor del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, dato no

informado en la pieza. Asimismo, quienes conformaron ese mayoritario porcentaje no fueron elegidos como fuentes a consultar. Sumado a eso, los dichos de Cassia reducen y simplifican las voces que se expresaron: no sólo fueron kirchneristas sino también, lo más importante y fundamental, organizaciones de la sociedad civil, ciudadanos, medios alternativos, comunitarios y populares que desde hace años luchan por una nueva ley de radiodifusión de la democracia.

“LIBERTAD EN PELIGRO”

“Diputados aprobaba anoche la ley de medios de Cristina”, anuncia el título principal del jueves 17 de septiembre, publicado al día siguiente de que la ley obtuviera media sanción en la cámara de diputados. Una pieza más que construye un sentido negativo respecto del proyecto al catalogarlo como “de Cristina” y al ocultar, nuevamente, su verdadero origen.

El 19 de septiembre el medio publicó en tapa y en la sección País una pieza titulada “Denuncian irregularidades en la sanción de la ley de medios”. Es una nota destacada, del género información, que toma como fuentes a las diputadas Silvana Giúdice (UCR) y Patricia Bullrich (CC). En expresiones como “advierten que se perderán fuentes de trabajo” subyace una clara intención de instaurar el temor entre los trabajadores de los medios de comunicación. No se reparó en voces que emanaron del propio cuerpo de trabajadores que sostuvieron lo contrario: democratizar los medios, exigir contenidos locales y abrir nuevas emisoras trae consigo la posibilidad de más fuentes laborales.

El mismo día *UNO* publicó una nota titulada “La libertad de expresión, en peligro”. En el cuerpo se sostiene que la ley en discusión atenta contra la libertad de expresión: el gobierno tendrá el monopolio de los medios para “consolidar de mala manera el monopo-

lio del Estado”. En esta pieza puede leerse: “De aquí en adelante, el Senado tiene entonces una brillante oportunidad para moderar la peligrosidad que representan muchos de esos excesos que amenazan de modo directo al periodismo independiente y que hacen retroceder muchos principios constitucionales”.

El 23 de septiembre el diario publicó, nuevamente, las palabras de su dueño. En la nota, Daniel Vila afirma que la ley es inconstitucional, reivindica el decreto-ley de la última dictadura cívico-militar que sufrió nuestro país y rescata las modificaciones que le realizara la administración Menem. “Esta ley es peor a la existente, y si se aprueba a poco de andar vamos a ver el daño que le producirá a nuestro país”, señaló Vila y agregó que el decreto-ley de 1980 “vivió 26 años durante la democracia y se le realizaron 147 modificaciones. Con esta ley se privatizaron los canales de televisión, las radios, llegó la televisión satelital, entre otras cosas”.

El 26 de septiembre *UNO* publicó una pieza de opinión del diario *La Nación* titulada “Hay medios que desaparecerán”, y al día siguiente una pieza titulada “Ley K de medios: canales y radios porteños no llegarían a Mendoza”. La nota fue acompañada de una foto en la que puede verse un estudio de radio vacío y un epígrafe que dice “silencio”. La bajada, en tanto, sostiene: “La iniciativa obliga a las señales a transmitir sólo el 30% de su programación de origen, produciendo el resto de manera local. Decenas de ‘figuras’ perderán pantalla y aire. Qué pasa con los locales”.

“EN NOMBRE DE LA PLURALIDAD”

El 28 de septiembre el editorial de *UNO* se tituló “Pavada de diferencia”. La pieza marca una clara intencionalidad de oposición al proyecto de LSCA y sigue planteando, al igual que otras notas, que el Ejecutivo intenta obtener ventajas. Esto se observa en fragmentos como el siguiente:

El filósofo Roberto Follari, referente de la izquierda universitaria de Mendoza, tuvo un generoso espacio el sábado pasado en uno de los programas periodísticos de radio Nihuil. Con similar libertad, en las últimas horas hemos escuchado en esa misma emisora de UNO Medios al diputado nacional justicialista Guillermo Pereyra, quien además es titular del CEC, gremio de los mercantiles en la provincia. Tanto Follari como Pereyra se han expresado a favor de la ley de medios que propugna el gobierno del matrimonio Kirchner y han criticado a grupos periodísticos que –como UNO Medios, que incluye, entre otros, a este diario y a Nihuil– la han cuestionado (...). Ésa es la gran diferencia con lo que vendrá si se aprueba la ley kirchnerista de medios. La mayoría de los medios estarán direccionados por el gobierno de turno y sus aduladores. Si Follari y Pereyra dirigieran en el futuro esos medios, seguramente Daniel Vila y (Daniel) Correas nunca tendrían cabida. Pavada de diferencia.

En esta pieza se construye el sentido paradójico de que el monopolio es en sí mismo la garantía de pluralidad de voces y que el Estado sólo atenderá a intereses personales o sectoriales. Lo corporativo sería lo plural y lo público lo sectorial. Esta premisa es heredera de una de las más notables ecuaciones del conjunto de valores del proyecto neoliberal: el mercado subordina al Estado.

“IMPOSICIÓN”

En una nota publicada el 1 de octubre, y titulada “La televisión privada abierta tenderá a desaparecer”, se deja ver el claro posicionamiento que toma el medio respecto del Proyecto. Esta pieza marca su intencionalidad opositora mediante varios elementos. Primeramente es el propio medio quien se considera opositor al proyecto, ya que se consigna como autor de la pieza. Por otra parte, también se observa que todas las fuentes tomadas como voces autorizadas están en contra del proyecto. Se destaca en el texto la siguiente cita:

En su exposición de ayer en la Cámara Alta, el titular de ATA, Carlos Molinero, afirmó que el proyecto aprobado en Diputados “genera un desbalance en contra de la televisión gratuita” y tiene la “intencionalidad política de debilitar la actividad comercial privada independiente”, cuya continuidad “no está asegurada” (...). Molinero dijo a los senadores que “de sancionar tal como está” el proyecto en revisión “la televisión privada abierta tenderá a desaparecer” al no poder competir ni cumplimentar las exigencias de la iniciativa (...). El empresario señaló que el sector que representa considera “imperioso modificar” el artículo 161 del proyecto, que obliga a las empresas a desprenderse de señales cuando excedan el límite que se impondrá.

El 3 de octubre *UNO* publicó en la sección País una nota de gran extensión titulada “Oficialistas firman en soledad el dictamen de ley de medios”. La clara oposición del medio con respecto al proyecto se evidencia desde el título, mientras que en la pieza informativa aparece, por ejemplo, la siguiente construcción discursiva:

El oficialismo impuso su mayoría y suscribió ayer en soledad el dictamen favorable al proyecto de ley de radiodifusión, que tuvo media sanción de la Cámara de Diputados y llegará al recinto de la Cámara Alta el próximo viernes en una sesión especial que fue convocada por el vicepresidente Julio Cobos (...). El Frente para la Victoria consiguió una mínima diferencia de ocho firmas, sobre un total de 15 miembros, en las comisiones de Presupuesto y Hacienda, y de Asuntos Constitucionales, gracias a que dos senadores –el jujeño Guillermo Jeneffes y el chubutense Marcelo Guinle– dieron su apoyo con disidencias parciales.

“Hoy finalmente se tratará la ley de medios por la cual el actual Gobierno quiere condicionar a la prensa en la Argentina”. De este modo comienza el editorial del viernes 9 de octubre, donde *UNO* agravia al gobierno con la siguiente frase: “... si se cree que para tener un buen sistema de medios lo que hay que hacer

es debilitar al más fuerte y sustituirlo por uno propio, es porque se está en la luna de Valencia". Entre otra serie de adjetivaciones el medio plantea: "Los medios influyen, pero no pueden ir contra la realidad. Así que, aunque el kirchnerismo tenga más medios adeptos no va a ocurrir que pueda convencer a los votantes de que lo que está mal está bien".

Las descalificaciones al gobierno y al proyecto continúan en una nota publicada el mismo día: "Senadores K buscan aprobar la ley de medios sin cambios". En el comienzo de la pieza se resalta la siguiente adjetivación: "En un clima de ebullición política, la Cámara de Senadores debatirá hoy el controvertido proyecto de ley de medios audiovisuales". Una de las fuentes utilizadas es el ex presidente Eduardo Duhalde, quien realiza la siguiente denuncia:

Saben de mi posición crítica a cómo se está gobernando. En estas semanas fue llamado el doctor De la Rúa por las coimas en el Senado y hoy esas coimas se hacen por televisión cuando se dice a un gobernador: "le vamos a dar tanta plata o determinada obra".

GOLPEAR LA PUERTA DE LOS JUZGADOS

El sábado 10 de octubre el título principal de tapa destaca la aprobación en general de la ley, continuando con la línea editorial que resalta de manera constante la adjudicación negativa al gobierno "K". En la nota, titulada "La ley de medios K fue aprobada en general", destacan adjetivaciones que construyen un sentido opositor del tipo: "El senado nacional convirtió en ley el polémico plan del matrimonio Kirchner para manejar los medios de prensa audiovisuales de todo el país" (...) Existiría un "plan" para "manejar todos los medios del país". En este caso, la grandilocuencia deformante de los términos se corresponde con el nivel de irritación e impotencia que, por esas horas, existía en los ámbitos opositores.

El domingo 11 de octubre el medio le dedicó vastos espacios al tema. Con titulares como "En tiempo récord, aprueban y promulgan la ley de medios", se reitera la idea respecto de que la ley traerá graves problemas judiciales, orquestación que *UNO* diagramó durante gran parte del periodo observado. De igual modo, el diario construye un sentido de deslegitimación, ilegalidad e inconstitucionalidad respecto de la norma ocultando la información de los 24 foros debate que se realizaron en todo el país y la base de la ley: los 21 puntos generados por la Coalición por una Ley de Radiodifusión de la Democracia.

"Es un día triste para la República", anuncia el título de la última nota publicada en el diario el domingo 11 de octubre. La pieza toma como fuente a Francisco De Narváez: "Este gobierno necesita que exista gente pobre y además desinformada o mal informada" (...) "Es una mala ley que va a condicionar la libertad de expresión y la manera de informarse de los ciudadanos" (...) "Es una ley que nació manchada de autoritarismo".

CONCLUSIONES

El diario local *UNO*, medio que forma parte del multimedia Vila-Manzano, desplegó una serie de mecanismos con el fin de construir un sentido de oposición y deslegitimación en torno al proyecto y sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La crudeza de los términos utilizados y la transparencia de sus intereses estratégicos le restaron eficacia discursiva. La propaganda se desplegó en términos panfletarios, actitud que indica el carecer estratégico del debate y una determinada relación de fuerzas en el plano de las pujas simbólicas.

Durante el período analizado el tema formó parte importante de la agenda del medio. De 323 titulares, 35 se refirieron al proyecto de LSCA y el 100% construyó un sentido opositor con la clara intencionalidad

de defender sus intereses corporativos y mantener el *status quo*. En sus páginas interiores, el medio publicó piezas periodísticas en las secciones Mendoza, País y en las destinadas al género opinión. En total, UNO le dedicó al tema expuesto 184 las notas, de las cuales 178 generaban un sentido opositor. Es destacable en cuanto a las piezas de género opinión (58 en total), ya que el 100% argumentaba oponiéndose al nuevo proyecto de ley. Por otro lado, la mayoría de las piezas dedicadas a tratar la temática tuvieron una ubicación destacada tanto en tapa como en páginas interiores y fueron acompañadas por fotografías y caricaturas que reforzaron en su totalidad la construcción de un sentido común opositor y deslegitimante del proyecto en cuestión.

Las fuentes utilizadas, es decir, tomadas como “voces autorizadas” para construir las noticias respecto de una nueva ley, fueron mayoritariamente, específicamente, Daniel Vila, dueño del multimedia. En algunos casos se tomó como fuente al gobierno nacional, como sucedió con los discursos de la presidenta Cristina Fernández, pero los dichos de la mandataria siempre fueron contrastados por fuentes adversas. Salvo en un par de piezas, en las notas no se consultan las opiniones, visiones y fundamentos de integrantes de la Coalición por una Ley de Radiodifusión de la Democracia, que contiene a cientos de organizaciones sociales, universidades, medios alternativos, comunitarios, populares, especialistas y profesionales. Para el grupo, la Coalición era parte de las “tropas K”.

La intencionalidad opositora y deslegitimante también se desprende de las adjetivaciones y construcciones discursivas que el medio utiliza en sus piezas periodísticas destinadas al tema: “ley de medios K”, “buscan amordazar a la prensa y a la ciudadanía”, “advierten que se perderán fuentes de trabajo”, “la libertad de expresión, en peligro”, “buscan consolidar el monopolio del Estado”, “esta ley es peor a la existente”, “hay medios que desaparecerán”, “ley de con-

trol de medios”, “invitamos a la ciudadanía a resistir la tiranía de los K”, “el poder K manipuló el debate por la ley de medios”, “ley de medios de Cristina”, “mala ley que va a condicionar la libertad de expresión”, “una ley que nació manchada de autoritarismo”.

Estas construcciones fueron acompañadas por otras piezas periodísticas que si bien no se referían particularmente al tema planteado contribuyen a la construcción de un sentido común opositor al gobierno nacional y por ende a la ley que este impulsó. El 18 de septiembre, por ejemplo, UNO publicó la siguiente pieza: “Mujica: Los argentinos son irracionales”. En una entrevista, el candidato oficialista uruguayo descalificó también a la presidenta Cristina Fernández”; mientras que el 20 de septiembre publicó: “La iglesia católica marca como prioridad la pobreza”. Asimismo, el medio tomó temas que habitualmente no aparecen en su agenda, como las protestas de los trabajadores, con la intención de sumar al sentido opositor que busca construir sobre el gobierno para así también hacerlo respecto de la LSCA.

BIBLIOGRAFÍA

- BELINCHE, Marcelo y otros, *Medios, Política y Poder*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 2003.
- EGO DUCROT, Víctor, “Objetividad-Subjetividad como mito del periodismo hegemónico”, en AA.VV., *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas*, Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- LÓPEZ, Fernando, “Periodismo y propaganda”, en AA.VV., *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas*, Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- MATTELART, Armand, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1998.

Televisión y política: espacio público, puestas en escena y regímenes de visibilidad

Gastón Cingolani y Mariano Fernández

Gastón Cingolani es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Magister en Diseño de Estrategias de Comunicación por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es docente de grado y posgrado e investigador en la UNLP y en el Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA). Publicó en colaboración Discursividad televisiva (2006).

Mariano Fernández es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Becario Doctoral del CONICET (IdIChS-CISH, UNLP). Es docente de grado en la UNLP y en el Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA). Actualmente cursa la Maestría y el Doctorado en Ciencias Sociales de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (UNLP).

Resumen

Este artículo propone analizar un problema desatendido sobre los vínculos entre política y televisión. Una perspectiva muy arraigada sostiene que la acción política asume en el espacio público una forma espectacular a causa de la televisión. Sin embargo, con o sin mediatización, la acción política inscripta en espacios públicos en un contexto democrático siempre construye un régimen de visibilidad. El espectáculo es la forma misma de la puesta en escena política sobre el espacio público: no sólo instituye un adversario sino que funda, por la fuerza misma de su aparición, un espectador. La inscripción en el espacio público instituye a la discursividad política como una relación ternaria. El eterno desafío de todo acto público y de toda puesta en escena de lo político es que la representación allí escenificada tenga el o los efectos esperados en el tercero, y de que el tercero imaginado en producción coincida con el tercero efectivizado en reconocimiento. Al estudio de la tensión entre estas dos lógicas de construcción de regímenes de visibilidad está dedicado este trabajo.

Palabras clave: política – televisión – espectáculo – espacio público – terceridad

Keywords: politics – television – spectacle – public spaces – thirdness

Abstract

This article aims to analyze a neglected issue on the links between politics and television. A deeply rooted perspective argues that political action becomes spectacular on public space because of television. However, with or without mediatization, political action in public space in a democratic system always constructs a regime of visibility: it not only establishes an adversary but founded, by the very force of its appearance, a spectator. Enrollment in public space establishes the political discourse as a ternary relationship. The eternal challenge of all public acting and any staging of politics is that there staged representation or have the expected effects on the third, and imagined that the third as production coincides with the third achieved as recognition. This paper reflects on visibility regimes resulting from tension between both media's and politics' built-in logics.

Recibido: 27-5-2010 / Aceptado: 29-7-2010

1 El estudio se desarrolla en el marco de la investigación "Crítica y discursividad: la interfaz mediática" (MINCyT/IUNA, 2009-2010) y del proyecto de Beca Doctoral: "Sistema mediático y formación de entidades del imaginario político: un análisis aplicado al conflicto que, en 2008, enfrentó al Gobierno Nacional y al sector agropecuario. Espacio público, litigios políticos y mediatización" (CONICET, 2009-2012).

2 Por lo demás, la exposición conjunta de estos textos se justifica porque demuestra que este problema se ubica en un cruce que concierne a las ciencias de la comunicación, a la semiótica, a la teoría política y a la teoría sociológica.

3 Algunas referencias bibliográficas de autores que abordan el problema desde esa perspectiva: Sartori (1998), Sánchez Ruiz (2005), Gubern (1991), Edelman (2002), Martínez Pandiani (2004), Cerbino (2003) y Mouchon (1999). Posición paradigmática en este canon es la tesis de la llamada video-política, formulada por Giovanni Sartori, para quien "la televisión anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender". En esta lógica de razonamiento, el *homo videns* (tipo antropológico resultante de la mutación del *homo sapiens* a causa de la televisión) no puede pensar en términos políticos, ya que todo el vocabulario político de la modernidad se funda en abstracciones: nación, estado, soberanía, democracia, representación, etc. (1998), y la imagen sólo admite un pensamiento de lo concreto y singular.

El presente trabajo se propone reflexionar sobre los efectos que la televisión produce en la discursividad política, especialmente en la construcción de los "escenarios" que definen la faz comunicativa de una acción política.¹ Se trata de un nudo controversial de la mediatización de la política, proceso que generalmente tiende a pensarse como una colonización de lo político por la lógica mediática, con la consecuente conversión de la política en un juego de dramaturgia, como si la relación entre la política y el espacio público no hubiera estado marcada, también y desde siempre, por una lógica de la puesta en escena.

En este sentido, es de interés indagar en *los regímenes de visibilidad que se constituyen por la superposición de dos puestas en escena en el espacio público*: una, derivada de la inscripción de acciones colectivas en ese espacio (actos partidarios, huelgas, manifestaciones civiles, protestas sociales); la otra, aquella que emerge de la mediatización de esas acciones, especialmente en el nivel que concierne al dispositivo televisivo.

Como puede apreciarse, no se trata de desconocer la incidencia de la mediatización en la práctica de la comunicación política. Pero es preciso entender que ésta, como sostiene André Bélanger (1998), siempre implica "formas específicas de apariencia y lugares propios del conflicto". Desde este punto de vista, la televisión históricamente significó "el forzoso desplazamiento de un teatro que las formaciones políticas dominaban en gran medida, hacia arenas en las que la puesta en escena es más difícil de controlar". Las tecnologías mediáticas se vuelven constitutivas del espacio público, pero, en rigor, no crean el *espectáculo político*; más bien imponen un desafío mayor: es el control de la puesta en escena lo que trastorna la mediatización.

En primer lugar, el trabajo desarrolla las premisas de nuestra perspectiva, lo que puede considerarse como una toma de posición teórica, por lo cual no se

tratará simplemente de exponer principios de análisis sino de dar cuenta del desplazamiento conceptual y terminológico que estos suponen. En segundo lugar, se expondrá una revisión de algunos autores a partir de la hipótesis que se desarrolla en el primer punto, ahora convertida en clave de lectura. Si hubiera alguna virtud en esta exposición, esta reside menos en su exhaustividad que en la detección de una serie de preocupaciones teóricas y empíricas comunes pero dispersas. Su exposición conjunta permite vislumbrar la delimitación de un campo problemático.²

Finalmente, se presentará el análisis más específico del funcionamiento de las puestas en escena de la lógica política y la lógica mediática. Si bien no se trata estrictamente de un análisis aplicado (finalmente, este trabajo puede considerarse una puesta a punto teórico-conceptual), tampoco se trata de una reflexión meramente especulativa (actitud por otra parte muy difundida en los estudios sobre este tema). Por eso mismo el análisis tiene como referencia un conjunto de actos políticos televisados durante el conflicto que en 2008 enfrentó al Gobierno nacional y al sector agropecuario.

EL TERCERO COMO PRINCIPIO REGULADOR: LA NATURALEZA DE LA PUESTA EN ESCENA

Nuestra perspectiva asume que si la mediatización efectivamente trastorna el modo de funcionamiento de la discursividad política ese cambio no habría que buscarlo en la imposición de lo espectacular como propiedad impropia. Por el contrario, cierta mirada canónica, muy difundida, sostiene que las tecnologías de la comunicación han terminado por someter al espacio público a la lógica de la estética y, por lo tanto, de la apariencia; tal mirada admite, entonces, que la televisión ha convertido a la política en un juego de dramaturgia, en un *espectáculo*.³ Desde esta perspectiva, el espectáculo es un término peyo-

rativo que nombra un efecto de alienación: la política pierde su centro y cede a las imposiciones de la lógica mediática.

Sin embargo, con o sin mediatización, la acción política inscripta en espacios públicos en un contexto democrático siempre construye un régimen de visibilidad. En este sentido es “espectacular” en un sentido originario: no sólo instituye un adversario sino que funda, por la fuerza misma de su aparición, un *espectador*. Algunos autores –sobre los que volveremos– lo han nombrado de diversas maneras: “audiencia” (Naishtat, 1999; 2004), “instancia testigo”/ “ellos” (Landowsky, 1985), “público” (Ferry, [1989] 1998), “ellos” (Rancière, 2007 [1996]). A los fines analíticos, tal vez convendría distanciarse de esta terminología, ya que no se trata de un problema comunicacional sino de un hecho que define la naturaleza semiótica –y por lo tanto, las condiciones de producción de sentido– de la discursividad política en el espacio público. No interesa, en primera instancia, la identidad (observador, audiencia, público, etc.) de ese tercero, sino su función en la estructuración de la puesta en escena política.

En efecto, si la dimensión polémica de la acción política remite a un enfrentamiento bipolar (nosotros/ ellos) su relación con el espacio público plantea un problema distinto: si hay un “nosotros” y un “ellos” los hay, siempre y por definición, para un *tercero* que debe considerarse constitutivo de esa escena. Si la “visibilidad” es una de las tres propiedades que históricamente ha caracterizado al “espacio público” (lo común, lo abierto, lo visible),⁴ mal podría caracterizarse el funcionamiento de ese espacio, y particularmente en cuanto atañe a la discursividad política, sin una teoría (o sin el intento por construirla) *del tercero como principio regulador de las condiciones de producción del discurso político en el espacio público*.

Como puede verse, se está frente a un problema en el que la construcción conceptual está profundamente

anudada con su resolución terminológica. Esto puede comprobarse en los trabajos de algunos autores que, si bien asumen que *la discursividad política* se organiza como una relación ternaria, recurren a modelos lingüísticos para explicarlo. Con lo cual suman dos inconvenientes: por un lado, trabajan sobre un esquema de pronominalización (nosotros/ vosotros/ ellos) que en muchas ocasiones no se identifica con claridad en los discursos efectivos; por otro, no pueden tratar con la materia discursiva que no está organizada lingüísticamente, como las imágenes, la gestualidad, la disposición espacial de los actos y, *a fortiori*, menos aún con la mediatización audiovisual de tales materiales.

A su vez, como principio regulador, cabe pensar que el *tercero* opera en producción, y tal vez pueda pensarse de manera inversa a la idea de Daniel Dayan (2000), para quien el acto de ver televisión instituye un “contracampo” constituido por todos los que miran simultáneamente la misma imagen televisiva. Sin embargo, para este autor, como para Dominique Wolton (1995 [1990]; 2000), se trata de una hipótesis en reconocimiento: quienes miran televisión saben que están participando de una actividad colectivamente vinculante lo que plantea el problema de la ocurrencia empírica: ¿cómo saber si efectivamente el televidente se plantea un vínculo colectivo cuando mira televisión? En producción, en cambio, es posible pensar que la televisación de una acción colectiva instituye un contracampo que se organiza alrededor de ese principio regulador: el del *tercero*, el del *observador*, el cual tiene siempre estatus colectivo.

En este nivel de análisis, entonces, parece prudente no atribuir a la mediatización la potencia de crear un estatuto –lo espectacular en la política– que la acción afectada –la discursividad política– ya poseía como configuración originaria.⁵ Sin embargo, en este nivel, la mediatización –o mejor, el periodismo, considerado como institución emergente de este proceso–

4 Véase al respecto, Nora Rabotnikof (1997).

5 Eliseo Verón (2001) advirtió hace mucho este fenómeno, pero a propósito de la comunicación política del Estado: “¿Estado-espectáculo? Sin duda, a condición de recordar que el Estado, todo Estado, siempre lo ha sido, aun cuando la impresión de la moneda con la efigie del Rey y el paso a la televisión no supongan los mismos procedimientos técnicos. La mediatización cambia la escala del espectáculo, y no su naturaleza semiótica”.

produce un fenómeno conflictivo en el seno mismo de la discursividad política: es una institución que, merced a los dispositivos tecnológicos que la fundan como sistema diferencial (Luhmann, 2000), puede producir una relación –de intermediación, de contacto, de constitución– privilegiada con ese tercero (sea la “ciudadanía”, “la audiencia”, “el público”). Puede, por lo tanto, intervenir –el interrogante es cómo– sobre ese principio regulador, pero lo puede hacer, precisamente, porque también el discurso del periodismo –entendido como medio-institución– aparece regulado por un tercero (sea “la ciudadanía”, “la audiencia”, “el público”).

Si aceptamos, entonces, que la mediatización no cambia la naturaleza de la puesta en escena política, entonces puede que haya que considerar que lo propio de la instancia mediática en el espacio público deba encontrarse en que los medios de masas son, en su funcionamiento significativo, “dispositivos de ruptura de escala” (Verón, 2002). Es la escala del espectáculo y no su naturaleza lo que la mediatización transforma. Eliseo Verón sostiene que la *ruptura* de escala supone la transferencia al nivel colectivo de operaciones de significaciones (icónicas, indiciales, simbólicas) que antes sólo eran posibles en el nivel de los contactos interindividuales. Son las estrategias que se ponen en juego en esa “transferencia” el desafío que los medios le proponen a la gestión del discurso político en el espacio público.

Siguiendo esa línea de análisis, se podría agregar aquí que la mediatización, por efecto de la ruptura de escala, introduce una segunda instancia de puesta en escena (no una duplicación, no una representación de la escena original) y, por lo tanto, modifica el régimen de visibilidad de la discursividad política. Ése es el núcleo de conflictividad que habita en el seno de la mediatización: una tensión entre lógicas de construcción de regímenes de visibilidad (o, como dice Jacques Rancière, de “esferas de inteligibilidad”).

UN ESTADO HETEROGÉNEO DE LA CUESTIÓN

La importancia de la hipótesis que se presenta aquí se refuerza, en otro sentido, porque permite hilvanar una serie de reflexiones de autores que, de manera diversa y sin vínculos entre sí, han abordado este problema, en cuanto concierne, al mismo tiempo, al funcionamiento del espacio público, al discurso político, al desarrollo de la acción política colectiva en la esfera pública, y en tanto implica la constitución de un sujeto colectivo que no coincide con el “nosotros” ni con el “ellos” que funda –según la vieja fórmula de Carl Schmitt (1998 [1932])– la especificidad de *lo político* como dominio autónomo en la vida social.

En primer lugar, cabe mencionar un trabajo de Jean-Marc Ferry (1998 [1989]) en el que el autor afirma que el advenimiento de los medios impone “una redefinición sociológica” del espacio público.⁶ Estrictamente, lo que propone Ferry es un sinceramiento conceptual: los medios “definen” al espacio público, el espacio público es el “marco mediático gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a ‘un público’ los múltiples aspectos de la vida social”. De modo que lo mediático y “el público” aparecen ya como dos problemas insolubles, en tanto ese “dispositivo institucional y tecnológico” habilita el acceso a esa entidad que, por definición, no puede identificarse con los presentes. Después, Ferry distingue el “espacio público político” que no integra (no puede integrar) todas las variantes de la comunicación política (aquellos que “en la medida en que no son mediatizados no entran en la estructuración del espacio público”: comunicación política de las masas y comunicación política de las minorías o élites).

Según esta idea, la mediatización es constitutiva en producción y en reconocimiento: en producción, porque define las condiciones de posibilidad –por el dispositivo tecnológico– de la estructuración pública

6 La hipótesis de Ferry es que hay dos procesos históricos concurrentes que van a signar las transformaciones de la publicidad política durante el siglo XIX: el advenimiento de la “democracia de masas” y la consolidación de los “medios de comunicación masiva”.

de una acción, y define, también, tácticas de puesta en escena y de estrategias discursivas (a quién se le habla, cómo se le habla, etc.); en reconocimiento, obviamente, la mediatización define la posibilidad y los modos de acceso a (o de participación en) el tipo de acciones políticas desarrolladas en el espacio público (tal como lo entiende Ferry).

En segundo lugar, es posible retomar la tesis de Verón (1987) según la cual, en el contexto de un sistema democrático, el imaginario político no puede concebirse sólo bajo el módulo bipolar amigo/enemigo, sino que debe incorporar, como destinatario de un discurso político, una tercera entidad, que él denomina “para-destinatario” y que identifica con los “indecisos”, colectivo estadístico que gana mayor protagonismo en los períodos pre-eleccionarios. El “para-destinatario” podría, de todas maneras, identificarse con la figura de los “ciudadanos”, o sea, un colectivo que no es, por definición, un “operador de identificación” (aunque puede serlo, por ejemplo, “nosotros, los ciudadanos argentinos”), sino un metacolectivo plural.⁷ De modo que la discursividad política –entendida como tipología– se caracteriza por emplazarse, estructuralmente, en un triple vínculo de destinación, definido por una relación de creencia: un pro-destinatario (colectivo con el cual el enunciador mantiene una relación de creencia presupuesta); el contra-destinatario (colectivo con el cual el enunciadador mantiene una relación de creencia invertida); y el para-destinatario (colectivo con el cual el enunciadador mantiene una relación de creencia en suspenso).

Una teorización similar puede encontrarse en la propuesta de Francisco Naishtat (1999; 2004). Para el autor, “la relevancia del espacio público y de los públicos democráticos” instaura condiciones de posibilidad para la acción comunicativa de las protestas sociales: por un lado, impide que una protesta se constituya como mera acción de fuerza; y, en consecuencia, hace que toda acción colectiva en el marco de un espacio

público democrático deba “producir una audiencia”. En efecto, para Naishtat toda protesta implica una “situación de enunciación” de tres vértices: un nosotros que él denomina reclamante o denunciante; un ellos, que en su enfoque se nombra como *denunciado* o *adversario*; y una tercera figura, que no aparece pronominalizada que es el “vocativo de la enunciación”, el público ante quien se habla: “la ciudadanía debe comprender que...”. La protesta, concluye Naishtat, no pertenece por lo tanto al módulo bipolar amigo/enemigo sino que “se caracteriza por la triangularidad enunciativa que es propia de la retórica, y que involucra los casos del discurso en los que los públicos y los auditorios son una figura co-constitutiva”.

Por último, se pueden glosar, brevemente, dos reflexiones formuladas desde la teoría política. Para Rancière la política es, siempre, la construcción de un escenario de interlocución, que, antes que la racionalidad de los argumentos de los interlocutores, se define porque lo que está en juego es la igualdad o la desigualdad de los interlocutores como “seres parlantes”. El problema de la política (lo que este autor denomina “la cuestión litigiosa”) es una disputa en la que están implicados el lugar, el objeto y los sujetos. Ahora bien, el discurso político instituye un escenario argumentativo que, a diferencia de lo que sostiene Jürgen Habermas, no puede formalizarse como un diálogo (como presupuesto del consenso). Dice Rancière: “Los juegos de la tercera persona son esenciales para la lógica de la discusión política. Precisamente, esta no es nunca un simple diálogo. Siempre es menos y es más. Es menos, dado que el litigio, la diferencia del logos consigo mismo, siempre se declara en la forma de un monólogo. Es más, porque el comentario instituye una desmultiplicación de las personas”.

De esta afirmación, que plantea un problema conceptual a partir de los modos de pronominalización de los sujetos políticos, Rancière entiende que el “ellos” (la tercera persona que es “tanto una persona

7 Según Verón (1987), “esta presencia en el discurso no es azarosa: resulta de una característica estructural del campo político en las democracias parlamentarias occidentales, la presencia de sectores de la ciudadanía que se mantienen, en cierto modo, fuera del juego”.

de interlocución directa e indirecta como una de observación y objetivación”) puede cumplir tres funciones: “Primeramente, designa al otro, como aquel con quien se debate no sólo un conflicto de intereses sino la situación misma de los interlocutores como seres parlantes. En segundo lugar, se dirige a una tercera persona ante la cual plantea virtualmente esta situación. En tercer lugar, instituye a la primera persona, ‘el yo’ o el ‘nosotros’ del interlocutor, como representante de una comunidad. El conjunto de estos juegos es lo que en política quiere decir opinión pública”.

Otro autor que ha pensado este tema es Eric Landowsky (1985). En su caso, el punto de partida es que no se puede entender la construcción de sujetos individuales (el yo) o colectivos (el nosotros) independientemente de la presencia o de la ausencia de lo que él llama “una tercera persona” que hace la función de “observador”. En su trabajo, Landowsky identifica a esa tercera persona como una “instancia testigo” o con el pronombre “ellos”. Este ellos, como puede advertirse, define la posibilidad de constitución de un nosotros, sin que se trate del Otro polémico o adversario. Y esto es así siempre que ese nosotros se constituye en el espacio público. Lo público, como esfera de experiencia donde puede constituirse un sujeto colectivo (plural o individual) se define, precisamente, por la presencia de la “instancia testigo”.

Como se observa, un intento de integración teórica se vería obstaculizado por los propios presupuestos o principios teóricos de los autores mencionados (ya de la teoría de los actos de habla, ya de la teoría de la enunciación, ya de la teoría de la acción comunicativa). Sin embargo, lo que no puede obviarse es que todos estos autores permiten delimitar un campo problemático que incumbe, necesariamente, a los medios de comunicación, precisamente porque los medios le plantean a la acción política y a la producción del discurso político el desafío del contacto con los colectivos que definen y organizan identidades

sociales. Y, sin dudas, porque se está frente a un objeto que no ha sido abordado ni tratado en toda su complejidad.

LA TELEVISACIÓN DE LOS ACTOS DEL GOBIERNO NACIONAL Y DEL SECTOR DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS

La separación entre puesta en escena del acto político y puesta en escena mediática parecía perder vigencia en los debates sobre este asunto dado que, en las sociedades mediatizadas, la primera ha quedado progresivamente subordinada a la segunda. Sin embargo, se considera que es preciso volver sobre ello, ya que la multiplicación de modalidades de mediatización, así como su revisión posterior ha generado condiciones de aparición de la tematización, a nivel mediático, de una tensión entre ambos tipos de puesta en escena (la política y la mediática). Más aún, en buena medida, el debate político se ha transformado, a veces, en una crítica de la puesta en escena mediática de los actos públicos.

En los actos en el espacio público la escena se configura sobre una espacialidad constituyente, compuesta por dos sub-espacios: el sub-espacio 1 de los *oradores* que se organiza enfrente al sub-espacio 2 de los *oyentes*. En la escena “original”, esta doble espacialidad, marcada sobre la superficie topográfica, es estrictamente simbólica⁸ y dispone el carácter complementario de la relación entre los dos tipos de actores. Como en tantas otras espacialidades instituidas-instituyentes, la distribución en el espacio asigna los roles que ocupan los diferentes actores individuales y colectivos. Ahora bien, caracterizar esta relación como orador / oyente no es del todo justo. Se debe considerar que el oyente está en una relación (apoyo, reclamo, repudio) respecto del actor orador, y que esa relación se inscribe en una dimensión colectiva: no son los individuos los que están en la posición de oyentes, sino ya un colectivo, que toma posición en

8 Simbólico no tiene aquí el sentido difuso y poco técnico que dan algunas teorías sociológicas o antropológicas al plano del sentido que suele oponerse al ámbito de lo “material”, sino estrictamente como lo entiende Charles Peirce (1987) en la trilogía icónico-indicial-simbólico. Lo icónico es la dimensión representacional a través de cualidades y semejanzas; lo indicial remite a la dimensión de lo factual y de la conexión entre espacios o entidades contiguas; lo simbólico remite a la significación basada en la operación de lo convencional y lo general.

relación al actor orador. Este colectivo es el resultado de una operación simbólica de generalización y de representación (representación de una serie no siempre determinable de individuos). De acuerdo con Naishtat, quien emplea el léxico *oxfordiano* de los actos de habla, esta operación se produce por medio del carácter performativo que le otorga el hecho de emplazarse en el espacio público.

En términos *peirceanos*, se habla aquí de representación como signo, y todo signo lo es para un *tercero*, o mejor dicho, *en virtud de un tercero*. Es decir, señalar esa relación de hablante oyente como binaria no es justa porque dichos actores no están frente a frente sólo para decirse algo uno al otro: están ahí, ante todo, para que eso que se dicen se escenifique para un tercero. Cuando esto no es así las reuniones (políticas o del tipo que sean) se realizan en un espacio privado o de manera secreta, no siempre enmarcado institucionalmente, y por tanto despojado de toda idea de presentación ante un tercero. De ahí que el acto público político como tal siempre ha sido espectáculo.⁹ La escenificación en virtud de un tercero asume una representación presunta: el colectivo emerge como legítimo interpretante *en producción* y como representamen de un imaginario *en reconocimiento*.¹⁰

Sobre su mediatización audiovisual, de apenas un siglo de existencia aproximadamente, se debe señalar que ha sido tremendamente adecuada por su triple potencialidad icónica, indicial y simbólica. Siguiendo a Peirce, lo *icónico* brinda las operaciones de sustanciación del estatuto representacional, por medio de la figuración de cualidades, por algún tipo de semejanza o rasgos en común, extendiéndose hasta la posibilidad de la identificación; lo *indicial* articula las disposiciones para el contacto, y lo *simbólico* normativiza y estructura lo generalizable, en todas sus dimensiones. El eterno desafío de todo acto público y de toda puesta en escena de lo político es que la representación allí escenificada tenga el o los efectos

esperados en el *tercero*, y que el *tercero* imaginado en producción coincida con el *tercero* efectivizado en reconocimiento. Por su parte, el orador tiene, como tal, una dimensión individual relevante: además de poder representar una posición y valores co-extensibles a un colectivo (partidario, institucional, ideológico, etc.) encarna también atributos y valores que han legitimado la ocupación de dicho rol. Desde la mediatización radial y cinematográfica hasta la televisión, no ha cesado de reconfigurarse la dinámica individual de los actores políticos que cargan sobre sí un rol de liderazgo y representación. Pero, obviamente, ese carácter también se produce en virtud de una terceridad.

Ahora bien, ¿por qué se repasan estos lineamientos que en definitiva pueden resultar obvios? Porque es en función de ellos que el registro audiovisual articula *su propia* estrategia. Esta estrategia (pensada para anticipar posibles lecturas en recepción) implica dos hipótesis superpuestas: la de la inteligibilidad del acto (empezando por definir la naturaleza de la relación entre quienes allí se encuentran), y la que implica un trabajo sobre la legitimación de la representatividad de los actores colectivos e individuales. Tal inteligibilidad y tal legitimación de la representatividad sólo se puede ejercer como una lectura (o crítica) de la mediatización de la puesta en escena del acto político. Digamos: todos los análisis políticos van a tratar o bien de ensalzar o bien de desmerecer ambas operaciones, y ello no puede hacerse sólo sobre el acto "puro" (sin mediatización) ni sobre la mediatización "pura" (sin considerar el acto) sino sobre ese híbrido complejo que es la puesta en escena mediática del acto político.

En el conjunto de actos televisados que se han tomado puede visualizarse que la dicotomización gobierno/ campo tiene su contrapartida en los noticieros y cadenas de noticias oficialistas/ opositores, donde respectivamente se trazan operaciones y estrategias bien diferenciadas de mediatización de los

9 Esta diferenciación tiene un símil en la significación de la violencia como conducta: si alguien agrede a otro se trata de una relación *segunda*; pero cuando se produce un atentado se implica una puesta en escena para un *tercero*.

10 Representamen-Objeto-Interpretante remite a los tres términos que componen el signo para Peirce. Para la distinción teórica *producción-reconocimiento*, y su articulación con la teoría semiótica de Peirce, ver Verón (1988).

respectivos actos. Los canales más bien opositores al Gobierno (Canal 13, Telefé, Canal 9, Todo Noticias, América24, CNN) en general utilizaban en su línea editorial el recurso de la pantalla dividida en dos: en una podía verse el acto de discurso de la Presidenta, y en la otra, imágenes de los ruralistas al costado de las rutas, mientras los canales más alineados con el Gobierno conservaron la transmisión sólo del acto presidencial. Los epígrafes que acompañaban esas imágenes también se diferenciaban sistemáticamente: mientras los más oficialistas sólo referenciaban el discurso (Crónica TV: “Paro del campo: habla Cristina”, Canal 7: “Cristina Fernández de Kirchner. Presidenta de la Nación”, pero también Canal Rural: “Cristina Fernández de Kirchner. Presidenta de la Nación. En vivo desde Parque Norte” y América: “Directo. Habla Cristina”), en los opositores titulaban con citas y fragmentos del discurso de la Presidenta y referenciaban ambos escenarios.

La importancia que tuvo la televisión en este episodio de la vida política argentina es central. Si se la contrasta con el medio radial (donde la transmisión de los discursos carecía de los recursos para las operaciones recién señaladas y de otras figuraciones fundamentales que se abordarán enseguida) y la prensa gráfica (refugio de la reflexión *ex post facto*), la centralidad del medio televisivo radica en que en él se transmitieron los discursos que funcionaron como núcleos principales de lo que se identificó mediáticamente como el conflicto gobierno/ campo, y tuvieron allí lugar operaciones cruciales en el modo de producción (y por tanto, condición de reconocimiento) de los diferentes actos y discursos durante las semanas de permanencia del conflicto en la agenda periodística.

Este estudio se centra por ello en la televisión. Desde el punto de vista de la puesta en escena del discurso político, se puede mencionar que la televisión posibilita dos grandes regímenes enunciativos. Por un lado, el que se estructura sobre la base de la

mirada a cámara (Verón, 1983). Este recurso construye propiamente una relación de *secundidad*: interpelación y contacto, vínculo (mediatizado) establecido a través del eje de la mirada. Bajo esta modalidad, el *tercero* (inherente a todo proceso semiótico) se pone al servicio de la secundidad, opera su cristalización. Vale decir: no tratándose de una configuración escénica (que consagra el sintagma teatral de *diá*-logo para un tercero fuera-de-escena), no hay espectador, sino sólo interpelado.

Como se trata de secundidad afectada por la mediatización la operación de la terceridad (que no puede desaparecer sin que desaparezca el proceso sígnico mismo) es la de *reimplante individual en el seno de un colectivo*. Si “yo” soy interpelado cuando alguien “me” habla y “me” mira en televisión –fuera del caso de la psicosis– asumo que soy interpelado en mi carácter de *presunto*, no de *efectivo*; no es “a mí”, individuo singular, a quien se dirige, sino “a mí” en tanto individuo-componente-de-un-colectivo y por lo tanto generalizable/ generalizado. Este régimen del contacto es el que la televisión ha explotado sobre todo en noticieros, shows, programas de debate y demás géneros con conductor o presentador. En el caso particular del discurso político, la palabra oficial de los gobernantes ha tomado provecho primordialmente de esta operación mediante la Cadena Nacional.¹¹

Por otro lado, se encuentran las presentaciones de actos donde se produce la figuración escénica *diológica* orador-oyente. Una tal figuración hace emerger la figura de un tercero. Ese tercero, por su posición fuera-de-escena, se constituye necesariamente como espectador. Sólo ulteriormente puede *además* “ingresar” a escena por identificación o contra-identificación en los colectivos figurados como representativos.¹² Esta doble base que posibilita el dispositivo televisivo se articula complejamente con la matriz del discurso político. Si se revisa la dimensión polémica, tal como la teoriza Verón (1987), el tercero del discurso político

11 Para un trabajo en detalle sobre este aspecto de los discursos presidenciales televisados por Cadena Nacional, véase Gastón Cingolani (2009).

12 Lo que no impide la posibilidad de permanecer en la zona de descrédito de la representatividad de esos actores o de la puesta en escena misma.

no es ni el pro- ni el para- ni el contra-destinatario; se quiere decir, ninguno de esos tres es *necesariamente tercero*. Lo de tercero se lo da su carácter de político como espectacular, y no lo de político como polémico. Por eso el tercero es ante todo *espectador* (lector, oyente, televidente) *generalizado* y por tanto *colectivo*. Sólo recién puede producirse esa compleja identificación con los actores de la escena, activado a partir de las representaciones de los colectivos que el discurso político mediatizado configura, en un espacio polémico.

El caso de “máxima eficacia” tal vez sea el de la configuración de un colectivo en el que todos los individuos se sientan interpelados. Tal caso sería el del discurso de un funcionario gubernamental por Cadena Nacional, donde la mirada a cámara articulada con una invocación al colectivo *ciudadanos* genera un compromiso legalizado en una escala que tiende a coincidir con el imaginario del Estado mismo. Quizás sea hoy día la pervivencia de la vieja televisión “generalista” que reclamaba Wolton; pero también, esa doble superposición, tal vez en esta época corra con el riesgo de juzgarse anti-democrática: esa configuración tiende también a la disolución de la dimensión polémica expresada en los tres colectivos de destinación: la palabra del funcionario afecta a todos los ciudadanos por igual. No cabe el estar o no de acuerdo, no está en juego una modalidad enunciativa que dé lugar a la validación, sino que se produce como un acto performativo.¹³

En el corpus seleccionado se revela un invariante de manera particular. Tanto los discursos del sector agropecuario como los de la Presidenta de la Nación suprimen toda interpelación vía mirada-a-cámara y se basan en una fuerte puesta en escena orientada al actor *oyente*: ambos sectores han elegido la estrategia de la *escenificación* (y no la del *contacto*). Si se atiende en especial a las transmisiones de los actos como condiciones de producción se tendrá una

consolidada serie de modalidades de figuración de estos actores (orador y oyente) en la transmisión de actos públicos. El colectivo orador (sub-espacio 1) se compone de individuos identificables. El número de los que toman la palabra es variable, pero funcionan como comitiva conjunta. El rango de figuración visual va del plano que focaliza en el orador de turno al conjunto de individuos que lo acompañan, cuya gestualidad y contigüidad física organiza un bloque cuyo grado cero es la armonía. En el conjunto de individuos que componen al colectivo orador representando al sector de productores rurales, en los actos analizados el representante de la F.A.A., Eduardo Buzzi, siempre ha sido el último en tomar la palabra. La protocolización de este tipo de actos indica que ese es el lugar central: quien cierra la ronda de oradores es el más importante. Tratándose en este caso de un conglomerado de cuatro entidades en relación “horizontal”, la lectura de esta decisión sólo puede comprenderse como estrategia. Buzzi y la F.A.A. aparecen en tal sentido como el bando más próximo a un punto de encuentro ideológico entre el sector rural y el sector oficialista. La invocación de colectivos que realiza en sus discursos lo marca claramente.

En el caso del colectivo *oyente* (sub-espacio 2), en tanto, se trata más bien de un grupo mayúsculo no necesariamente compuesto de individuos identificables. Las modalidades de su figuración están esquematizadas mediante tres tipos de planos *visuales* de diferentes escalas que traducen también instancias de diferente naturaleza, en una dimensión *icónica* atravesada por operaciones *simbólicas*.

PLANO INDIVIDUALIZANTE

Si bien el sub-espacio 1 es el de los individuos identificables, ciertas veces se circunscriben algunos individuos en el sub-espacio 2 cuyas respectivas fisonomías activan operaciones propias de la figurativización. El rango de posibilidades de este plano se

13 Lo contrario a esto podría ser el debate, donde cada actor pone su palabra en equivalencia con la de su contendiente, o la del acto con público en escena y sin mirada a cámara, donde el orador sólo invoca al oyente-fuera-de-escena por intermediación del público-en-escena, con los riesgos de “fuga” que ello implica.

14 En su estudio sobre el dispositivo fotográfico, Jean-Marie Schaeffer (1990) ha discriminado estas dos operaciones: la primera, la del *reconocimiento*: quien se encuentra ante una imagen puede reconocer que “este es un X”, donde “X” puede ser “hombre”, “perro”, “paisaje”, “manifestación”, etc., es decir, entidades o estados de hecho *genéricos*, sin necesaria identificación del individuo particular de esa clase “X”. En buena medida, para ello es preciso un saber ajeno al de esa imagen, un saber “del mundo”, que posibilita el paso a la segunda operación, la *identificación*: este es “mi tío Roberto”, “Eva Perón”, “la explosión de Hiroshima”, etc. Cuando *en producción* se prevé la posibilidad de un no-paso del reconocimiento a la identificación por la información *icónica* suele agregarse una información lingüística que activa dicha identificación (epígrafe).

15 Aquí se tendría un paso diverso del que propone Schaeffer (del reconocimiento a la identificación): a partir del reconocimiento que permite hacer surgir la pregunta por la identificación individual (“¿Quién es este individuo con aspecto de campesino?”) se propone la *identificación de una clase* (“Este individuo no es nadie *en particular*: son los campesinos”).

16 El intento por des-in-diferenciarse se ha marcado, desde hace décadas, por las banderas de doble asta y otros soportes de insignias partidarias, sindicales, sectoriales, etc., claramente visibles en panorámicas. Por ejemplo, en el acto del 15 de julio en Palermo, en el plano generalizante del colectivo oyente del sector ruralista se distinguen las banderas e insignias rojas del MST.

puede describir según los dos tipos de interpretación que, para la fotografía en su dimensión icónica, ha deslindado acertadamente Jean-Marie Schaeffer como *reconocimiento* e *identificación*.¹⁴ Este plano posibilita identificar a fulano de tal. En el acto del sector agropecuario del 25 de Mayo en Rosario, Buzzi identifica a una Madre de Plaza de Mayo entre el público, la señala y la menciona, lo que es acompañado por un plano individualizante de la televisión.

PLANO GRUPAL

Recorta un grupo donde los que se resaltan son rasgos tipológicos generales, identificatorios de un *grupo* (no necesariamente extensible a la masa de oyentes): características de género, etarias, étnicas, partidarias, etc., pero también estilísticas, que pueden traducir pertenencia de clase o de sector social. Es decir, este plano posibilita el reconocimiento icónico de rasgos o atributos que se vuelven visibles porque están inscriptos en los cuerpos o en sus atavíos, consignas o símbolos partidarios localizables con un plano necesariamente cercano.

La diferencia con el plano individualizante no es en verdad de grado sino de cualidad: aun cuando este plano puede incluir igual o más cantidad de individuos que en el anterior, el plano grupal activa sobre todo el salto *conceptual* del individuo a la clase. A menudo, este salto también es reforzado desde lo verbal.¹⁵ Como ejemplos de estos dos primeros tipos de planos es interesante la evolución de los modos de escenificar los discursos de la Presidenta durante la semana aquí considerada. Durante la emisión del discurso del 25 de marzo, los canales de noticias, por no estar afectados a la Cadena Nacional, incluyen (aunque tímidamente al principio) algunas imágenes de los ruralistas mientras habla la Presidenta, de un modo *general*: se ve una multitud, predominantemente de espaldas a la cámara, y cuya única posibilidad de identificación se establece a partir del

epígrafe “Directo-Entre Ríos” (25/3, Canal 26). En la emisión de Todo Noticias del discurso desde Parque Norte, bajo un gran título (“Habla Cristina, el campo espera”) se organiza la pantalla en dos partes: por un lado en diferentes planos individualizantes se muestra a la Presidenta y a sus co-partidarios (“Vivo-Parque Norte”), y por el otro en *planos grupales* a individuos o pequeños grupos de personas que se presentan, según el epígrafe: “Vivo los cortes”). Los dos epígrafes menores trabajan sobre la localización: se construye un espacio público-político cuyos sub-espacios enfrentados sólo coexisten televisivamente. Por su parte, el epígrafe general reafirma la configuración complementaria del espacio escenificado, a la vez que designa los actores en cuestión: “Cristina”, “el campo”. Cada *plano grupal* de “los cortes”, pues, remite a un colectivo (“El campo”). A medida que fueron avanzando los discursos y estas emisiones televisivas, se produjo una transición sumamente importante para el relato de este conflicto: el *plano grupal* que tomó a Alfredo De Angelis como uno entre muchos otros individuos del sector rural en las emisiones del discurso del 25 de marzo, ya en la emisión de América 24 del 31 de marzo se transformó directamente en un plano *individual*, y ocupando nada menos que la otra mitad de la pantalla que contenía a la Presidenta y el resto del acto en Casa de Gobierno, durante todo el discurso de ésta. Esta configuración, por ende, puso en un lugar de representatividad a De Angelis diferente del que se le había dado seis días antes.

PLANO GENERALIZANTE

Construye un conjunto *masivo* en el sentido de que se trata de un colectivo sólo constituido por su rol de oyente, y es indiferenciado por definición.¹⁶ Sólo caracterizan a la masa su relación con los oradores: apoyo, reclamo, repudio, petición, etc. Otras cualidades, como cantidad, ubicación, comportamiento, capacidad de convocatoria o de organización, en

apropiación simbólica de espacios públicos, se convierten en elementos que soportan la relación y la legitimidad del carácter representativo de los actores: la mostración visual de la cantidad, así como de los comportamientos grupales, es tarea de la mediatización visual de estas puestas-en-escena.

En el acto del 15 de julio en Palermo, el comienzo del discurso de Buzzi está organizado fundamentalmente en la configuración verbal del componente social y plural del colectivo *oyente*. Tal operatoria es fuertemente acompañada por la mediatización de este acto, mediante planos generalizantes (panorámicas y tomas aéreas desde diferentes sectores) y planos grupales (focalización en balcones de edificios laterales a la avenida Del Libertador) que hace el canal Todo Noticias. Pero, dado el modo de “visibilidad” del sector rural durante las emisiones de discursos presidenciales (cortes múltiples de rutas con personas de pie o sentadas en vehículos o al costado de los caminos), el plano *generalizante* no siempre tuvo tal lugar. Mientras que en los discursos de la Presidenta en Parque Norte y en Plaza de Mayo se pusieron en escena, de modo muy contundente, planos de masas en señal de apoyo, sólo posteriormente lo implementó también el sector rural en actos multitudinarios (Palermo y Rosario) convocados probablemente a tal efecto.

Remarquemos, pues, que mientras en los dos discursos en Casa Rosada (25 y 31 de marzo) la composición de los planos *grupal* y *generalizante* alternaba con planos *individualizantes* (dada la posibilidad de *identificación* de los personajes que componían el auditorio), en los dos actos en la “intemperie”¹⁷ (Parque Norte del 27 de marzo y Plaza de Mayo del 1° de abril) se puede constatar una dinámica entre los tres planos asociada a funciones precisas: el plano generalizante opera como constatación de la magnitud del acto y de la capacidad de movilización (el sonido ambiente refuerza ambas operaciones); el plano individual ubica

de manera diferencial y preferencial a la Presidenta; el plano grupal circunstancialmente repara en rostros del público, donde remite a cierta imaginería del noticiero cinematográfico del peronismo histórico, a la vez que busca registrar gestos de asentimiento en momentos en que la oradora hace afirmaciones importantes, y por tanto la situación de interlocución aparece encarnada en cuerpos individuales (lo que supone una intervención sobre la mera relación líder-masa).

REFLEXIONES FINALES

Hace tiempo ya que los debates teóricos sobre el campo de lo político han puesto una mayor atención sobre la importancia de la discursividad. En esa línea, uno de los aspectos más discutidos se vincula con las transformaciones que la mediatización –sobre todo, en su dimensión tecnológica– produce en el discurso político. A diferencia de una perspectiva que concibe lo mediático como degradante instrumento de *dramaturgia*, se sostiene que no puede soslayarse la condición de *espectáculo* de lo político, que en las sociedades contemporáneas tiene en la dinámica de los medios masivos su principal motor. Así, la dimensión *polémica*, que tradicionalmente se considera principio rector de la discursividad política¹⁸ (como expresión del antagonismo, que, por su parte, sería el principio ontológico de una relación política)¹⁹, no opera de manera autónoma una vez que la acción política se desarrolla en el espacio público; por el contrario, se articula complejamente con la dimensión *espectacular*: constitutivamente se polemiza frente a un tercero.

Ahora bien, pese a tomar en cuenta estas dos dimensiones, en algunos casos, los análisis parten de la categorización de un “nosotros” y/o de un “ellos”. Lo que sea que estas categorías indiquen presentan al menos dos limitaciones: si hay “nosotros” no puede haberlo fuera del sistema pronominal completo

17 Se sostiene la importancia de la dimensión signifiante de la *intemperie* de Mario Carlón (2009).

18 Se ha mencionado que dicha concepción remite a un trabajo fundacional de Carl Schmitt, para quien la existencia de *lo político* como dominio autónomo de la vida social (aquello que permite distinguir acciones políticas de acciones que no lo son) es la distinción “amigo/ enemigo”, que también suele identificarse con la pronominalización “nosotros/ ellos”.

19 Véase al respecto, Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (1987).

(*nosotros-vosotros-ellos*), lo que en algunos estudios parece olvidarse, argucia que no hace justicia al instrumento elegido.²⁰ Pero, sobre todo, cuando se trata de discurso político mediatizado (lo que sucede la mayor parte de las veces) hay una superposición de dos instancias que no necesariamente pueden ser tratadas como una maniobra unívoca: la estrategia del discurso originado en la instancia atribuible al acto partidario está en tensión con la estrategia de la instancia atribuible a la institución mediática. Cada una de ellas negocia su propia apuesta enunciativa, y el resultado de ello es un híbrido –no siempre describable– de las dos componentes. Como sea, en tales casos, ¿quién encarna el “nosotros”, el “vosotros” o el “ellos”?²¹ La dificultad de esto radica en el carácter no-exclusivamente-verbal del espectáculo mediático, y el acto político no escapa a ello.

La teorización inspirada en la semiótica peirceana, y su aplicación a la discursividad resulta, en consecuencia, un instrumento más sensible a tales tensiones, ya que permite, por un lado, articular de manera coherente una construcción conceptual, al tiempo que desembaraza de ciertas confusiones terminológicas, y ofrece, por otro, una plataforma analítica adecuada a ese planteo.

BIBLIOGRAFÍA

BÉLANGER, André, “La comunicación política, o el juego del teatro y de las arenas”, en Gauthier, Gilles; Gosselin, André y Mouchon, Jean, *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998.

CARLÓN, Mario, “Mediatización de la figura presidencial en la Argentina de la democracia: de los marcos institucionales a la intemperie”, conferencia en el Pentálogo Inaugural CISECO, Japaratinga, Brasil, 30 de septiembre 2009.

CERBINO, Mauro, “Medios, política y democracia”, en *Iconos*, Nº 16, FLACSO, Quito, mayo de 2003.

CINGOLANI, Gastón, “Mediatización de la figura presidencial: espacios, estrategias y transiciones”, conferencia en el Pentálogo Inaugural CISECO, Japaratinga, Brasil, 28 de septiembre 2009.

CULIOLI, Antoine, *Pour une linguistique de l' énonciation*, Ophrys, París, 1990-1999.

DAYAN, Daniel, “Televisión, le presque public”, en *Réseaux*, Nº 100, Cent/Hermès Science Publication, París, 2000 (Traducción de Natalia Ferrante y Gastón Cingolani, mimeo).

EDELMAN, Murray, *La sociedad del espectáculo*, Manantial, Buenos Aires, 2002.

FERRY, Jean-Marc (comp.), *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1998 (1989).

GUBERN, Roman, *El simio informatizado*, Eudeba, Buenos Aires, 1991.

LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal, *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*, Siglo XXI, México, 1987.

LANDOWSKY, Eric, “Eux, nous et moi: régimes de visibilité”, en *Mots*, Nº 10, Número especial: “Le ‘nous’ politique”, marzo 1985.

MARTÍNEZ PANDIANI, Gustavo, “El impacto de la televisión en la comunicación política moderna”, en *Otro Sur*, Medios-Cultura Sur, Rosario, 15 de agosto de 2004.

LUHMANN, Niklas, *La realidad de los medios de masas*, Antrophos, México, 2000.

METZ, Christian, *L' énonciation impersonnelle ou le site du film*, Meridiens Klincksieck, París, 1991.

MOUCHON, Jean, *Política y medios. Los poderes bajo influencia*, Gedisa, Barcelona, 1999.

Sapiens, Rosario, 1999.

NAISHTAT, Francisco, *Problemas filosóficos en la acción individual y colectiva*, Prometeo, Buenos Aires, 2004 (1999).

_____, “Acción colectiva y regeneración democrática del espacio público”, en Quiroga, Hugo; Villavicencio, Susana y Vermeren, Patrice (comps.), *Filosofías*

20 No se considera aquí, por otra parte, que en el seno de las ciencias del lenguaje, hoy día ya se cuentan teorías que no sostienen de la misma manera que las antiguas gramáticas la univocidad elemental de las tres personas del plural. Véase al respecto, Antoine Culioli (1990-1999).

21 Como lo ha demostrado Christian Metz (1991) para el cine de ficción, ninguna imagen o escena audiovisual traduce, adecuadamente, este sistema de categorías pronominales lingüísticas.

de la ciudadanía. *Sujeto político y democracia*, Homo Sapiens, Rosario, 1999.

PEIRCE, Charles, *Obra Lógico-Semiótica*, Taurus, Madrid, 1987.

RABOTNIKOF, Nora, *El espacio público y la democracia moderna*, Instituto Federal Electoral, México, 1997.

RANCIÈRE, Jacques. *El desacuerdo*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2007.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique, *Medios de comunicación y democracia*, Norma, Buenos Aires, 2005.

SARTORI, Giovanni, *Homo videns*, Taurus, Madrid, 1998.

SCHAEFFER, Jean-Marie, *La imagen precaria. Del dispositivo fotográfico*, Cátedra, Madrid, 1990.

SCHMITT, Carl, *El concepto de lo político*, Alianza, Madrid, 1998 (1932).

VERÓN, Eliseo, *Espacios mentales*, Gedisa, Buenos Aires, 2002.

_____, *El cuerpo de las imágenes*, Norma, Buenos Aires, 2001.

_____, *La semiosis social*, Gedisa, Barcelona, 1988.

_____, "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", en AA.VV., *El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*, Edicial, Buenos Aires, 1987.

_____, "Il est là, je le vois, il me parle", en *Communications*, Nº 38, París, 1983.

WOLTON, Dominique, *Internet, ¿y después?*, Gedisa, Barcelona, 2000.

_____, *Elogio del gran público*, Gedisa, Barcelona, 1995 (1990).

tram[**p**]as

de la comunicación y la cultura

Publicación mensual que intenta abordar, con una perspectiva interdisciplinaria, los campos de la política, la cultura, la comunicación, el periodismo y los medios, realizada con el aporte de docentes e investigadores del país y del exterior.

Artículos, entrevistas y reseñas bibliográficas.



E-mail: trampas@perio.unlp.edu.ar

La lucha por la hegemonía del proyecto político y el control del espacio público

Omar Rincón y Ana Lucía Magrini

Omar Rincón es Profesor Asociado en la Universidad de los Andes y director del Centro de Competencia en Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert, Colombia. Es crítico de medios en *El Tiempo* y blogger de *lasillavacia.com*. Es autor de *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento* (2006) y *Televisión, video y subjetividad* (2002), y ha editado libros como *Telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia* (2008) y *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (2005).

Ana Lucía Magrini es Licenciada en Ciencia Política por la Universidad Católica de Córdoba (UCC), maestranda en Comunicación por la Universidad Javeriana de Bogotá y doctoranda en Semiótica en el Centro de Estudios Avanzados (UCC). Se desempeña como asistente de investigación y como blogger de *lasillavacia.com*.

Resumen

La democracia es una moda discursiva y una débil práctica cultural en América Latina. Hemos creado una democracia a "nuestro gusto y estilo" o tal vez al capricho de los líderes mediáticos y misionales que hemos tenido. En este ensayo se problematiza la democracia que venimos siendo en América Latina desde las perspectiva de los populismos y los poderes de los medios de comunicación. Este mapa de la situación democrático-mediática documenta cómo los medios de comunicación son actores que luchan por el control del espacio público para beneficio de un proyecto político específico.

A modo de conclusión, se presenta una propuesta de reinención de los medios y de la democracia, delineando posibles caminos hacia lo que podríamos denominar "criterios político-mediáticos de calidad democrática" y "principios político-mediáticos de gobernabilidad democrática".

Abstract

Democracy is a mode of discourse and cultural practice weak in Latin America. We have created a democracy with "our style and taste" or maybe a caprice of the mediatic and missionary leaders we have had. This essay problematizes the kind of democracy that we been in Latin America from the perspective of populism and media's power. This map of the democratic state media documents how the mass media fight for the control of the public space for the benefit a specific political project.

As a conclusion, it presents a proposal for a reinvention of media and democracy, delineating possible ways towards what we might name "political-media criteria of democratic quality" and "political-media beginning of gobernabilidad democratic".

Palabras clave: medios – democracia – poder – gobernabilidad – campañas electorales

Keywords: media – democracy – power – governance – electoral campaigns

Recibido: 3-11-2009 / Aceptado: 11-3-2010

*La idea de representación nació acompañada
por la certeza de que las "mayorías"
no estaban capacitadas para el autogobierno;
que ellas tendían a dejarse llevar
(no por la razón, sino) por meras "pasiones"*
Roberto Gargarella (1995)

*El populismo no fue sólo una manifestación sino la forma
histórica como en América Latina
las mayorías se constituyeron en sujetos históricos*
Jesús Martín Barbero (1984)

"La democracia es un valor aún más alto que el de una mera forma de legitimidad del poder, porque con la democracia no sólo se vota, sino que también se come, se educa y se cura". Con estas palabras, pronunciadas ante la asamblea legislativa el 10 de diciembre de 1983, el ex presidente argentino Raúl Alfonsín se refería al sentido que debía asumir la democracia, luego del último golpe militar denominado "Proceso de Reorganización Nacional" (1976-1983).¹ Desde su perspectiva, la democracia era un valor esencial: con ella los argentinos no sólo lograrían salir del nefasto período represivo sino, también, encontrar soluciones orientadas a un desarrollo equitativo para el país.

Lamentablemente, lo que muestra la historia luego de 27 años de democracia ininterrumpida es que si bien ha funcionado como mecanismo de elección (en el que efectivamente se vota), "sólo con ella" no se puede comer, ni educar, ni curar. Y todo porque la democracia es un sistema político al que se le han colgado expectativas muy altas vinculadas a lo económico, al desarrollo y al bienestar social. Se la sobrevendió como la fórmula mágica para nuestros problemas, y no respondió porque es un sistema político pero no un modelo económico, ni una fórmula de desarrollo,

es más un modo de convivir. Y no funcionó muy bien porque nunca terminamos por adoptarla como *ethos* colectivo de vida, porque la dejamos a su destino, manejada por políticos y partidos que sólo la usaron para enriquecerse y obtener poder. El resultado es que hemos llegado a la "democracia cínica", o cuando los políticos la usan para mentir, corromper, robar y ultrajar los sueños colectivos. ¿Cuánto contribuyen los medios de comunicación en la producción de las democracias cínicas?

En el contexto latinoamericano actual, las relaciones entre democracia y medios de comunicación se configuran como una problemática estratégica para imaginar la reinención de nuestros sueños políticos. Por ahora, cuando hablamos de la democracia en América Latina la palabra crisis aparece con frecuencia: crisis de representación política, de partidos, de ideas, de justicia social, de medios en la construcción de una esfera pública autónoma, diversa y plural. Para referirnos a las relaciones entre democracia y medios masivos hacemos referencia a la cuestión también por defecto: habitamos la crisis de la democracia y la crisis de los grandes medios y sus modos de informar. La pregunta que surge, entonces, es: ¿estamos atravesando una mutación de los principios y supuestos ordenadores de la democracia y los medios de comunicación en América Latina, o estamos observando los efectos de una serie de cambios en la sociedad que exceden la cuestión democrático-mediática?

Posiblemente no estén cambiando los principios de la democracia, ni estemos frente a un desplazamiento de los medios tradicionales como referentes de la vida pública; posiblemente los nuevos medios no acaben con la plaza pública y los mediadores sociales... En todo caso, lo que sí se evidencia es una transformación de los marcos y criterios de interpretación de la vida; en otras palabras, no estamos frente a un cambio "de la cosa en sí" sino del sentido que le otorgamos.

1 Si tomamos como ejemplo las campañas presidenciales que dieron origen al complejo cóctel de neopopulismos latinoamericanos y a sus modos de gobernar y estar en el poder es posible apreciar la incidencia de la comunicación instrumentalizada desde el marketing, el melodrama y las lógicas estéticas y morales de lo popular.

Nuestro argumento advierte que estas transformaciones dan cuenta de una serie de tensiones dentro de las que “se juegan” la democracia y la comunicación mediática:

- representación vs. participación ciudadana vs. pueblo;
- responsabilidad social de los tomadores de decisiones vs. mayor discrecionalidad profesional (políticos y periodistas) vs. modelos transnacionales de negocios, medios y política;
- concentración del poder económico vs. diversificación/ descentralización del mismo vs. modelos mafiosos;
- grandes medios vs. pequeños medios vs. medios *online*;
- actores gubernamentales vs. actores empresariales vs. actores sociales.

Lo cierto es que la comunicación mediática como estrategia de conexión social y seducción pública es una cuestión estratégica, un componente necesario y fundamental para la pragmática de la democracia, ya que representa uno de los más dinámicos y visibles espacios de disputa sobre los marcos interpretativos de las transformaciones de la política. De allí que su reto sea el de ampliar los marcos y criterios de interpretación y práctica del mundo político y de la realidad social. ¿Qué democracia tenemos y queremos? ¿Qué medios tenemos y queremos?

DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

La democracia tiene dos grandes concepciones: las centradas en la *democracia como un sistema* de elección de gobiernos y las centradas en la *democracia como un ethos* o conjunto de valores y creencias que son aceptados por todos. Norberto Bobbio (1984), uno de los teóricos más citados en política, sostiene que entender a la democracia como sistema supone adoptar una definición mínima que la

entienden como “un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar decisiones colectivas y bajo qué procedimientos”.

Desde este enfoque, la principal regla democrática será la legitimación del poder mediante la elección, pero las elecciones se considerarán democráticas sólo si existe algún tipo de *representación*,² si las decisiones son tomadas por la *regla de la mayoría* y si el contexto de la elección y la toma de decisiones se caracteriza por el respeto a las *libertades civiles y políticas*.

Si se asume la democracia como un *ethos*, como un modo de con-vivir y autogobernarse, se supera el ámbito “procedimental” (elecciones, representantes, participación) para dar cuenta de una serie de principios y valores propios de las sociedades modernas: el respeto a los derechos humanos; el ejercicio y la primacía de la tolerancia; la no violencia, el disenso argumentado y el respeto por el otro; y un profundo ejercicio de la “prudencia social” para producir las transformaciones sociales.

Esta distinción entre definiciones mínimas y valorativas de democracia está en el centro de la discusión cuando hablamos de comunicación mediática y democracia en América Latina. De allí que para advertir si estamos frente a una democracia “real o ficcional” debemos responder al menos dos preguntas: ¿se cumplen las reglas o condiciones de una elección democrática propiamente dicha? ¿Se respetan los valores, los principios y la institucionalidad democrática?

En América Latina la democracia es legítima si la abordamos desde la lógica de las elecciones, pero no lo es tanto en cuanto valor socialmente compartido. En este contexto, según dónde encuentre legitimidad el sistema político la relación entre democracia y medios de comunicación podría ser esquematizada de la siguiente manera:

2 Las democracias latinoamericanas se han constituido a partir de un tipo particular de representación, una en la que los dirigentes representan intereses generales y gozan de mayores discrecionalidades. Esto ha generado múltiples frustraciones en los ciudadanos y en la sociedad civil, lo que llevó a exigir participación ciudadana y mecanismos que generen responsabilidad política y social en los representantes.

CUADRO 1 - Modelos de relación democracia-medios			
	Régimen político	Régimen comunicativo-mediático	Régimen ciudadano-sociedad civil
Sistema	<ul style="list-style-type: none"> - Representación. - Regla de la mayoría. - Elección en contextos de respeto a las libertades civiles y políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Protección total de la libertad de expresión. - Diversidad de medios de comunicación masiva. - Diversificación de la propiedad de medios. - Presencia de medios pequeños y medianos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Respeto a los derechos de primera, segunda y tercera generación. - Ciudadanía contemplativa.
Ethos	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos Humanos. - Tolerancia e inclusión. - No violencia. - Cambio gradual. 	Los medios: <ul style="list-style-type: none"> - tienen poder fiscalizador; - producen la información necesaria para que los ciudadanos participen y formen una opinión pública diversa; - visibilizan la diversidad de las demandas sociales; - son espacios de deliberación democrática. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudadanía participativa. - Poder fiscalizador de los ciudadanos y responsabilidad política de los dirigentes. - Defensa sagrada de lo público: trabajo, salud, educación, agua, medios. - Distribución equitativa de las oportunidades. - Los medios comunitarios son un espacio de difusión de las demandas ciudadanas.

3 La pretensión de establecer en política una comunicación “directa” con los ciudadanos no es nueva. Sin embargo, en la actualidad se evidencia que el carácter direccional de la comunicación no pasa por la exclusión de mediaciones tecnológicas frente a prácticas comunicativas de tipo cara a cara. Por el contrario, se establece un uso instrumental de los medios mediante un estricto control de qué se comunica, quién lo hace y cómo se realiza (Rincón, 2008).

Naturalmente, las relaciones entre democracia y comunicación mediática se encuentran atravesadas por problemáticas que exceden el esquema planteado, entre ellas:

- adecuación mutua entre los medios de comunicación y la política: la política tiene mayor noción que los ciudadanos del poder de los medios, y los medios saben de su impacto en los políticos, por eso conocen los beneficios que obtendrán si se adecuan a las nuevas figuras políticas;
- los políticos y grupos de poder privado utilizan mecanismos de presión para hacer que la agenda de los medios los beneficie: el soborno, la publicidad, la asignación de frecuencias, el privilegiar a ciertos medios y periodistas, el no dar entrevistas, se encuentran dentro de las estrategias más comunes;
- los fenómenos neopopulistas en América Latina acceden y se mantienen en el poder con estrategias que tienen como centro una instrumentalización de los medios y sus pantallas con el objeto de producir un tipo de comunicación “directa” con los ciudadanos;³
- los espacios de formación de la opinión pública ya no son los partidos políticos, sino las pantallas me-

diáticas: frente a los problemas de inflación, el crecimiento económico, la tasa de desempleo, la línea de pobreza, se esgrime el “poder legitimador de los números”, las encuestas de favorabilidad e imagen, las estadísticas, etcétera.

Las complejas dimensiones que intervienen en las relaciones entre democracia y comunicación mediática obligan a pensar en una *reinención de los medios y la democracia* para ganar más densidad y diversidad de actores y escenarios de lucha por la significación social de la política. El asunto es ganar y diversificar los modos de producir criterios para comprender de otro modo las relaciones entre la democracia, los medios y la política.

HACIA LA CONSTRUCCIÓN DE UN MAPA DEMOCRÁTICO-MEDIÁTICO

El mapa de la comunicación mediática en América Latina nos ilumina sobre las problemáticas que emergen en lo económico, político y cultural, y que terminan por marcar las prácticas mediáticas y los discursos sobre la democracia.

CUADRO 2 - Mapa de relaciones entre democracia y medios en América Latina	
Dimensión económica	<p>Nuevas tendencias en los medios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grandes medios y nuevos modelos de negocios. - Pequeños medios cuyo valor son los tejidos comunicativos. - Medios digitales sin modelo de negocio pero con seducción ciudadana y comunidades red.
Dimensión política	<p>Medios y poder en América Latina</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios que ejercen control sobre el poder del Estado. - Estados que controlan el poder de los medios. - Medios y Estado del mismo lado del proyecto político.
	<p>Nivel de sensibilidad en la relación gobiernos y medios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tensiones y usos de los medios en campañas y elecciones. - Nuevos populismos que usan los medios a través de la cooptación y/o la denuncia.
	<p>Medios y agendas públicas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agenda empresarial: la más importante, pues decide en las sociedades del capital. - Agenda de políticos y gobernantes: la segunda, porque marca la discusión pública. - Agenda mediática: interés de negocio y por tanto en el espectáculo. - Agenda social: poco mediática, más de lobby político e Internet y acción global. - Agenda ciudadana: instrumentalizada a favor de las seducciones políticas.
Dimensión cultural	<p>La culturización de la política corresponde a una serie de efectos de sentido en el marco de un reordenamiento de sociedad y desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cambios en los marcos y criterios de interpretación de la realidad hacia las lógicas de la identidad y la diversidad más que de la justicia y la desigualdad; - desplazamientos en los rituales del consumo hacia lo individual pero con valor social; - cambios en las rutinas y utilización del tiempo; aumento del ocio pasivo; - transformaciones en los modos de participación y expresión hacia prácticas más tecnológicas. <p>Dichas transformaciones se visualizan en los siguientes espacios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reinención de la cultura popular; - nuevos modos de uso de la cultura del entretenimiento; - nuevos usos y apropiaciones de lo tecnológico para producir mensajes propios.

Este mapa nos orienta a la comprensión de la dimensión cultural, los efectos de sentido y las transformaciones en los marcos y criterios de interpretación social.

DE LO GRANDE A LO PEQUEÑO: ENTRE NUEVOS NEGOCIOS Y NUEVOS TEJIDOS

En América Latina, la emergencia y la transformación del periodismo escrito muestra que su nacimiento fue de la mano de dos procesos: el proyecto ilustra-

do y la legitimación de los poderes monárquicos (Rey, 2006). Desde sus inicios, la prensa escrita ha cumplido una relevante función en cuanto espacio político de puesta en circulación de sentidos, sobre todo sentidos del poder; algunas veces con claras finalidades de sostenimiento de *status quo*, otras en apoyo de los procesos revolucionario-independentistas.

Desde principios del siglo XXI se asiste a la paulatina hegemonización de un único discurso político de

la prensa y se advierte una excesiva preocupación por los modelos de negocios mediáticos. En este escenario, se observa en los medios:

- mayor interés por la maximización de beneficios que por su antigua "función militante";
- apego al poder político como estrategia de supervivencia y comodidad ideológica;
- escasa independencia respecto de las instituciones públicas o privadas que los financian;
- alta concentración de la propiedad de los medios;
- baja calidad periodística en puntos de vista, modos de narrar, diversidad de fuentes y contextualización de la información;
- predominio de la lógica de la denuncia basada en "filtraciones", frente a la de la investigación propia;
- pérdida de credibilidad y de legitimidad de la información, con el consecuente declive del interés público;
- actuación en tanto actores políticos, sobre todo la prensa.

En la región, algunos ejemplos ilustrativos son el caso de los grupos Televisa en México, Globo en Brasil, Cisneros en Venezuela, Clarín en Argentina y El Tiempo y RCN en Colombia. Estos grupos multimedia han igualado libertad de empresa con libertad de información y se han convertido en actores políticos en la producción de estabilidad gubernamental, siempre que los proyectos políticos defiendan las ideologías neoliberales. Como respuesta del poder, han obtenido altos beneficios económicos y privilegios informativos. De allí que los grandes medios estén más preocupados por sus modelos de negocios, y por los altos beneficios que reciben cuando "cumplen" con los gobiernos, que por la democracia y su función de garantes de la pluralidad política.

La paradoja es que ante la crisis de lectura y del no querer saber de la sociedad, de no querer estar informados, a la prensa sólo le queda qué es importante para los políticos y los gobiernos y tienen incidencia

en las agendas políticas. ¿Quiénes se perjudican? Claramente los ciudadanos, la política y la democracia, por el vaciamiento que las improductivas relaciones medios-gobiernos producen en la formación de unas esferas públicas plurales, diversas y participativas. ¿A qué se reduce la democracia en estos contextos? A un adjetivo, a un dardo que es utilizado de manera indistinta y que se lanza "contra gobiernos intolerantes a la diferencia" y, al mismo tiempo, "contra medios monopolísticos que apoyaron dictaduras". Para insultar o para justificar, la democracia es sólo un adjetivo.

Ahora bien, paralelamente a la presencia de los grandes medios a escala latinoamericana y global se levanta un proceso menos visible y poco tematizado: el surgimiento de pequeños medios y redes de comunicación ciudadana.

(...) pequeñas emisoras de radio comunitarias, televisiones locales o periódicos barriales que responden por lo general a necesidades de pequeñas comunidades. Miles de estos pequeños medios componen un tejido comunicativo que lleva el sello de comunidades étnicas, grupos populares y sectores campesinos (Rey, 2006).

Si los grandes medios solo buscan cómo hacer más eficiente su modelo de negocio y su poder sobre la gobernabilidad y las decisiones políticas, los pequeños medios intentan insertarse en la coyuntura política con una propuesta orientada a la construcción de tejidos comunicativos y poder ciudadano. Se trata, en realidad, de una serie de oposiciones entre la lógica de lo grande de lo pequeño, lo económico corporativo vs. lo comunitario, el poder central vs. los micropoderes comunitarios, las estéticas masivas vs. las estéticas localizadas.

La propuesta de los medios comunitarios y ciudadanos parte de una concepción que excede al medio de comunicación propiamente dicho y se inscribe en procesos, espacios y prácticas en los que los ciudada-

nos pueden poner en circulación sus propios relatos, sus estéticas y éticas, y practicar la democracia, lo participativo y lo plural. Algunos supuestos y premisas del modelo de comunicación como tejido que proponen los medios comunitarios son:

1. Comunicación para el diálogo y la confianza

- El fin de la comunicación es hacer del poder algo más ciudadano e imaginar nuevos pactos de confianza.
- La producción de información es un proceso de producción cultural en cuanto la comunidad comienza a verse a sí misma en su cotidianidad, desde su agenda de temas, sus personajes y sus relatos de autoreconocimiento.

2. Ciudadanía comunicativa para la participación

- La comunicación es ciudadana si es experiencia y es para aprender a mirarse, para que el sujeto y el territorio se vuelvan a repensar desde el para qué somos, quiénes somos y quiénes queremos ser.
- Ser ciudadano significa tejer juntos temáticas, historias, experiencias en términos propios de interés temático y expresión estética; es tejer comunidad.

3. Uso participativo de lo tecnológico

- La tecnología convierte a los ciudadanos en artesanos de relatos, sonidos e imágenes; en políticos, en cuanto permiten tejer sociedad; en artistas, en cuanto que intervienen las tecnologías para que tomen las formas locales.

4. Política pluralista

- La comunicación ciudadana es política en cuanto hace visibles "los saberes subyugados".

HACIA UNA REFUNDACIÓN DE LOS MEDIOS: NUEVAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS

Hasta ahora hemos abordado la dimensión económica y comunicativa desde dos perspectivas: los grandes medios y los nuevos modelos de negocios frente a los pequeños medios comunitarios y su poder como tejido social. Pero la otra gran revolución está en que todos podríamos convertirnos en ciuda-

danos que producen información y crean sus propios medios desde la dimensión tecnológica.

A partir de la comunicación en red en el paisaje mediático latinoamericano es posible observar algunos cambios:

- grupos multimediales: buscan incluir al ciudadano mediante blogs y propuestas articuladas de contenidos entre los diversos medios (aunque no amplían ni diversifican la agenda pública);
- medios regionales y locales: como la información que importa es la cercana, la esfera pública local es vital para el ejercicio político y ciudadano, y cada vez hay más significación y posibilidad para estos medios;
- medios gratuitos: la tendencia es llevar los medios al ciudadano, buscarlo como lector pero también como productor de información;
- medios *online*: Internet y el celular son los medios preferidos de información al instante, en directo y *on demand*.

Este paisaje mediático demuestra que estamos a la vez frente a un nuevo contexto tecnológico que implica transformaciones en los modelos de negocio y de comunicación de los medios masivos de comunicación, ante un nuevo ciudadano que se cansó de ser espectador y quiere producir sus propios mensajes, y ante un profundo cambio de los modos y criterios del informar. Estas son expresiones de un reordenamiento más amplio de la cultura, la comunicación y la sociedad, en el que encontramos desplazamientos en el consumo, cambios en las rutinas y utilización del tiempo, transformación en los modos de participación y de expresión, y aparición de nuevas estéticas, sensibilidades y narrativas. Ello se encuentra vinculado a lo que inicialmente denominábamos *transformaciones de los marcos y criterios de interpretación de la realidad*. Las nuevas tendencias tecnológicas y el nuevo lugar del ciudadano serían "indicadores" de los cambios menos visibles que se producen en el ámbito de la cultura.

MEDIOS Y PODER EN AMÉRICA LATINA: “UN MATRIMONIO FELIZ”

Desde la emergencia de la democracia en América Latina, los medios de comunicación han cumplido una función preponderante como recursos para la promoción o desaprobación de políticos, gobiernos y políticas. No obstante, entre medios y gobierno cada vez se manifiesta con más fuerza una suerte de utilitarismo mutuo, o de lucha por la hegemonía del espacio público.

Históricamente, las relaciones de poder entre medios y democracia han seguido tres modelos: el Modelo de la Plaza Pública, donde los medios operan como dispensarios de información; el Modelo Mediático de Democracia de Audiencias, donde los medios constituyen el escenario de la política; y el Modelo de Comunicación Directa, donde los medios actúan como actores políticos. En cualquiera de ellos, los medios se configuran como recursos de poder en por los menos cinco aspectos:

1. como recurso de poder económico: se pasa de los medios como organizaciones familiares a los medios como grandes empresas, principalmente orientadas a la producción del entretenimiento;

2. como recurso y actor político relevante: de escenario para la política, cuyo principal valor es el poder de la información, los medios se convierten en recurso necesario para el acceso y el mantenimiento en el poder;

3. como poder simbólico: al ser espacios disputados de producción y circulación de sentidos (productores de agenda pública) que luchan por dominar la toma de decisiones del Estado (lucha por la hegemonía del proyecto político y control del espacio público), los medios se consolidan como recurso de poder simbólico;⁴

4. como articuladores de poder: más que ser portadores de una especificidad de recursos –económicos en tanto empresas, políticos en tanto actores, o como depositarios y constructores de poder simbólico– los

medios son instancias de articulación de demandas y de poderes. Esta función es la clave de los medios de comunicación para la política y para la democracia;

5. como recurso melodramático: la intervención de los medios como actores de poder en la democracia se traduce en prácticas concretas de relación entre gobierno, medios y ciudadanía. Antes la base era lo informativo y la narrativa argumentativa, ahora es lo melodramático y la narrativa serial. Así, el matrimonio entre medios y democracia se sostiene a partir de una serie de “pactos”, que expresan un amor directo de los dirigentes con el pueblo basado en un pacto melodramático (Rincón, 2008).

La complejidad política de la acción mediática se encuentra en que los medios, cada vez más, dejan de ser lo que deberían ser (escenario de debate y articuladores de poderes) para convertirse en actores interesados en la lucha por la hegemonía de ciertos proyectos políticos. Por eso en los países más liberales la actualidad mediática muestra una íntima relación entre medios de comunicación, gobierno y empresariado y en los países de centro-izquierda una alianza ideológica entre gobierno y medios.

Ahora bien, retomando las reflexiones de Jorge Iván Bonilla (2002), vemos que los medios de comunicación tienen una clara incidencia en la democracia, en cuanto su función está fuertemente asociada a los principios de la democracia liberal, y ello se vincula con la definición de lo público como espacio de tensiones y visibilización del poder. Para pensar en las transformaciones del modelo de la plaza pública el investigador colombiano retoma las reflexiones de John Thompson (1998), quien advierte que más que un desplazamiento de la plaza pública como modelo de la comunicación y la política lo que se ha producido a partir de la influencia de los nuevos medios de comunicación en la vida política es una transformación y una ampliación del régimen de visibilidad de la democracia.

4 Siguiendo a John Thompson (1998), la idea de poder simbólico implica la “capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de los otros y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas”.

Por eso más que preguntarnos si los medios han desplazado y sustituido la plaza pública, entendiendo la plaza pública como aquel lugar de encuentros ciudadanos, basados en la presencia física, el diálogo cercano y la interacción cara a cara, lo que tendríamos que interrogarnos es por el sentido de esa ampliación: ¿acaso esa transformación ha significado el surgimiento y desarrollo de nuevas dinámicas de visibilidad pública, participación ciudadana y democratización del poder temático de la sociedad? O, por el contrario, ¿esto ha implicado un empobrecimiento del debate público ciudadanos? (Bonilla, 2002).

En consonancia con la reflexión anterior, nuestra lectura muestra una mixtura en los modos en que la comunicación y la política se producen más que una transformación radical o sustitución de un modelo por otro. A ello responde el modelo de Comunicación Directa, como reinención del modelo de la Plaza Pública y el modelo mediático de Democracia de Audiencias.

NUEVOS POPULISMOS: MEDIOS ENTRE LA COOPTACIÓN Y LA DENUNCIA

A partir del marco contextual definido anteriormente es posible identificar una transformación relevante entre los denominados populismos históricos, que emergen durante la crisis de la economía y los efectos de la Segunda Guerra Mundial, frente a los denominados neopopulismos de nuestros días que surgen, también, en un contexto de crisis política, social y económica pero cuyas “respuestas de América Latina” distan bastante de las tomadas a mediados de siglo.

Los populismos históricos se configuraron desde la construcción de una idea de pueblo que implicó la nominación de nuevas subjetividades que anteriormente no habían sido articuladas en ningún proyecto político. Pueblo fueron, principalmente, las clases populares y los trabajadores. El populismo se esgrime así como la incorporación de dichas identidades bajo

la idea de “lealtad”. Los neopopulismos también nacen de la articulación de nuevas subjetividades tendientes a la construcción de un pueblo (sociedad civil organizada, ONG, nuevos movimientos sociales, etc.), aunque bajo una lógica distinta a la anterior “en la que se produce inclusión abstracta y exclusión material de las mayorías” (Martín Barbero, 2003).

En la investigación social han surgido algunas líneas de abordaje del populismo con las que entraremos en discusión:

1. la perspectiva empírico-descriptiva: a partir de casos empíricos considerados “modelo” se describe una serie de características que resultarían fundantes del populismo. Esta orientación toma dimensiones generalmente politológicas describiendo el fenómeno desde variables como el contenido de los discursos, la presencia de un líder carismático, la relación no mediada con “las masas”, las políticas redistributivas, etc. Como lo relevante es el contenido del fenómeno, se trata de encontrar una suerte de “esencia populista”,⁵

2. el enfoque histórico-contextual: aquí la pretensión también es definir una suerte de “esencia populista”, pero ya no desde características inmutables sino desde el valor del contexto. Así, el populismo se define como un producto de un proceso histórico determinado en América Latina, que generalmente se ubica a mediados del siglo xx. Si las explicaciones que prevalecían en el enfoque anterior eran de orden politológico, aquí los argumentos son de tipo economicistas;

3. la mirada axiológica: es posible encontrar una mirada del fenómeno populista como esencialmente bueno o malo, aunque generalmente adopta una forma peyorativa bajo el término “demagogia”. Este elemento atraviesa las dos perspectivas anteriores. El problema se ubica en la pretensión de dichas perspectivas de exhibirse como “miradas objetivas” del fenómeno. De este modo, el populismo es asociado

5 Esto sería lo que advierten algunas investigaciones cuando intentan argumentar la “renovación del populismo en la región bajo una nueva forma el neopopulismo”. Sin embargo, dichas reflexiones suscitan controversias cuando se incorpora el contexto. Desde una perspectiva contextual, aquellas características tipológicas entran en contradicción, pues lo que a mediados del siglo xx resultaba una característica “esencial” del fenómeno –por caso, el rol del Estado como mediador de las luchas entre trabajadores y empresarios– a principios del siglo xxi resulta inaplicable.

a un término negativo, a la idea de crisis del sistema democrático, al clientelismo político, etcétera.

En resumen, podemos decir que el populismo y el neopopulismo latinoamericanos parecen dirimirse en el marco de algunas oposiciones binarias: contenido vs. forma, esfera del deber ser vs. esfera del ser, histórico vs. no especificidad temporal del fenómeno, fenómeno latinoamericano / tercermundista vs. no especificidad espacial del fenómeno.

La perspectiva adoptada aquí se distancia de estos enfoques para afirmar de un modo *no esencialista* que:

- el populismo-neopopulismo es una forma más que un contenido, una lógica, un tipo de discurso (Laclau, 2005);

- el contexto es relevante pero no determinante: el contenido del fenómeno no puede definirse apriorísticamente (sin tener en cuenta el contexto o privilegiando su contenido), pero tampoco puede ser disuelto en éste;

- si se trata de una forma-lógica, agregaremos aquí, de lo político, más que de un contenido-tiempo-espacio específicos, entonces no podemos encontrar un contenido normativo previo a la constitución del fenómeno. Este se construye a partir de una serie de relaciones antagónicas y se trata de un fenómeno contingente, es decir, flexible y constantemente disputado.

Acorde a esto, nuestra reflexión se encuentra próxima al análisis propuesto por Antonio Caballero (2009):

No es que la palabra populismo sea mal entendida, sino que la quieren utilizar con mala intención. Por eso la usan tanto, a troche y moche, sin saber bien qué significa o, más bien, sin querer que se sepa bien qué significa (...) ¿Cómo es posible que los chavistas de Venezuela tachen de populista al presidente colombiano, Álvaro Uribe, y que a la vez los uribistas colombianos acusen de populista al presidente

venezolano, Hugo Chávez, si uno y otro representan y hacen lo contrario? Pues por eso mismo: porque el adjetivo "populista" es un insulto (desde hace dos mil años) cuando debiera ser tomado como un elogio (...).

Derecha e izquierda por igual han querido promover la confusión entre la palabra latina populismo (de *populus*, que en latín quiere decir pueblo) y la palabra griega demagogia (de *demos*, que en griego quiere decir pueblo). La demagogia es cosa de palabras, y el populismo es palabra de cosas. Un demagogo es el gobernante que desde el poder dice palabras que halagan al pueblo, y un populista, el gobernante que desde el poder hace cosas favorables al pueblo (...) ¿Por el pueblo? Eso asegura la izquierda. ¿Para el pueblo? Eso dice la derecha. Pero queda faltando una preposición: con el pueblo. Ese es el populismo, denostado por derecha e izquierda. Por la izquierda, por insuficiente. Por la derecha, por exagerado. Es una preposición apenas, pero que implica una práctica. Poco se ha intentado la práctica del populismo en la historia del mundo (...) pero si bien se mira, lo que hace falta en todas partes es más populismo, y menos demagogia.

NIVELES DE SENSIBILIDAD EN LA RELACIÓN GOBIERNOS-MEDIOS

En América Latina, las relaciones entre medios de comunicación y gobiernos bajo las lógicas del neopopulismo y el rol activo de los medios de comunicación en política responden, básicamente, a tres niveles de sensibilidad:

- los medios dominan la esfera del poder e intentan controlar la gobernabilidad (Evo Morales en Bolivia y Tabaré Vázquez en Uruguay);

- la tensión entre medios y gobiernos es permanente (Néstor Kirchner y Cristina Fernández en Argentina, Lula da Silva en Brasil, Michelle Bachelet en Chile, Rafael Correa en Ecuador y Álvaro Uribe en Colombia);

- los gobiernos dominan (Hugo Chávez en Venezuela). Pese a esta diversidad, en América Latina la relación entre gobiernos y medios de comunicación tiene ciertos elementos comunes que resultan significativos:

- la presencia de neopopulismos como lógica de constitución de la política: nos encontramos frente a una misma lógica con diversos contenidos “ideológicos” dentro del espectro izquierda-centro-derecha;
- la estrategia neopopulista crea simbólicamente al pueblo como soberano y garante ideológico y cultural del buen gobierno y la democracia real: se apela a lo nacional, aunque “la nación” no responde necesariamente a un postulado “socialista o redistributivo”;
- los presidentes buscan una comunicación directa con el pueblo: esto se logra con la comunicación “cara a cara”, mientras se elude el cuestionamiento de los periodistas de los medios de referencia y se gana cercanía emocional a partir de los medios regionales y locales;
- la mayoría de los mandatarios transmite un mensaje social, como la estrategia de inclusión, que se traduce en asistencialismo;
- se utiliza un lenguaje común y coloquial que eleva al pueblo en ideólogo y referente del gobierno;
- se niega el conflicto: sólo existen enemigos del proyecto de refundación patriótica del presidente-pueblo (pocas veces los presidentes responden o se enfrentan a las críticas);
- la información pública es empaquetada para “usar” a los medios masivos como cajas de resonancia de sus versiones; se evita el disenso y se controla lo que se difunde, sea por ausencia (no responder) o por presencia (estar en todos los medios);
- se emplea un discurso melodramático: se gobierna amorosamente y dentro del exceso moral y estético de lo popular;
 - se asume que hay que luchar con o contra los medios de comunicación a fin de controlar el espacio público para el proyecto político.

Un elemento relevante a destacar hasta aquí es la necesidad de evitar el *reduccionismo mediático*, ya que si bien los medios son recursos de poder importantes en cuanto al acceso, el mantenimiento, el espacio y

la articulación de luchas en democracia no son garantía del éxito político. Es decir, son necesarios pero no suficientes: como oposición, claramente pueden transformarse en un enemigo peligroso para los gobiernos; como amigos, en una formidable estrategia política. No obstante, a pesar de ser un obstáculo en los contextos en los que los medios dominan contamos con ejemplos de gobiernos fuertes y populares, como el de Evo Morales y el de Tabaré Vázquez.

LA INCIDENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS ELECCIONES Y LA GOBERNABILIDAD

La función y el uso de los medios de comunicación en la elección de los gobiernos no pueden pensarse por fuera de la temporalidad propia de la política en democracia. Tradicionalmente, esta se dividía en tres instancias: período pre-electoral, campañas electorales y período pos-electoral. Antes, la campaña era el momento culminante para la comunicación, pero ahora asistimos a la “campaña permanente”, lo cual implica una elevada utilización de la herramienta mediática en instancias previas a las elecciones, durante las campañas (aquí naturalmente con mayor fuerza) y cuando finalmente se accede al gobierno (donde se gobierna en modelo de campaña). Para los tres momentos, los medios son considerados un elemento indispensable.

Ahora bien, una cosa es hablar del elevado uso de los medios en política y otra muy diferente es referirse al modo en que dichos medios son utilizados. Un elemento que nos permite comprender la cuestión son las transformaciones en las formas de hacer política y sus prácticas comunicativas. Podríamos decir que se ha producido un desplazamiento del “modelo del contacto”, que no es más que el de la plaza pública y las grandes manifestaciones masivas, al “modelo de la tecnicidad mediática o del marketing político”.

En los estudios sobre comunicación política desarrollados por Paul Lazarsfeld durante los 40 se definía

a las campañas electorales como instancias de mani-fiesta competencia de los partidos políticos por llegar al gobierno, empresa que necesariamente involucraba a los medios masivos como estrategias para ganar el electorado. Conforme a las reflexiones de este autor, los medios masivos no tendrían la capacidad de incidir de manera directa sobre la intención de voto sino que en realidad activan determinadas inclinaciones previas o *predisposiciones latentes*. El sujeto al que la propaganda política se dirige, entonces, es siempre el votante indeciso, ya que supone la imposibilidad de modificar la opinión del votante fiel. El entorno funciona, así, como un filtro para la propaganda. De su estudio es posible rescatar las siguientes consideraciones: la gente se ve inclinada a votar al partido que prevalece a su grupo social, pertenecer a una organización acentúa la predisposición política y, dependiendo del grado de instrucción del electorado, la radio podría ser más efectiva que los medios impresos.

En otro texto, Lazarsfeld y Merton (De Morgas, 1982) reflexionan con una lógica similar sobre aquella tendencia que tiende a identificar a los medios masivos y a la propaganda como generadores de efectos adversos en la sociedad, elemento que no se niega totalmente pero que por lo menos quedaría relativizado. Los autores identifican una serie de efectos y funciones de los medios:

- confieren estatus a acontecimientos públicos, personas, organizaciones, ideas;
- imponen normas sociales mediante estrategias de denuncia pública de las “desviaciones sociales”;
- generan disfuncionalidad narcotizante, efecto no deseado que se produce por el exceso de información que circula en los medios, lo que llevaría a una apatía o pasividad;
- esgrimen los beneficios económicos como el límite de su función social.

La relevancia de los estudios de Lazarsfeld radica en que permitieron relativizar la teoría de los

efectos, según la cual se creía que la utilización estratégica de los medios en la propaganda y en las campañas electorales cambiaba el comportamiento político de los ciudadanos. Hay que entender estas reflexiones como propias de la escena política de mediados de siglo xx: allí encontrábamos una mayor influencia de lo ideológico como dimensión explicativa del voto, elemento que vinculado a una estructura de votante fiel llevaba a una menor incidencia de los medios y estrategias de comunicación sobre la conducta electoral.

En la actualidad, por el contrario, la ideología ya no es un mecanismo de comprensión de la escena política, ya que no garantiza la coherencia entre las acciones y el discurso de gobierno (coincidencia entre las promesas electorales y las acciones llevadas a cabo luego de la elección), también porque las plataformas o proyectos políticos no son centrales para dar cuenta del carácter exitoso de una elección o gobierno, y porque el partido ha perdido la función hegemónica de la comunicación. Así, los medios y las estrategias de comunicación aparecen en la escena política cada vez con mayor fuerza, convirtiéndose en el espacio predilecto para “la competencia electoral” y “la gobernabilidad” de modo que los tradicionales espacios de discusión pública, los partidos y los congresos nacionales, pierden importancia y paralelamente se hacen menos visibles.

Con la irrupción de la mercadotécnica política y la espectacularización de la comunicación política, considero que en lugar de hacerse un avance democrático, en términos de la deliberación pública y el debate público sobre los diversos problemas, temas, candidatos, propuestas, etcétera, la contribución de los medios de comunicación se da en el sentido más bien de reducir las campañas a imágenes y *slogans*, pero no al intercambio racional de argumentos (Sánchez Ruiz, 2005).

Los medios masivos representan un elemento central para la lucha electoral, pero no explican por sí mismos su éxito o su fracaso. Lo que sí explican es que sus “modos de narrar”, que tienen como referentes la espectacularización y el entretenimiento (Rincón, 2006), se han convertido en modo de relato/ comprensión de la política. Así, la política devino un espectáculo que se caracteriza por:

- la presentación de los políticos como héroes melodramáticos o *celebrities*;
- la construcción de la realidad política desde las lógicas mediáticas del entretenimiento y el simulacro;
- el desplazamiento de la política como debate racional de ideas por la política de la emoción y el entretenimiento;
- la metamorfosis de la ideología partidaria a la ideología cínica: no es que haya menos ideología, sino que se perdió la previsibilidad de lo ideológico como elemento para la acción. Hoy la ideología se exhibe como una formación “cínica” que es más estilo que ideas, más actuación que realidad y que implica, en términos de Zlavoj Zizek (1992), que “ellos lo saben y sin embargo lo hacen”,⁶
- la relación política responde a un relato melodramático y de telenovela: hombre puro salva a pueblo equivocado vía el amor (Rincón, 2008), hecho que no deja de mostrar las asimetrías de poder porque quien más ama será más pensoso a ser dominado;

- la política es una telenovela: se cuenta como estética de la repetición, se mide por *rating* o sondeos de opinión y su éxito es la emocionalidad e identificación con el héroe/ candidato/ presidente.

Un elemento relevante a destacar hasta aquí es la necesidad de evitar el *reduccionismo mediático*, ya que si bien los medios masivos son recursos de poder importantes para el acceso, el mantenimiento, el espacio y la articulación de luchas en democracia, no son garantía del éxito político. Aunque la mediática continúa teniendo un rol relevante durante las campañas electorales y en la gobernabilidad, paradójicamente ha reducido su incidencia en la decisión de voto. Los medios de comunicación son necesarios pero no suficientes; son animadores y actores de la política y la democracia, y una estrategia privilegiada en la lucha por la hegemonía de un proyecto político, pero no son el único actor/ escenario/ estrategia decisor ni en las elecciones ni en la gobernabilidad. Como actores políticos en oposición claramente pueden transformarse en un enemigo peligroso para los gobiernos y como actores amigos en una formidable estrategia de conformidad política, pero no tienen el poder de decidir; es más, cada vez con mayor frecuencia devienen en un actor débil frente a la fuerza de los empresarios, el movimiento ciudadano y los modos de contacto directo (celular, Internet, encuentros).

CUADRO 3 Estrategias de campaña y usos de medios en América Latina

- Campañas pasionales y melodramáticas.
- Presencia de discursos de “seguridad ciudadana” e ideologías del miedo.
- Quien tiene mayores puntos en las encuestas no debate.
- Quien tiene una posición marginal apuesta a la campaña negativa.
- Simulacro de democracia directa desde el uso de herramientas tecnológicas (Internet, medios locales, eventos).
- Voto por el candidato y menos por el partido; voto emocional, voto castigo.
- Las campañas tienen un cimiento en el “trabajo de base” (seguidores casi religiosos), combinado con el ritual religioso (la fe) y la emocionalidad de la telenovela (identificación).

6 Si la fórmula marxista de la ideología puede sintetizarse en “ellos no lo saben pero lo hacen”, para Zizek la ilusión no está del lado del saber sino del hacer. “Si la ilusión está en la realidad del hacer, entonces esta fórmula puede leerse muy de otra manera: ‘Ellos saben que en su actividad siguen una ilusión, pero aún así lo hacen’. Por ejemplo, ellos saben que su idea de Libertad encubre una forma particular de explotación, pero aún así continúan en pos de esa idea de Libertad”.

El valor de los medios de comunicación es ser protagonistas de la esfera del poder, de la lucha por el control del espacio público y la hegemonía de los proyectos políticos. En este sentido, podría decirse que se han producido seis transformaciones comunicativas de la política, a partir de las cuales se pasó:

- del “modelo del contacto” de la plaza pública y las grandes manifestaciones masivas, al modelo personal de cara a cara de la campaña-gobierno y en directo con la gente (televisión, celular, Internet, etc.);
- de la comunicación argumentativa y de las ideas, a la comunicación entretenida y afectiva;
- de la política basada en modelos económicos y sociales ilustrados, a la celebración de lo popular y los saberes de tradición como referentes ideológicos que convierten al pueblo en referente;
- de los medios como relatores de lo político, a los grupos de medios que hacen política para defender sus intereses (lo cual ha llevado a una menor heterogeneidad de contenidos);
- de un espacio público de diversidad de voces, a un espacio caracterizado por la militancia política de los medios en contra o a favor de los gobiernos;
- de gobiernos más respetuosos de la libertad de información, a gobiernos y políticos menos tolerantes de las libertades de los medios y la expresión pública de la sociedad organizada.

Resulta pertinente aclarar que en el caso de las vinculaciones entre democracia y medios de comunicación bajo la lógica de los tiempos electorales y de gobierno, la comunicación mediática queda reducida (más allá del modelo de política en el que nos encontremos) a una función instrumental para ganar la conformidad pública, perspectiva que al menos deberíamos distinguir de la presentada en los medios comunitarios y ciudadanos y en las comunidades web que intentan un “modelo del tejido comunicativo”.

MEDIOS, OPINIÓN Y AGENDAS PÚBLICAS

La relación entre medios de comunicación y democracia desde su dimensión política también incluye las perspectivas de la opinión pública. Claramente los medios inciden en ella, pero la pregunta que aún no ha logrado tener una respuesta definitiva es si los medios son efectivamente formadores de la opinión o si sólo nos proporcionan los temas de debate. Nos encontramos así frente a tres lecturas de lo mediático: medios como formadores de opinión pública vs. medios como generadores de agendas vs. una esfera pública más entre muchas otras. Lo importante es que los medios masivos no sólo dicen sobre qué discutimos públicamente, jerarquizando determinados temas y excluyendo otros, sino que sobre todo proporcionan elementos y modos desde los cuales pensar los fenómenos; es decir, otorgan “lentes sociales”, marcos interpretativos, y lo hacen en la comunidad del poder (políticos, empresarios y analistas).

Los medios de comunicación, sobre todo la prensa y la televisión, han logrado vender que son esa esfera única para la toma de decisiones en la política; y la prensa es, todavía, el lugar privilegiado de circulación y de visibilidad de las diversas agendas de poder, tal vez porque los que toman decisiones suelen leer los diarios. Y la esfera pública de la prensa es importante porque entre los que toman decisiones se ha construido un modelo circular: el gobierno, los políticos, los empresarios y los medios se miran, oyen y citan entre ellos; toman decisiones mirados en el espejo de los otros. Se habita un panóptico múltiple del poder (en cuanto vigilancia de los otros) en el que los actores privilegiados de la toma de decisiones se miran unos a otros para controlar su modo de decidir. Pero ese panóptico se convierte en salón de espejos de gimnasio, porque sólo se ven entre ellos y todos piensan que están en control del otro. Por fuera de este juego de espejos quedan los ciudadanos, los sujetos diversos de lo social y las mafias.

Pero como expresamos anteriormente, hay que pensar la mediática del poder más como articuladores de agendas, como dispositivos que inciden en los modos de comprender la política y como actores que luchan por legitimar proyectos políticos de gobernabilidad. En otras palabras, en política cada sector busca controlar el espacio público mediático para ganar espacio para su proyecto político y busca, en consecuencia, imponer su propia agenda y tener sus propios medios. En nuestros días, los medios exhiben más las agendas de los empresarios y de los políticos; la agenda mediática se percibe más en sus estrategias de hacer visibles ciertos asuntos y no otros, unas fuentes y no otras, unas interpretaciones y no otras, y en los tratamientos periodísticos. Esta “selección de agendas” no es ingenua, responde a las lógicas de la estructura hegemónica imperante y a los intereses del grupo mediático. El resultado político es que el campo mediático expresa agendas hegemónicas, exhibe algunas agendas marginales e ignora agendas sociales y ciudadanas.

Más que sostener la debilidad o la importancia de la mediática del poder, la lectura aquí propuesta la ubica como *articuladora* de agendas, de sentidos en disputa, de identidades, de recursos de poder, de visibilidades, de agentes sociales y políticos, y de proyectos que buscan hegemonía y control del espacio público. La opinión pública política es el resultado de la articulación mediática y tiene claras implicancias para la democracia, pues en la medida en que los espacios de producción de los marcos de comprensión y las agendas públicas están íntima o simbióticamente concentrados, menor será su contribución a la democracia (Sánchez Ruiz, 2005). Por contrario, a mayor presencia, visibilidad, circulación y articulación de temas y agendas marginales y excluidas, podríamos observar mayor pluralidad de voces e interpretaciones sobre el mundo y la política; así, los medios contribuirían a profundizar la democracia, en la medida en la

que permitirían poner en diálogo o a hacer visibles las *perspectivas de los otros* ampliando las lecturas posibles sobre la realidad.

En nuestros días, el asunto de la opinión pública se ha complejizado por la excesiva fragmentación social y la multiplicación de las esferas públicas. En términos macro, tendemos a hablar de por lo menos seis agendas establecidas y con modos de funcionamiento propio: agendas ciudadanas, agendas mediáticas, agendas de los movimientos sociales, agendas de los políticos, agendas de los empresarios y agendas de las mafias. Y cada una de ellas se expresa en infinitas esferas públicas: lo étnico como perspectiva de múltiples identidades, el medio ambiente y los derechos humanos como luchas sociales, lo juvenil y los niños como sujetos prioritarios, la perspectiva de género como otro modo de significar, los rituales de lo popular como lugar de decisión, la religión como juego de fe, la telenovela como lugar donde nos discutimos desde los sentidos populares, los deportes como esfera transnacional localizada... y cada una de estas prácticas y producciones de sentido produce esferas públicas que a su vez se multiplican vía mediática en comunidades en Internet, conexión celular y expresión en medios locales. En este contexto, pensar en una esfera pública única y central es casi imposible, porque habitamos los tiempos del estallido de las esferas públicas.

PARA UNA REINVENCIÓN DE LOS MEDIOS Y LA DEMOCRACIA

Los medios de comunicación son importantes en cuanto son poder. Poder para articular agendas, para defender proyectos políticos; poder en cuanto tienen alta incidencia en el control del espacio público. Pero este poder se relativiza, disminuye y hasta se anula en contextos en que los poderes públicos controlan el entorno político y los gobiernos “dominan” a los medios. O, en términos de Gadi Wolfsfeld (2003), cuando

las autoridades logran controlar el entorno político, los medios de comunicación son menos independientes y no pueden establecer sus propias reglas.

Siguiendo el mapa de relaciones entre democracia y medios esbozado anteriormente se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- los medios pasaron de ser escenarios de lo público a actores que defienden un modelo liberal de mercado y de homogeneidad de sentidos; perdieron su función de escenario central de la argumentación y la visibilidad en política y su lógica actual es ser empresas/ negocios orientadas al entretenimiento y a defender un proyecto de hegemonía política;
- a mayor uso instrumentalizado de los medios (en campañas electorales y como herramientas de sostenimiento de los gobiernos) menor será su contribución a las lógicas de la democracia y mayor su aporte a la hegemonía de los proyectos políticos que defienden;
- a mayor concentración en la propiedad y menor visibilización, circulación y articulación de las diversas agendas públicas, menor será la contribución de los medios a las lógicas de la democracia y a diversificar los modos de pensar la realidad;
- los medios son articuladores de recursos de poder, pero en la medida en que se encuentren en pocas manos, o que marginen otros actores y fuentes de la sociedad, menor será su contribución a la democracia;
- los medios no son más la esfera pública donde se ponían en común las ideas, los programas y los partidos, sino que asistimos a la multiplicación de las esferas públicas generada por la presencia de Internet, el celular y los medios locales, tendientes a visibilizar y dinamizar procesos participativos en las propias comunidades y para las propias voces y estéticas.

Respecto a las dimensiones económicas, políticas y culturales que intervienen en las relaciones democracia/ medios de comunicación se deducen los siguientes tipos de relaciones:

- relaciones verticales: las relaciones *arriba-abajo* comprenden las económicas, aquellas que se producen en contextos en que los medios dominan, y en algunas relaciones de tensión entre medios y gobierno, y las políticas, aquellas que se producen principalmente cuando los gobiernos dominan y existen algunas relaciones de tensión entre medios y gobiernos; las relaciones *abajo-arriba* refieren a relaciones de participación ciudadana en los grandes medios, que se exhiben como imagen de democracia y se producen bajo las premisas de “responsabilidad social” y para generar vínculos entre los medios y diversos actores de la sociedad civil;
- relaciones horizontales: son características de los medios comunitarios en su horizonte de modelo de tejido, en procesos en el que “todos los actores tienen voz y voto” y son participativas;
- relaciones oblicuas: son relaciones fragmentadas, de tipo informal, que escasamente tienen lugar en los grandes medios y generalmente aparecen en algunos medios comunitarios aunque desarticuladas o bajo la lógica “del testimonio”.⁷

Si estamos frente a una transformación de los marcos interpretativos con los que las sociedades latinoamericanas leen el mundo y la realidad, y si los medios juegan un rol de poder como espacio en el que dichos marcos se ponen en disputa, por un lado, y se articulan, por otro, estamos advirtiendo la necesidad de pensar en “reglas de juego mediáticas” que contribuyan al fortalecimiento de la democracia como sistema, pero también como *ethos* y como costumbre socialmente aceptada.

La mediática del poder ha tematizado la política, la sociedad y la cultura, y en ciertas ocasiones también ha adoptado posturas críticas respecto de su propio funcionamiento. Sin embargo, los medios masivos no han podido resolver aún cómo comprometerse en tanto institución o espacio comunicativo *desde adentro* con la democracia en nuestra región. El

7 Esta categoría ha sido retomada de las reflexiones de Bonilla (2004), quien utiliza la idea de “voz oblicua” para pensar las tensiones entre los discursos públicos y los discursos de resistencia, necesariamente ocultos cuando se enmarcan en contextos de hostilidad y terror.

politólogo ecuatoriano Felipe Burbano de Lara cree que los medios de comunicación han sido “incapaces para captar, comprender y expresar los deseos de cambio de la sociedad”,⁸ de comprender y expresar esas otras democracias, y tal incapacidad se da en que los modos de contar mediáticos no incluyen esos otros lenguajes, historias y puntos de vista que habitan la democracia.

La responsabilidad de los medios llega sólo hasta instancias en las que éstos logran definirse respecto a un tema, pero no han llegado a formular alguna propuesta que demande una transformación narrativa, estética y política interna, o una suerte de “reforma de sí mismos”, o que establezca criterios para “aportar” a la

democracia. El único criterio de aporte a la democracia es su expresión de la libertad de información, pero niegan su acción interesada en los juegos de poder. En otros términos, los medios han logrado pronunciarse y adoptar “perspectivas democráticas” *hacia afuera* –ejemplo de ello es el discurso de la responsabilidad social–, pero han fallado en el proceso de reinventarse a sí mismos en pro de la democracia. Consideramos necesaria, entonces, la reinención de los medios para asumir mejor su apuesta por la democracia. Quizás un comienzo esté en delinear posibles caminos hacia lo que podríamos denominar “criterios político-mediáticos de calidad democrática” y “principios político-mediáticos de gobernabilidad democrática”.

8 Planteo realizado en una conferencia sobre mediopolítica en América Latina, el 21 de mayo de 2009 en la Universidad Andina de Quito, Ecuador.

CUADRO 4 - Hacia una reinención de los medios y la democracia

Criterios político-mediáticos de calidad democrática

- Reconocimiento de que la democracia es un sistema político. No un modelo económico, militar o religioso, sino una experiencia de poder público en público, que acepta la diversidad de opiniones y de sujetos sociales.
- Respeto absoluto por la libertad de información. Los gobiernos deben aceptar las disidencias y las posturas críticas de los medios, lo que exige que el Estado se autolimita para que los gobiernos de turno no favorezcan con informaciones, leyes y financiamientos a los medios aliados y perjudiquen a los opositores.
- Transparencia en los recursos de los medios. El control de los gobiernos a los medios no debe establecerse sobre los contenidos de la información, sino sobre las fuentes de financiamiento, evitando y controlando los monopolios u oligopolios.
- Fomento del Derecho a la Comunicación. El Estado debe promover la creación de medios comunitarios que no responden a las lógicas de financiamiento de los grandes medios sino a las lógicas ciudadanas y de la identidad.

Principios político-mediáticos de gobernabilidad mediática

- Superar el modelo de la responsabilidad social por el de la gobernabilidad mediática, porque los medios tienen un rol estratégico como escenario público de articulación de los diversos poderes que producen la democracia.
- Deben pensarse estrategias de cambio al interior de los medios, transformando los modos de informar en cuanto a agenda, fuentes, géneros y marcos de explicación; incentivar la investigación, la diversidad de modos de comprensión de la sociedad y la información de contexto.
- Los medios deben asumir que el derecho a la libertad de información tiene como contraparte el derecho a la comunicación de los ciudadanos.
- Los medios deben estar regulados internamente por leyes anti-monopolio, que impidan que un grupo sea dueño de diversos medios.
- Deben existir límites a la concentración de las fuentes de financiación, sea que estas provengan de algún grupo económico o de la publicidad oficial.
- Los medios deben adoptar perspectivas plurales que den voz y espacio a las interpretaciones que no estén en relación con su proyecto de hegemonía política.
- Los medios deben adoptar políticas plurales para la selección de recursos humanos, garantizando las diversidades ideológicas, étnicas, religiosas y de género.
- Los grandes medios deben contar con espacios en los que se transmitan las noticias contadas por las comunidades u organizaciones de la sociedad civil.
- Los grandes medios deben priorizar los relatos testimoniales y generar espacios donde las historias contadas desde las voces oblicuas puedan decirse de manera explícita.
- Los medios deben ser transparentes acerca de los proyectos políticos que defienden y autorregularse en los modos de relación que tienen con las empresas, los gobiernos y los políticos.

Es claro que estas propuestas de “reinención” de los medios y de la democracia frente a la comunicación pública pueden resultar poco realizables desde el orden de la factibilidad. Sin embargo, lo cierto es que para profundizar la democracia y aprovechar el poder mediático hay que imaginar alternativas posibles desde una racionalidad democrática y plural que se construya desde un principio de respeto y promoción de las diferencias y de la inclusión. El asunto es que los medios de comunicación serán un poder necesario y útil para la democracia si encuentran su nuevo rol frente al poder ciudadano que se expresa en los medios locales, las comunidades en red y la subjetividad celular. Tienen que poder ser el lugar donde se encuentra/ confronta/ dialoga la diversidad de fuentes, de actores y de marcos interpretativos, donde se lucha por ganar sentido sobre la vida pública, una lucha que es constitutiva de la política.

Debemos imaginar nuevas formas de ser medios y de ser democracia, pero no podemos negar el conflicto, porque eso sería caer en la ideología cínica. Si la mediática del poder no se reinventa, si no construimos esferas públicas más diversas, habremos llegado a la democracia cínica, esa que sirve a todos los regímenes políticos, que defienden los medios en cuanto les sirve a sus negocios, que se construye a favor de las empresas o clientelas políticas y que es más útil a las mafias que a los ciudadanos o a los derechos humanos. En términos de Žižek, cinismo es el movimiento ideológico por excelencia, es la necesidad “no ingenua” de creer que podemos hacer una política por fuera del conflicto, de plantear una comunidad sin fisuras y de inclusiones totales. Democracia cínica es el ideal imaginado de los medios como negocio/ espectáculo y de los gobiernos autoritarios como democracia de elección y de legitimación del yo-presidente.

No podemos negar la debilidad mediática del poder para estar en consonancia con los nuevos modos de la democracia, ni negar la exclusión cons-

titutiva propia de nuestros medios de referencia, pero es urgente y necesario crear y pensar en estrategias, tácticas y medios en los que se garantice la competencia creativa, conflictiva y argumentativa. Sería algo así como “la democracia radical” de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (1987), que consiste en asumir una democracia no esencialista, de imposibilidad pura, pero que garantice la lucha por la significación desde estrategias de argumentación, tácticas diversas de visibilidad y acción. Tenemos que producir, pues, los medios de comunicación que nos permitan salir de la democracia cínica para ganar la democracia radical. Y ahí, una nueva comunicación mediática es necesaria.

BIBLIOGRAFÍA

BOBBIO, Norberto, *El futuro de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1984.

BONILLA, Jorge Iván, “La opacidad del poder. Comunicación, conflicto armado y paramilitarismo en Colombia”, en Cadavid, Amparo (ed.), *La desmovilización de las autodefensas: un caso de estudio*, Pontificia Universidad Javeriana, Fundación Konrad Adenauer, Bogotá, 2004.

_____, “¿De la plaza pública a los medios de comunicación? Apuntes sobre medios de comunicación y esfera pública”, en *Signo y Pensamiento* n° 41, Vol. XXI, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, julio-diciembre de 2002.

_____, y CADAVID BRINGE, Amparo, (eds.), *¿Qué es noticia? Agendas, periodistas y ciudadanos*, Cátedra Konrad de Comunicación y Democracia, Antropos, Bogotá, 2004.

CABALLERO, Antonio, “Pan y Circo”, en *Soho*, n° 110, www.soho.com.co, Bogotá, junio de 2009.

FREIRE, Paulo, *Pedagogía de la esperanza*, Siglo XXI, México, 1997.

- GARGARELLA, Roberto, *Nos los representantes*, Miño y Dávila, Buenos Aires, 1995.
- LACLAU, Ernesto, *La razón populista*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005.
- _____ y MOUFFE, Chantal, *Hegemonía y estrategia socialista*, Siglo XXI, Madrid, 1987.
- DE MORGAS, Miguel, *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1982.
- MARTÍN BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003.
- PASQUALI, Antonio, *Comprender la comunicación*, Monte Ávila, Caracas, 1980.
- REY, Germán, *La figura del mundo*, Mondadori, Caracas, 2006.
- RINCÓN, Omar (ed.), *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert Stiftung, Bogotá, 2008.
- _____, *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*, Gedisa, Barcelona, 2006.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique, *Medios de comunicación y democracia*, Norma, Bogotá, 2005.
- THOMPSON, John, *Los media y la modernidad*, Paidós, Buenos Aires, 1998.
- WOLFSFELD, Gadi, "The Political Contest Model", en Cottle, Simon, *News, Public Relations and Power*, Sage, London, 2003.
- ZIZEK, Slavoj, *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1992.



Doctorado en Comunicación Social

El Doctorado tiene como meta formar académicos y profesionales altamente calificados que puedan analizar con profundidad, a partir de una perspectiva crítica y constructiva, los problemas sociales, culturales y comunicacionales de Argentina y América Latina.

Contacto: doctorado@perio.unlp.edu.ar



Maestría en Planificación y Gestión en Procesos Comunicacionales (PLANGESCO)

Desde una dimensión latinoamericana, se busca formar profesionales capacitados para investigar, planificar, gestionar y generar nuevas propuestas de mejoramiento de los problemas de comunicación en las diferentes prácticas sociales, las instituciones públicas y privadas y las ONG, entre otras.

Contacto: plangesco1@perio.unlp.edu.ar



Maestría en Periodismo y Medios de Comunicación

En respuesta a las demandas en el plano de la investigación y los procesos propios de la práctica periodística, la maestría pretende formar profesionales con un título de posgrado de alto nivel de reconocimiento y maestrands en la problemática del periodismo y los medios de comunicación.

Contacto: maestriaperio@perio.unlp.edu.ar



Especialización en Comunicación Radiofónica

Esta propuesta de posgrado, proporciona a sus alumnos la actualización de sus habilidades profesionales y el conocimiento y las actitudes requeridas para producir y realizar en radio. Además estimula la interacción con el ámbito mediático y el sistema de instituciones que ofrece y demanda periodísticamente de la radio.

Contacto: esp_radio@perio.unlp.edu.ar



Especialización en Prácticas, Medios y Ámbitos Educativo-Comunicacionales

A raíz de la necesidad de generar una mirada comunicacional para comprender el carácter comunicacional y el cultural de los procesos educativos, se busca que los egresados desarrollen sus capacidades para intervenir en los distintos ámbitos y modalidades en que se dan las prácticas educativo-comunicacionales.

Contacto: esp_educo@perio.unlp.edu.ar



Especialización en Comunicación y Salud

Partiendo de los problemas de salud, la Especialización tiene como objetivo ofrecer una formación que habilite a sus egresados para el análisis y la intervención en el Campo de la Salud y contribuya a la promoción de estilos de vida saludables.

Contacto: esp_salud@perio.unlp.edu.ar



Especialización en Comunicación y Medio Ambiente

Esta formación de posgrado procura formar profesionales con una mirada crítica y constructiva acerca de los temas y problemas ambientales que, a su vez, logren integrar las variables sociales, económicas y culturales.

Contacto: esp_medioambiente@perio.unlp.edu.ar

Investigaciones Científicas y Posgrado
Calle 44 N ° 676 – (1900) La Plata – Buenos Aires – Argentina
Telefax: (054 – 221) 422 – 4015 int. 104 – 105 – 106
Correo electrónico: posgrado@perio.unlp.edu.ar

Enfoques

Las verdades elegidas: historia y actualidad de los dos noticieros más vistos de Argentina

Norberto Leonardo Murolo

Norberto Leonardo Murolo es docente investigador de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Doctorando en Comunicación por la UNLP y Becario doctoral del CONICET.

Resumen

Desde los orígenes de la televisión, el noticiero televisivo se constituyó progresivamente como la vía más consultada a la hora de informarse. En Argentina, dos sucesos determinaron en gran parte el devenir del género noticiero en televisión. Uno de ellos fue la reprivatización de los canales 11 y 13 en el año 1989; el otro, la aparición de las señales de cable de noticias las 24 horas. Ambas cuestiones, sumadas a la proliferación de Internet, determinaron y determinan el modo de hacer noticieros en Argentina. Para explorar sus mutaciones, proponemos una genealogía histórica de los dos principales noticieros televisivos argentinos: *Telefe noticias* y *Telenoche*.

Palabras clave: noticiero – información – televisión

Keywords: news programme – information – television

Recibido: 3-4-2010 / Aceptado: 1-7-2010

Abstract

Since the origins of television, the television news programme has progressively become the most consulted to be well informed. In Argentina, two events determined, largely, the development of the news programme into a television genre. One of them was the reprivatization of channels 11 and 13 in 1989; the other, the appearance of the 24 hour news cable channels. Both questions, added to the Internet proliferation, determined and determine the way of doing news programmes in Argentina. To explore its mutations, we propose a historical genealogy of the two main television Argentine news programme: *Telefe noticias* and *Telenoche*.

Desde los orígenes de la televisión, el noticiero televisivo se constituyó progresivamente como la vía más consultada a la hora de informarse. Esto se debe a la cercanía, a la gratuidad de su llegada, a su omnipresencia en los hogares y también a su propuesta seductora de imágenes y sonidos. El noticiero se erigió, a su vez, como cara institucional de la empresa dueña de la señal televisiva, y con ello compite con otras empresas por ser el dueño de la verdad; es decir, por ser quien satisfaga más velozmente y mejor –esto es, de manera más completa y pretendidamente menos tendenciosa– la necesidad del público de conocer los acontecimientos.

En Argentina, dos sucesos determinaron en gran parte el devenir del género noticiero en televisión. Uno de ellos fue la reprivatización de los canales 11 y 13 en 1989; el otro, la aparición de las señales de cable de noticias las 24 horas. Ambas cuestiones, sumadas a la proliferación de Internet, determinaron y determinan el modo de hacer noticieros en nuestro país. Para explorar sus mutaciones, proponemos una genealogía histórica de los dos principales noticieros televisivos argentinos: *Telefe noticias* y *Telenoche*.¹

EL CANAL DE LA FAMILIA

El Canal 11 de Buenos Aires inició sus transmisiones en 1961, pocos días antes de que venciera el plazo dado por el gobierno al licenciatario para comenzar a operar. Anunciado como “el canal de la familia”, en un principio fue administrado por una sociedad vinculada a la Iglesia Católica, asociada con la cadena estadounidense ABC y la Westinhouse Electric Corporation. En 1970 la propiedad del canal quedó en manos del empresario editorial Héctor Ricardo García, quien le dio una orientación popular y lo llevó a pelear el liderazgo de los índices de audiencia. Estatizado en 1974, durante la última dictadura militar fue administrado

por la Fuerza Aérea y pasó a ser intervenido por el gobierno de Raúl Alfonsín cuando volvió la democracia, en 1983.

En 1989, cuando el presidente Carlos Menem propuso la privatización de dos de los tres canales porteños que eran propiedad del Estado Nacional (Canal 11 y Canal 13), se formó la sociedad Televisión Federal S.A., con la participación de Editorial Atlántida y ocho canales privados del interior del país. El 80% de la compra lo absorbió el grupo asociado a la editorial y el 20% la News Corporation, propiedad del empresario australiano Rupert Murdoch (Baranchuk, 2006). Este grupo se adjudicó el Canal 11, al cual renombró como Telefe cuando se hizo cargo, el 22 de diciembre de ese año. En 2000, el paquete accionario fue comprado por Telefónica de Argentina, subsidiaria de la empresa española Telefónica. El 9 de junio de 2008 Telefe renovó su imagen con motivo de la asunción del nuevo CEO, Luis Velo, tras la renuncia de Jorge Pérez Bello, quien dirigía el canal desde 2003. El cambio incluyó un nuevo logo, con un diseño atractivo en sus comerciales.

En consonancia con la convergente cultura mediática, la empresa se diversificó en distintas propuestas: Telefe Cine (productora de contenidos cinematográficos), Telefe Móvil (creado en cooperación con Telinfor en 2006, ofrece diferentes servicios para teléfonos celulares) y Telefe Contenido (fundado en 1989, creó y adaptó programas de gran éxito, como *Verano del 98*, *Muñeca Brava*, *Casados con Hijos* y *La Niñera*, los dos últimos en coproducción con Sony Pictures).

El canal cuenta con emisoras en el interior del país. La empresa subsidiaria se denomina Telefe Interior y los canales que maneja son: Canal 5 en Rosario, Canal 7 en Neuquén, Canal 8 en Córdoba, Canal 8 en Tucumán, Canal 8 en Mar del Plata, Canal 9 en Bahía Blanca, Canal 11 en Salta y Canal 13 en Santa Fe.

1 El autor quiere agradecer la colaboración de la Licenciada Beatriz Vázquez.

Servicio informativo de Telefe		
Noticiero	Horario	Conductores
<i>Telefe noticias a las 13</i>	13 a 14:30	Jorge Jacobson y Milva Castellini
<i>Telefe noticias a las 20</i>	20 a 21:30	Rodolfo Barili y Cristina Pérez (la suplanta Milva Castellini)
<i>Diario de Medianoche</i>	00:30 a 1	Germán Paolosky y Erica Fontana

TELEFE NOTICIAS, ¿LA RENOVACIÓN DEL GÉNERO?

Desde el anterior Canal 11 la emisora sostuvo en el aire diferentes noticieros: *Reporter Esso* (1963-1968), quizás el más significativo de su historia, *Teleance Informa* (1968-1974), *24 Horas* (1974-1976), *Noticias 11* (al mediodía y a la medianoche) y *Revista 11* (al atardecer) (1976-1983), y *La Noticia* (1984-1989). A partir de 1990, desde que se inició la era Telefe, el servicio de noticias de la emisora se llama *Telefe noticias*.

En sus comienzos, el servicio de noticias contaba con la edición del mediodía, conducida por Amalia Rozas y Carlos Asnaghi, y la vespertina, conducida por Rosario Lufrano y Franco Salomone. En 1993 el canal puso al aire una señal de cable llamada Red de Noticias, dedicada a transmitir información las 24 horas del día. Por esa época también nacieron Crónica TV, del mencionado Héctor Ricardo García, y TN, propiedad del Grupo Clarín. En 1998, debido a la baja en la audiencia y a conveniencias económicas del canal, se cerró la señal Red de Noticias y se suspendió de la grilla el noticiero de las 19 horas, lo que provocó despidos en el área de noticias y un duro conflicto gremial.

La segunda emisión de *Telefe noticias* volvió a su espacio en 2003, con una renovada estética de todas sus ediciones y conducido esta vez por Cristina Pérez, una conocida periodista con una vasta trayectoria en Canal 9, y por Rodolfo Barili, un locutor perteneciente al staff del servicio de noticias del canal desde 1993. Barili relata aquel nuevo comienzo de *Telefe noticias* de la siguiente manera:

Fue muy difícil recuperar la audiencia, además habíamos sido el primer noticiero a las siete de la tarde, mientras que todos los demás estaban a las ocho. Fue muy raro, muy trabajoso. Y la decisión más acertada fue mantener el camino de la seriedad, ser plurales e ir adaptando el formato a fin de no ser aburridos. Hay que ser atractivo; la televisión debe ser atractiva, pero no en el show sino en cómo editas, en cómo contás lo que muestran las imágenes. Lo que hay que lograr es que al televidente le atraiga la información y eso es complicado. Muchas veces es más difícil el cómo que el qué, cómo llevar un tema al aire encontrando la visión inteligente, atractiva e ingeniosa.²

Desde 2003 el canal cuenta con tres ediciones diarias de noticieros: *Telefe noticias a las 13*, *Telefe noticias a las 20* y *Diario de medianoche*. Su director de contenidos es Francisco Mármol y su director periodístico, Osvaldo Petrozzino. Entre periodistas, camarógrafos, editores, productores y demás partícipes de los envíos, a *Telefe noticias* lo componen 107 personas. Desde que Rodolfo Barili tomó la producción periodística, a mediados de 2008, el noticiero propone una renovación estética que asemeja su relato al del videoclip, a la vez que le otorga importancia a la opinión y a la difusión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Al relatar un día de trabajo en la dinámica del noticiero, el conductor y productor periodístico cuenta:

Arrancamos a las 10 de la mañana. De 10 a 11 los coordinadores de edición observan el material disponible y el coordinador de producción observa cuáles son las cobertu-

² Entrevista realizada por el autor el 25 de septiembre de 2008, en *Telefe noticias*.

ras. A las 11 tenemos la primera reunión de producción, que puede ser de una hora, dos o más, y en base a los temas de la mañana hacemos una primera selección de lo que queremos cubrir para la tarde. Decidimos qué enfoque darle a los temas, modificamos las coberturas y mandamos a los periodistas de la tarde a realizarlas. A las 14, aproximadamente, cuando termina el otro noticiero, empieza la edición del nuestro. Lo fundamental es decidir temprano a qué vamos a apuntar, si vamos a tener invitados, a quién vamos a entrevistar o si vamos a profundizar con algún móvil. Hay una primera rutina tentativa, pero se va modificando en base a lo que ocurra hasta la hora de aire. Los equipos se van a la calle, los cronistas escriben sus informes y allí se define la gran historia. El secreto, me parece, es el debate del que también participan los cronistas. A medida que van llegando, les pre-

guntamos cuál es el enfoque que creen que hay que darle a las noticias, decidimos qué es lo que pretendemos de cada nota y a partir de ahí empieza a correr la rueda hasta que salimos al aire.

Al referirse a los fines manifiestos del noticiero, Milva Castellini, conductora de *Telefe noticias*, expresa:

Ser creíbles y poder informar con rigor lo que estamos diciendo. Es decir, tener el compromiso de comunicarnos y de transmitir las cosas lo más parecidas a lo que realmente son. Básicamente tiene que ver con eso, con “la información”, con acercarle al televidente lo que sucede, lo que nos pasa, lo nos que preocupa. Y nuestra responsabilidad es contarlo. Es una gran responsabilidad: saber que en mi voz, que en mi

Telefe noticias (lunes a viernes a las 20)	
Conducción	Conducen Rodolfo Barili y Cristina Pérez. Los acompañan Fernando Carlos en Deportes, Eduardo Anguita en Política, Jorge Tartaglione en Conciencia Pública, Jowi Campobassi en Espectáculos, Graciela Coatz Römer en Política, Javier Díaz en Policiales, Federico Ini en Tecnología, Bernardo Kliksberg en Sociedad, Axel Kuschevatzky en Cine, Guillermo Panizza y Diego Pietrafessa en Informes Especiales, Daniel López Rosseti en Salud y Andrés Repetto en Política Internacional.
Duración y estructura	La emisión dura en promedio una hora y veinte minutos, y está dividida en bloques separados por tandas comerciales.
Apertura	El noticiero comienza con el anticipo de la noticia más destacada de la fecha, con imágenes y la voz en <i>off</i> del conductor. Luego, se pasa a la imagen del estudio con un <i>traveling</i> desde la izquierda de los conductores y por corte se pasa a un plano pecho de ambos. Rodolfo Barili saluda diciendo: “Muy buenas tardes, país, y como siempre, bienvenidos”; Milva Castellini, por su parte, dice: “Esto es Telefe noticias a las 20”. De allí pasan a la primera noticia, comúnmente un móvil en directo.
Cierre	Al finalizar el envío la conductora se despide con la frase: “Hasta aquí la información” y su compañero sentencia: “Así están las cosas, país. Y se las hemos contado”. Habitualmente, la cámara se aleja y se funde con otra en toma picado que deja ver todo el estudio, mientras va la cortina musical del envío y los créditos. Luego se muestra una placa con el nombre del noticiero, el número de teléfono y la dirección de correo electrónico.

expresión y en la de mi compañero está yendo lo que nos pasa y la gente está recibiendo eso. Ésa es la línea editorial: ser responsable, creíble, consecuente, consistente. Reflejar los hechos, sin adjetivarlos, sin connotarlos, respetando la integridad del ser humano, los derechos humanos, las libertades individuales... Teniendo en cuenta las condiciones y los conceptos básicos que hacen posible la vida en sociedad y alertar cuando eso no sucede.³

Telefe noticias compite contra los noticieros de Canal 9 (*Telenueve* a las 19), de América (*América Noticias* a las 19) y, directamente, con el de Canal 13 (*Telenoche*). Por este motivo, desde 2004 los noticieros duran más de una hora, y la información, en ciertos casos, es reflejada con un tratamiento en vivo y testimonios.

El canal, que no es el primero en interrumpir su programación por noticias de último momento, no mantiene en su grilla programas periodísticos. En los noventa supo tener en su pantalla a *Tiempo Nuevo* y *Edición Plus*; en la actualidad pueden verse programas como *CQC* o *La Liga*, ambos de la productora Cuatro Cabezas y con marcada tendencia periodística.

Yo digo de mí: *Telefe noticias*

Telefe noticias cubre toda la actualidad local nacional e internacional con móviles en vivo en todo el territorio argentino. Informa, educa y entretiene defendiendo las instituciones y el orden jurídico. Promueve valores morales y éticos alentando el respeto mutuo, una mejor convivencia y la protección de las minorías en riesgo. Y sostiene a la educación como herramienta de la defensa de los valores humanos y del crecimiento individual social. Asimismo, apoya iniciativas de innovación y desarrollo.

Fuente: www.telefenoticias.com.ar

EL CANAL "CON NIVEL CULTURAL"

Canal 13 comenzó a transmitir en octubre de 1960, creado por el cubano Goar Mestre, quien llegó a la Argentina luego de fundar canales en Venezuela, Puerto Rico y Perú, y como propietario de la productora de contenidos Proartel se vinculó a la CBS y al grupo Time-Life. En 1974, durante el gobierno provisional de Raúl Lastiri, se produjo la expropiación de las emisoras de televisión y con el Golpe de Estado de 1976 Canal 13 quedó bajo los designios de la Armada. Goar Mestre, como su par de Canal 11, Héctor Ricardo García, llegó finalmente a un acuerdo económico con el gobierno militar, a modo de indemnización. No fue ese el caso de Alejandro Romay, quien siguió el litigio vía legal y se hizo nuevamente de Canal 9 en 1984, en los albores de la democracia.

Desde 1990 el canal forma parte del Grupo Clarín. El multimedio más grande de Argentina es propietario del diario *Clarín* –el periódico más leído en español de toda Latinoamérica– radios AM y FM, revistas de actualidad y temáticas, sistemas de cable e Internet. El canal, otrora con un predominante perfil cultural, se caracterizó desde su relanzamiento por un prestigioso servicio de noticias y ficciones de calidad. A mediados de los 90, en sintonía con la tendencia imperante en toda la televisión argentina, se asoció con productoras independientes. Su principal aliada, la empresa *Pol-ka* –liderada por el actor Adrián Suar y en la actualidad socia del Grupo Clarín–, propuso al canal una nueva estética y conformación de la grilla (costumbrismo, grabación en exteriores, ficción en tira en el *prime time*).

En cuanto a niveles de audiencia, durante más de 17 años el canal permaneció segundo detrás de *Telefe*. En 2007 pasó a estar primero con la llegada a su pantalla del conductor Marcelo Tinelli, cuando la productora Ideas del Sur también se asoció al multimedio. El canal sufrió un nuevo cambio en su pro-

3 Entrevista realizada por el autor el 29 de septiembre de 2008, en *Telefe noticias*.

puesta estética y de contenidos, con predominancia de *reality shows*, programas de archivo y culebrones. A pesar de este casi eterno segundo lugar en cuanto a *rating*, *Telenoche*, su noticiero, es uno de los dos más vistos de la televisión abierta argentina.

Servicio informativo de Canal 13		
Noticiero	Horario	Conductores
<i>Arriba Argentinos</i>	7 a 9:30	Déborah Pérez Volpin y Marcelo Bonelli
<i>Noticiero Trece</i>	13 a 14:30	Luis Otero y Silvia Martínez Cassina
<i>Telenoche</i>	20 a 21:30	María Laura Santillán y Santo Biasatti
<i>Síntesis</i>	00 a 00.30	José Antonio Gil Vidal

TELENOCHE, EL DECANO

Es paradigmática la propuesta de innovación visual que encaró *Telenoche* de manera manifiesta en 1966. Carlos Montero, convocado por las autoridades de Canal 13 para producir un noticiero que compitiera con *El Reporter Esso*, no dudó en proponer un formato inédito en la televisión local (Ulanovsky, 2006). Dentro del mismo universo genérico, pero con una estética renovada y atractiva, similar a la empleada por los programas de noticias estadounidenses, nació *Telenoche*. En contraposición al noticiero de Canal 11, donde un presentador con total rigidez leía noticias durante 15 minutos, se plantearon tres caras: las de Mónica Mihanovich –luego Cahen D’anvers–, Tomás Eloy Martínez y Andrés Percivalle. Los conductores también relataban los acontecimientos más destacados del día, pero con apoyo en informes y coberturas elaborados por ellos mismos, una escenografía modernizada y mayor duración al aire.

Sobre el primer *Telenoche*, Cahen D’anvers relata:

Yo inauguré *Telenoche* el 3 de enero del 66, con Tomás Eloy Martínez y Andrés Percivalle, aunque en marzo Tomás abandonó diciendo: “Yo no sé dar la cara, sé escribir” y se fue.

Era algo totalmente distinto; era un noticiero mucho más relajado, más parecido a un *magazine*. Tenía, por ejemplo, un solo auspiciante. Además, se hacía como una unidad, no se cortaba en pedacitos y la gente realmente se enganchaba. Y trabajábamos mucho: a las ocho de la mañana nos reuníamos todos los periodistas, los camarógrafos y el director general, Carlos Montero –una de sus frases era “a las ocho en punto y con los diarios leídos”– y de ahí nos mandaban a hacer notas distintas. Algunas veces tardábamos todo el día, otras teníamos tiempo de ir a casa un rato, y después volvíamos a hacer el programa. Los primeros tres meses salíamos a las once de la noche, en contra de Armando Repetto en el *Reporter Esso*. Era full time, no como ahora.⁴

Aquel *Telenoche* se caracterizaba por las importantes incursiones de sus coberturas nacionales e internacionales, y porque los presentadores “ponían el cuerpo” como corresponsales, tanto en conflictos bélicos como en acontecimientos de trascendencia mundial. Cahen D’anvers recuerda:

Mi primer viaje al exterior fue a Portugal, por los primeros cincuenta años de la Virgen de Fátima, y viajé sola con un camarógrafo. Fue extraordinario, aunque muy mal organizado por nuestra poca experiencia. Por supuesto habíamos pedido permisos, pero lo hicimos tarde. Llegamos el día antes, los caminos estaban abarrotados, había un auto al lado del otro y no nos podíamos mover, por eso digo que estuvo mal organizado... Sin duda, nada que ver con el último *Telenoche*.

El noticiero se mantuvo al aire hasta 1973 y retomó sus emisiones en 1990, con el canal reprivatizado y en manos del Grupo Clarín. Nuevamente, la conducción estuvo a cargo de Mónica Cahen D’anvers y César Masetti. La periodista rememora este nuevo comienzo:

Era otra cosa. César estaba al mediodía, en *Teledía*, y yo a la noche, en *Telenoche*; yo hacía de su movilera y él hacía de

4 Entrevista realizada por el autor el 10 de septiembre de 2008, en Radio Del Plata.

mi movilero. Así funcionó durante un tiempo, hasta que un día dijeron: “En vez de tenerlos separados, y que cada uno haga el móvil del otro, ¿por qué no los juntamos?”, y así fue el último *Telenoche*. Desde ya, era un *Telenoche* en el cual de todas maneras nos reuníamos con la producción –con Luis Clur, que era quien empezó en ese momento, y con Roberto Mayo, que era nuestro productor ejecutivo– pero ya era la época en la que los movileros eran movileros y los conductores éramos conductores. Un plomo... porque lo divertido es eso, lo lindo es estar.

A partir de entonces las diferencias narrativas con sus competidores se acentuaron. Inmerso en la estética del videoclip y la espectacularización de la información, *Telenoche* explora y explota numerosas variables combinatorias de los elementos del lenguaje audiovisual al servicio de las noticias (Murolo, 2010). En los 90 se produjeron dos hechos que marcaron la historia del noticiero: la institución, en 1993, de la señal de cable *TodoNoticias*, que transmite las 24 horas los 365 días del año, y con la cual el servicio de noticias de Canal 13 trabaja en conjunto; y la creación, en 1994, de la sección “*Telenoche Investiga*”, que luego encontraría lugar en la grilla como programa semanal.

Desde 2004, cuando Cahen D’anvers y Masetti dejaron la conducción, ocupan este rol María Laura Santillán y Santo Biasatti. A modo de balance personal y profesional, Cahen D’anvers dice de su retirada y la de César Masetti: “Creo que aportamos familiaridad, por llevarnos bien, por ser una pareja que quería lo mismo, y la gente lo sentía. Eso hizo que el programa fuera parte de la cena habitual de los argentinos”. La conductora relata que al encontrarse con su público es frecuente que le expresen su cariño y cercanía. “Creo que logramos eso y estoy muy orgullosa. Estamos muy orgullosos, porque lo logramos de a dos”, expresa.

Telenoche es la cara institucional de Canal 13, y por extensión del Grupo Clarín, dueño de la señal. Es

un emblema en la televisión argentina, el noticiero decano. Cahen D’anvers sostiene:

Telenoche se impuso desde el principio por ser un noticiero muy serio, por ser lo más aproximado a la verdad posible y tener a sus conductores participando de lo que sucedía. Por eso *Telenoche* es una marca, no es ni Mónica y César, es una marca. Que la gente te tenga más simpatía o le tenga más simpatía a fulano es otra cosa, pero *Telenoche* es *Telenoche*.

Con Santillán y Biasatti como caras del envío el estatuto del noticiero cambió considerablemente, ya que la coyuntura política de finales de la década de 2000 planteó políticas estatales tendientes a democratizar los medios de comunicación y *Telenoche*, como cara televisiva del mayor multimedio oligopólico del país, trazó una fuerte impronta opositora; característica identitaria central del envío por estos años.

A MODO DE CIERRE

Los noticieros televisivos se enfrentan desde hace unos años a la competencia directa de los canales de noticias de 24 horas (con aumento constante del *rating*), la proliferación de información por Internet y la comunicación interpersonal cada vez más cimentada por chats, foros, correos electrónicos y telefonía celular; es decir, se enfrentan a una ciudadanía con vías de comunicación horizontal cada vez más fuertes.

Esto determina que al noticiero, tal como lo conocíamos, en tanto transmisor de verdades unívocas, hoy se erija un consumidor informado. En este sentido, no es casual que los noticieros centrales hayan incluido como sección fija y con gran protagonismo a la tecnología. Cada vez más, las audiencias parecen cuestionar los postulados de los noticieros. Por ejemplo, es común que frente a las noticias deportivas y

Telenoche (lunes a viernes a las 20)
<p>Conducción Conducen María Laura Santillán y Santo Biasatti. Los acompaña José Antonio Gil Vidal y los columnistas: Sergio Gendler en Deportes, Catalina Dlugi en Espectáculos, Marcelo Bonelli en Economía, Gustavo Silvestre en Política Interna, Eduardo Van der Kooy en Política, Julio Blank en Política, Ricardo Canaletti en Policiales, Fernando Confesore en Servicio Meteorológico, Bebe Contepomi en Rock y Federico Wiemeyer en Tecnología.</p>
<p>Duración y estructura La emisión dura una hora y media y cuenta con cuatro bloques separados por tandas comerciales.</p>
<p>Apertura El noticiero comienza con un zoom hacia los conductores; se compone un plano corto mientras ellos dan la bienvenida al programa. La conductora abre el noticiero con un saludo a la teleaudiencia: "Hola a todos, muy buenas noches, bienvenidos. Esto es <i>Telenoche</i>". Acto seguido da las buenas noches a su compañero, quien a su vez hace lo propio. Durante el transcurso del envío los planos son los tradicionales planos pecho (de ambos, de uno de ellos o en compañía de un columnista). <i>Telenoche</i> tiene la particularidad de contar con un sector del escenario preparado para recibir invitados o columnistas. En estos casos, la composición de plano también se realiza mediante un acercamiento con grúa y posterior fundido con cámara fija a la mesa de los dos periodistas.</p>
<p>Cierre En el momento del cierre ambos conductores miran a cámara y se despiden: Santillán con un saludo y Biasatti con la fórmula "Lo que hay que saber, está en <i>Telenoche</i>". Por corte va la toma de la cámara de la grúa, acompañada con los créditos en <i>videograph</i> y la cortina musical del envío.</p>

artísticas las audiencias elijan informarse con los periodistas que les gustan y a los que más les creen.

Los noticieros de Telefe y de Canal 13 son los más vistos del país. *Telefe noticias* plantea una plataforma de sostenimiento a las instituciones y al desarrollo económico muy visible. Mientras que *Telenoche* postula, con más énfasis, su postura política partidaria, que deja ver intereses económicos propios de un grupo oligopólico. En 1989 los canales fueron reprivatizados y desde ese momento alcanzaron los primeros puestos de audiencias, implementando la inversión competitiva en sus propuestas informativas y artísticas.

Si bien hasta hace dos años *Telenoche* aventajaba considerablemente a *Telefe noticias* en *rating*, actualmente la medición de los envíos es pareja, habiendo

días en que uno supera al otro y días que empatan (Murolo, 2008). Esta evolución de *Telefe noticias* podría atribuirse a su *aggiornamento* con plena conciencia de su competencia *multimediatca*, omnipresente, de Internet, los canales 24 horas y una ciudadanía interesada en los medios y en sus políticas de distribución de información, como también podría atribuirse a la merma en la credibilidad de *Telenoche*, dada la posición sobreactuada que adoptó en defensa de sus intereses empresariales. De todos modos, aunque en los últimos años uno y otro hayan experimentado una baja en sus *ratings*, ambos siguen siendo formadores de una parte de la opinión pública.

Para finalizar, queremos dejar una reflexión acerca de las modificaciones legislativas de los servicios audiovisuales en Argentina, aspecto que si bien excede

los límites de este trabajo dado su carácter determinante merece que mencionemos.

En 2009 se promulgó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522, sustituyendo a la Ley de Radiodifusión 22285/80 impuesta durante la última dictadura militar. Los grupos oligopólicos mediáticos jugaron un factor de presión contrario ante este cambio, al ver tocados sus intereses de concentración y de imposición de verdades únicas y monolíticas. En este tema los noticieros fueron escenarios privilegiados, en un primer momento implementando un mecanismo de borramiento de las noticias relativas al tratamiento legislativo del proyecto y luego llevando adelante campañas y lobbys manifiestos.

De forma constante, el Grupo Clarín manifestaba que "TN podría desaparecer" y llamaba a la población a defender "la libertad de prensa". En 2008, ante el inminente cambio de la ley, Mónica Cahen D'anvers sostuvo:

No estoy de acuerdo en que las cosas se cambien porque las hizo fulano o las decretó mengano, o porque la antinomia permanente de los argentinos es negativa; eso sólo nos hace daño. Creo que a las cosas que están bien hechas hay que apoyarlas, incluso aunque las haya hecho un señor que no me guste demasiado, y a las cosas mal hechas hay que sacarlas, aunque las haya hecho mi hermano.

Rodolfo Barili, por su parte, al referirse al proyecto de ley señala: "Creo que los medios tendrían que meterse mucho más de lo que se meten. Ahora en algunos casos hay lobbys, Clarín está claro que lo hace sobre lo que va a venir y no va a venir". Y agregó:

Es una ley de la dictadura, una ley absolutamente obsoleta, patéticamente obsoleta. Mucho de lo que planteaba no queda en función porque los aspectos más polémicos que tenía fueron modificados mediante decretos ley. Pero es imposible aplicarla, es una ley del setenta y pico, de la dictadura, una ley de los militares y dice barbaridades.

Yo digo de mí: Telenoche

Consolidado como el noticiero más visto y creíble de la televisión argentina, Telenoche se distingue desde hace años por su rigor periodístico y por la inusual calidad de sus producciones. En el aire desde 1966, Telenoche suma información y opinión en un formato que reúne las características propias de un noticiero tradicional con el aporte innovador de las nuevas formas de relato televisivo y la más moderna tecnología audiovisual. Un lenguaje llano y directo convive con la búsqueda de "la historia detrás de la historia", para detenerse, para pensar, para entender. Conducen María Laura Santillán y Santo Biasatti. Los acompañan José Antonio Gil Vidal y Sergio Gendler en Deportes. Junto a ellos, un equipo de periodistas, productores, camarógrafos y editores convierten a Telenoche en los ojos de millones de personas.

Fuente: www.canal13.com.ar

Los noticieros tienen una historia y asentados en ella, en la propiedad de los medios, en la ideología disfrazada con eufemismos en sus líneas editoriales, demuestran que no son la verdad, sino verdades elegidas. Puede parecer de sentido común, pero no está de más afirmarlo.

BIBLIOGRAFÍA

BARANCHUK, Mariana, "Canales 11 y 13: la primera privatización de la década menemista", en Mastrini, Guillermo (comp.), *Mucho ruido, pocas leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2006.

BARROSO GARCÍA, Jaime, *Realización de los géneros televisivos*, Síntesis, Madrid, 1997.

MAZZIOTTI, Nora, "La televisión en Argentina", en Orozco Gómez, Guillermo, *Historia de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

MUROLO, Norberto Leonardo, "La espectacularización del noticiero argentino y su incidencia en el espacio público. Los casos de *Telefe Noticias* y *Telenoche*", en Becerra, Martín (comp.), *Transformaciones del espacio público*, 2010. En prensa.

_____, *Noticieros de televisión: análisis comparativo de Telefe Noticias y Telenoche (Argentina), Noticiero con Joaquín López Dóriga (México) y Telediario 2 (España)*, Tesis de Grado, Universidad Nacional de Quilmes, 2008.

POTOLSKI, Glenn y MARINO, Santiago, "Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios", en Mastrini, Guillermo (comp.), *Mucho ruido, pocas leyes*, La Crujía, Buenos Aires, 2006.

SIRVÉN, Pablo, *Quién te ha visto y quién TV*, Ediciones de la Flor, Buenos Aires, 1998.

ULANOVSKY, Carlos, *Estamos en el aire. Historia de los medios de comunicación en la Argentina*, Emecé, Buenos Aires, 2006.

Una voz contra los monopolios. CGT. El periódico de la CGT de los Argentinos

Juan Alberto Bozza

Juan Alberto Bozza es profesor Adjunto de Historia de la Historiografía en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE) y profesor Adjunto de Historia Argentina Contemporánea en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), ambas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Es investigador en el proyecto “Sociedad y política en Argentina (1955-1976): la ‘nueva izquierda’, entre la protesta social y la política revolucionaria”, del Centro de Investigaciones Socio Históricas, FaHCE, UNLP.

Resumen

El artículo presenta algunas de las experiencias de investigación, contrainformación y crítica anticapitalista emprendidas por CGT, el periódico de la CGT de los Argentinos. La primera parte describe el período histórico en que apareció la central obrera y el modo en que la nueva conducción gremial intentó articular una resistencia multisectorial contra el régimen militar.

La segunda examina las características del semanario: sus secciones más significativas, como espacios de expresión de las múltiples militancias que arribaron a la central obrera, y al equipo responsable de su producción, como expresión de los realineamientos que en el campo intelectual y profesional configuraron a la nueva izquierda.

Por último, el análisis selecciona una serie de indagaciones publicadas por el semanario. Entre ellas, la penetración del capital monopolista en la estructura productiva argentina, y sus nexos con personeros del gobierno militar; y los métodos de cooptación de líderes sindicales por parte de agencias de inteligencia norteamericanas.

Abstract

The article presents some of the experiences of investigation, counter information and anticapitalist critique undertaken by CGT, the newspaper of the CGT of the Argentinians. The first part describes the historical period in which there appeared the working head office and the way in which the new trade-union conduction tried to articulate a multisectorial resistance against the military regime.

The second one examines the characteristics of the weekly: his more significant sections, as spaces of expression of the multiple militancies that arrived at the working head office, and at the equipment responsible for his production, as expression of the realignments that in the intellectual and professional field they formed to the new left side.

Finally, the analysis selects a series of investigations published by the weekly. Between them, the penetration of the monopolistic capital the productive Argentine structure, and his links with personeros of the military government; and the methods of cooption of union leaders on the part of North American agencies of intelligence.

Palabras clave: CGT de los Argentinos – semanario CGT – contrainformación – capital monopolista

Keywords: CGT of the Argentinians – weekly CGT – counter information – monopolistic capital

Recibido: 20-4-2010 / Aceptado: 2-7-2010

En los años finales de la década de 1960, la CGT de los Argentinos (CGTA) protagonizó un proceso de radicalización en sectores del movimiento obrero argentino que enfrentó a la dictadura militar presidida por el general Juan Carlos Onganía. Su programa, expresado el 1º de mayo de 1968, esbozó un proyecto alternativo que recusó a la conducción del sindicalismo tradicional –las corrientes vandorista y participacionista–, imputándole los vicios del burocratismo, el oportunismo y la negación de prácticas democráticas en relación con las bases cuya representación asumía. A su vez, impulsó la construcción de un frente de resistencia multisectorial que delineó un programa de acción anticapitalista y una crítica rigurosa de la incidencia del capital imperialista en las estructuras industriales y financieras de la Argentina. Su periódico *CGT*, dirigido por Rodolfo Walsh, transmitió la voluntad emancipadora de un sindicalismo de liberación. Concebido como espacio de atracción y convergencia de militantes sociales y políticos, el semanario también se perfiló como un instrumento de contrainformación, contando con la participación de intelectuales, escritores, técnicos y artistas comprometidos con las transformaciones revolucionarias de la sociedad argentina.

HACIA UN NUEVO SINDICALISMO

La emergencia de la CGTA fue el resultado de experiencias de renovación y disputa en el campo sindical durante el régimen militar de la autocalificada “Revolución Argentina”. El proyecto de disciplinamiento social instaurado por los militares anuló los canales de la participación política. Bajo la advocación de principios de racionalización y eficiencia, el Plan de Estabilización y Desarrollo de Krieger Vasena provocó una confrontación con el mundo del trabajo y con regiones económicas desfavorecidas del interior del país.¹ La moderación de la CGT frente a la

represión militar sobre las organizaciones sindicales abrió una coyuntura de recusaciones contra la conducción “vandorista” por parte de agrupaciones de base y de sindicatos de orientación combativa. La colaboración de dirigentes como Alonso, Vandor y Coria con el gobierno militar alentó la articulación y el reagrupamiento de corrientes sindicales que se definieron como “antiburocráticas”.

Una profunda brecha de disconformismo se abrió en varias organizaciones, sindicatos locales o regionales de la CGT. El descontento, diseminado en comisiones de base, en sindicatos “recuperados” o en corrientes alternativas que militaban en su interior, alcanzó dimensiones nacionales el 28 de marzo de 1968, con la aparición de la CGT de los Argentinos. Cuando el Congreso Normalizador de la CGT “Amado Olmos” eligió al gráfico Raimundo Ongaro como secretario general² los gremios que respondían al vandorismo, al participacionismo y a otras pequeñas tendencias satélites se retiraron solicitando al Ministerio de Trabajo que desconociera la flamante conducción de la CGT.³

La aparición de la CGTA insinuaba la afirmación de un nuevo tipo de sindicalismo: fogueado en la confrontación, empeñado en un pacto ideológico pluralista, antiimperialista, propenso a una reconstrucción “desde las bases” y promotor de iniciativas de amplia coordinación de luchas sociales y políticas. A poco andar, se convirtió en el principal espacio donde todos los activistas combativos desplegaron su política de masas.⁴ Aunque no reunía a los sindicatos más poderosos del país, sus militantes incidieron en las grandes huelgas y movilizaciones de 1968 (los ingenios azucareros, las automotrices de Córdoba, la destilería de YPF de Ensenada y la planta Electroclor de Capitán Bermúdez, en Santa Fe), además de aglutinar a seccionales representativas de los trabajadores del interior del país.

La central obrera funcionó como un espacio de convergencia de militantes del peronismo revolu-

1 Tucumán sufrió los embates de la política económica militar y una oleada de huelgas y movilizaciones arreció la provincia (Murmis, Sigal y Waisman, 1969).

2 Aunque en virtud de las medidas coercitivas del gobierno sólo 59 organizaciones estaban en condiciones estatutarias para votar, el plenario reunido rechazó los criterios surgidos del orden represivo y aceptó a todas las representaciones, que sumaban en total 393 delegados. *La Nación*, 28 y 29 de marzo de 1968.

3 Los vandoristas conservaron la sede gremial de la calle Azopardo. El Consejo Directivo de la CGTA sesionó en la sede de la Federación Gráfica, en la avenida Paseo Colón.

4 Entre ellos, Raimundo Villaflor, Leandro Fote, Gustavo Rearte, Armando Jaime, Ricardo de Luca, Jorge di Pascuale, etc. Sindicatos como los mecánicos navales, empleados de farmacia, de publicidad, cortadores de cuero, gráficos, telefónicos, etc., ejercieron una importante influencia impugnadora, desde la CGTA al Onganiato.

cionario con sectores de la izquierda sindical y del movimiento estudiantil. La coordinación de acciones antiburocráticas amplió su influencia en núcleos militantes del interior del país que se integraron a sus filas: las delegaciones de Rosario, La Plata, Mar del Plata, Santa Fe, Paraná, Corrientes, Chaco, Tucumán, Salta, Córdoba, San Luis, Mendoza, Olavarría, Junín, Pergamino, Río Cuarto y Comodoro Rivadavia. La descentralización en la toma de decisiones y la jerarquización del papel de las *regionales* contrastaba con la férrea centralización ejercida por las dirigencias vanderistas rivales (Gordillo, 1996). El resultado más resonante que deparó esta construcción fue la incorporación de la combativa regional Córdoba de la CGT. Ongaro y Agustín Tosco (figura de gran predicamento en la central obrera cordobesa) personalizaron el eje del nuevo desafío sindical alternativo.

EL PERIÓDICO CGT

LA HERRAMIENTA Y SUS CREADORES

Los mentores de CGT, Raimundo Ongaro y Rodolfo Walsh, se conocieron en Madrid en febrero de 1968, invitados por Perón ante el inminente congreso normalizador de la CGT. Allí el líder gráfico participó a Walsh de la idea de un periódico que expresara su proyecto de renovación sindical. Al asumir como director, Walsh convocó al primer equipo encargado de organizarlo, en el que se contaban Horacio Verbitsky, Rogelio García Lupo y José M. Pasquini Durán. La integración del staff de colaboradores era reveladora de las distintas experiencias intelectuales y profesionales que comenzaban a configurar el mosaico de la “nueva izquierda”. Militantes y simpatizantes del peronismo revolucionario, del nacionalismo de izquierda, del humanismo cristiano, de diversas expresiones del marxismo y de la izquierda del partido radical, aceptaron el convite de un proyecto que conjugaba los aportes de la crítica revolucionaria con una herramienta diri-

gida hacia sectores militantes del movimiento obrero. En esta nómina figuraron: Silvia Rudni, Luís Guagnini, Lilia Ferreyra, Carlos Aznares, Susana Viau, Milton Roberts, Andrés Alsina, Roberto Jacoby, Pino Solanas, Octavio Getino, León Ferrari, Luís F. Noé, Ricardo Carpani, Miguel Briante, Francisco Urondo, Ignacio Ikonicoff, Jorge Bernetti, Eduardo Jozami, Carlos Burgos, Mario Kestelboim, Hugo Rapoport, Lorenzo Amengual, Oscar Smoje, Beto Borro, Vicky y Patricia Walsh, entre otros.

CGT se imprimía en el taller gráfico Cogtal, empresa en la que Ongaro había sido delegado, y que ante una amenaza de quiebra se había convertido en cooperativa. Debió sortear graves inconvenientes, entre ellos, la fragilidad de su existencia (su legalidad no parecía una circunstancia perdurable), procesos judiciales incoados por fiscales del régimen, la escasez de recursos y las dificultades en la distribución de los ejemplares, especialmente de aquellos que no circulaban a través de los sindicatos y las regionales.⁵ En gran parte, aquel cerco pudo ser evadido debido al tesón y la calidad de sus redactores y a la militancia de las agrupaciones que tomaron a su cargo la distribución. Desde mayo de 1968, hasta su desaparición definitiva a comienzos de 1970, se publicaron 55 números. Hasta fines de 1968 su frecuencia fue semanal, quincenal hasta agosto de 1969 y mensual en el período de mayor persecución, después del Cordobazo y del asesinato de Vandor. La censura y el bloqueo tradicionalista sobre la cultura no impidieron a CGT acreditar una proeza gratificante. A fines de 1968 celebró la puesta en circulación de treinta y tres números, es decir, un millón de ejemplares.⁶

Impreso a seis columnas por página, solía acompañar sus notas con fotografías de militares, funcionarios civiles del régimen y empresarios beneficiados por las políticas oficiales. Recibía, además, la colaboración de ilustradores de renombre, entre los que destacaban Ricardo Carpani, y otros que decidieron

5 En los primeros tiempos, fue el esfuerzo personal de Walsh y Verbitsky lo que permitió la venta en los kioscos de la Capital, Rosario, Córdoba y La Plata.

6 CGT nº 33, 12 de diciembre de 1968.

preservar su anonimato. *CGT* tenía secciones estables como “La semana política”, a cargo de Verbitsky, y “La semana gremial”, redactada por Andrés Alsina. Uno de sus emprendimientos más originales fue la organización de un sistema de corresponsales obreros que desde distintas regiones del país daban cuenta de los avatares de la conflictividad gremial a partir de la experiencia directa de sus protagonistas.

La contratapa del periódico solía albergar investigaciones de gran aliento, donde el rigor informativo, la exposición sistemática de argumentos y la crítica mordaz, perfilaron atributos compartidos por los intelectuales de la *nueva izquierda*. Tanto Walsh como García Lupo publicaron allí indagaciones que luego fueron recopiladas en libros de gran impacto público. El primero descifró las claves ocultas del enfrentamiento entre burócratas del sindicalismo vandorista y militantes obreros de base en Avellaneda, con la muerte de algunos de estos últimos y de Rosendo García en la pizzería La Real. García Lupo, por su parte, esclareció la trama de vinculaciones y negocios entre el capital monopolista y funcionarios del Onganiato, obra publicada en varias oportunidades en las décadas posteriores.⁷

LOS DESAFÍOS DE LA ORGANIZACIÓN

El primer número de *CGT* apareció el 1º de mayo y tuvo el carácter de un manifiesto. Instaba a la reorganización de la central obrera y a la conformación, sobre dicha base institucional, de un movimiento de resistencia que además de los trabajadores convocaba a los sectores medios, pequeños empresarios, inquilinos, estudiantes, técnicos, intelectuales, escritores, artistas y a un conjunto de agrupaciones políticas empeñadas en la lucha antidictatorial.⁸ El periódico era concebido como un instrumento que debía aglutinar a diversos tipos de militantes y simpatizantes de la organización y propender a la difusión y al intercambio de *experiencias de lucha*. No sólo registraba el

estado de situación de los trabajadores (la pérdida de derechos, cesantías, la prepotencia patronal, demandas salariales y huelgas, etc.), sino que inscribía la trama de ese mapa de reivindicaciones como emergentes de la lógica del proyecto de acumulación “monopolista” instrumentado por el régimen militar. Como expresiones de disímiles pero contiguos ámbitos de la realidad, aquellas prácticas de confrontación podían emanar del campo gremial, político, económico, cultural, artístico, estudiantil, científico tecnológico, religioso, etc. En un plano más profundo de análisis, *CGT* interpretaba dichas iniciativas como respuestas a contradicciones inherentes a una sociedad capitalista significativamente penetrada por grupos de interés “imperialistas”; característica estructural que varias notas del semanario revelaban en áreas tan diversas como la producción, el comercio, las finanzas, las comunicaciones y la cultura.

Con proa hacia las experiencias combativas unitarias, *CGT* difundió ciertas formas incipientes de construcción política. Al calor de la tarea de apoyo a los trabajadores petroleros de Ensenada,⁹ el 24 de octubre de 1968 el semanario promovió un encuentro de activistas sindicales, estudiantiles y agrupaciones políticas radicalizadas. El llamado apuntaba a horizontes ambiciosos, instando a construir un “eje reagrupador” que posibilitara “la paulatina formación del Movimiento Revolucionario que organice y encuadre las luchas generales de los trabajadores y el pueblo”.¹⁰ Frente a dicha coyuntura, el periódico quizás sobredimensionara la confianza en la proyección de este capital político impugnador. Consideraba a la CGTA como la mayor fuerza organizada contra el gobierno militar, estigmatizando y subestimando al otro conjunto de gremios encorsetados bajo el aparato burocrático de la CGT de Azopardo, controlada por vandoristas y participacionistas.

La pluma de Walsh se adentraba en el desarrollo de lo que podría considerarse el esbozo de una teoría

7 Se alude en el primer caso a *¿Quién mató a Rosendo?*, de Rodolfo Walsh, y en el segundo a *Mercenarios y monopolios*, de Rogelio García Lupo.

8 “CGT. 1º de Mayo. Mensaje a los trabajadores y al pueblo argentino”, *CGT* nº 1, 1 de mayo de 1968.

9 La huelga, originada por la derogación de la jornada de seis horas, fue sabotada por la conducción nacional del SUPE dirigida por Adolfo Cavalli.

10 *CGT* nº 27, 31 de octubre de 1968.

y un método de acción colectiva. Según sus artículos, la central obrera estaba en condiciones de expandir estrategias insurreccionales más amplias que las revueltas fabriles. Consideraba que las luchas populares habían ingresado en una nueva etapa, caracterizada por la ampliación de la capacidad combativa de la población (trabajadores, estudiantes, inquilinos). Se requerían nuevos instrumentos de confrontación contra el régimen militar, ya que concentrando su capacidad represiva la dictadura podía derrotar las protestas aisladas. No alcanzaba con ocupar una fábrica si los habitantes del barrio donde estaba emplazada se comportaban como espectadores pasivos; era imprescindible coordinar los conflictos sectoriales, es decir, concertar la acción de masas. El barrio, la región, debían transformarse en los enclaves más eficaces de la lucha colectiva; sobre esa base territorial emergerían cuadros y organizadores del movimiento revolucionario. *CGT* confería al espacio sindical una gravitación preferencial para la unificación de las energías contestatarias. Cada local sindical debía proyectarse como un eje articulador de las reivindicaciones multisectoriales de trabajadores, estudiantes, intelectuales, sacerdotes, pequeños comerciantes, inquilinos, militantes políticos.¹¹

CGT exhortaba a la unificación de esa masa crítica en un movimiento revolucionario orientado por un programa que fusionaba la experiencia de un peronismo obrero “resistente” y el horizonte socialista abierto por los movimientos de liberación nacional y social de la posguerra. Las diversas militancias de sus activistas (agrupaciones obreras, corrientes estudiantiles, organizaciones revolucionarias peronistas radicalizadas y de la nueva izquierda, núcleos de cristianos por la liberación, intelectuales críticos, etc.), hacían de las páginas del periódico una cantera de estrategias quizás no decantadas en una síntesis definitiva, pero que demostraron una proyección virtuosa en los pasos iniciales de la central obrera y que

Ongaro condensó en la consigna “unirse desde abajo, organizarse combatiendo”. En la urgencia por la construcción de un bloque de resistencia multisectorial, el programa presentado en el número inaugural amalgamaba sin reservas tanto las vías insurreccionales de masas como una tácita aprobación a los grupos que desarrollaban distintas formas de lucha armada. Aunque el semanario no realizó un balance explícito sobre las perspectivas que ofrecían tales estrategias, parecía considerar a la sumatoria de estas vías como contribuciones necesarias para desestabilizar el orden social custodiado por la dictadura.

Un espacio en el que solían proliferar militancias heterogéneas era campo propicio para que se insinuaran desacuerdos entre los editores de *CGT* y las bases de la organización, entre los intelectuales del equipo de dirección y algunos lectores del semanario. Aunque no se instalaron como debates programáticos de perfiles bien definidos, ciertos disensos recogidos por el periódico expresaban opiniones encontradas y desacuerdos sobre el contenido y la orientación de la publicación. Algunas de las discusiones ventiladas por el semanario nacían de la profundidad y la complejidad de las cuestiones indagadas, temas que eran expresados con argumentaciones y conceptos de ardua comprensión para los lectores del campo gremial.

CGT no sepultó el tono crispado con que se presentaban estas desavenencias. En agosto de 1968 los dirigentes de la central obrera reclamaron un mayor compromiso de las agrupaciones y las organizaciones sindicales de base para distribuir los ejemplares. Según Ricardo De Luca, el semanario estaba “saliendo por el esfuerzo desinteresado de un equipo de periodistas”. El reclamo era perentorio:

Si no se difunde, dejará de salir. Sería un fracaso rotundo para la *CGT*. Son contadas las agrupaciones que retiran una cantidad fija de periódicos. Y tampoco están cumpliendo las propias organizaciones sindicales...

11 “Barrio por barrio: resistencia popular”, *CGT* n° 14, 1° de agosto de 1968.

12 Para un activista de la industria del hielo, los obreros no se veían reflejados en el periódico: "Todos los enemigos del pueblo salen fotografiados. No he visto una sola foto de un obrero en overol. No he visto la opinión de un auténtico obrero (...) La Agrupación del Hielo lo va a vender cuando sea el diario de la clase obrera argentina, y no de un grupo de intelectuales que no conoce un corno de lo que pasa en las bases del movimiento obrero". *CGT* nº 15, 8 de agosto de 1968.

13 Junto a la comisión de Estudios Económicos, de Acción Artística y de cineastas, que difundieron regularmente sus proyectos, se encontraban las de Medicina Social, Prensa, Relaciones Políticas, entre otras.

14 Los economistas de la CGTA analizaron las leyes de hidrocarburos y de sociedades anónimas que permitían la penetración del capital monopolista; así como los contratos, concesiones y la privatización de servicios y de empresas. *CGT* nº 24, 10 de octubre de 1968.

15 *CGT* participó de la campaña por la libertad de los artistas encarcelados a partir de aquella protesta. "Trabajadores de la cultura", *CGT* nº 13, 25 de julio de 1968.

16 "Porque arde Tucumán", *CGT* nº 33, 11 de diciembre de 1968. Véase también, Longoni y Mestman (2000).

17 El grupo se constituyó a partir del premio obtenido por el film *La Hora de los Hornos*, en el Festival de Cine de Pésaro, Italia, en junio de 1968. A partir de sus gremios, *CGT* organizó un circuito clandestino de difusión de la película prohibida por el gobierno militar.

En el marco de esta polémica, algunos activistas gremiales plantearon serias objeciones al semanario, específicamente al contenido de algunos temas y al tratamiento complejo y erudito de la producción intelectual de redactores y colaboradores. Para ciertos militantes de base faltaba la voz directa, sin intermediarios, de los trabajadores.¹² Aunque esta opinión de disconformidad no se vio generalizada en los números posteriores, y fue refutada por la intervención de otros militantes de la CGTA, probablemente expresara sentimientos latentes, aunque no organizados, en otros sectores del campo gremial.

La apertura de *CGT* a las distintas vertientes de la contestación antidictatorial integradas en el seno de la central obrera logró plasmarse con la publicación de secciones en las que aquellas expresaban iniciativas de organización, esclarecimiento y difusión. Describiremos someramente algunas contribuciones elaboradas por la producción de aquellas comisiones, en especial las que tuvieron un desarrollo más dinámico y una mayor presencia en las páginas del semanario.¹³

La Comisión de Estudios Económicos hizo un aporte profesional para analizar la orientación y las consecuencias de la política petrolera de la dictadura y dilucidar las raíces de la conflictividad obrera en el sector, en ocasión de la gran huelga petrolera, centrada en la Destilería de Ensenada, entre septiembre y noviembre de 1968. Profesionales y técnicos participaron de una campaña de esclarecimiento en actos, conferencias y documentos, acompañando a los huelguistas y aportando los saberes de su práctica específica en las "Jornadas Nacionales en Defensa del Petróleo", organizadas por la CGTA el 15 de octubre de 1968. *CGT* instaba a que los frutos de las investigaciones económicas afianzaran y esclarecieran los fundamentos que subyacían en las luchas emprendidas por los trabajadores.¹⁴ También las iniciativas y los actos de la Comisión de Artistas recibieron el apoyo sostenido del periódico. Sus integrantes provenían

de experiencias creativas de las vanguardias plásticas que recusaban los fundamentos y circuitos de consagración del "arte burgués", así como las prácticas (elitismo, frivolidad, culto a excentricidades inocuas, etc.) de modernas instituciones protagonistas de la renovación estética y formal en los años recientes (como el Instituto Di Tella). Articulados en el seno de la central obrera, los artistas unían los programas de renovación estética a las vanguardias políticas, asociando su producción con el compromiso revolucionario de sectores militantes de la clase trabajadora y del movimiento popular.

CGT registró y alentó varias intervenciones críticas y creativas de los artistas plásticos, algunos adheridos también al Frente Antiimperialista de Trabajadores de la Cultura (Fatrac). Se solidarizó con la movilización de varios artistas que el 16 de julio de 1968 cuestionaron a las autoridades organizadoras del *Premio Braque* (la embajada francesa), por haber discriminado la obra de algunos participantes que se pronunciaron a favor de los movimientos estudiantiles y gremiales protagonistas de las huelgas de mayo del 68 en París.¹⁵ El periódico también difundió una de las iniciativas más trascendentes de los artistas identificados con la central obrera: el multifacético "Tucumán Arde", desarrollado en noviembre de 1968 en los locales de la institución de Rosario y de Buenos Aires. Se trató de un proyecto en el que artistas plásticos, fotógrafos, cineastas, periodistas y sociólogos retrataron, a través de distintos soportes expresivos, la crítica situación que atravesaba la provincia norteña, a raíz del estancamiento de la producción azucarera y del impacto de las políticas "racionalizadoras" aplicadas por la dictadura.¹⁶

En otro campo lindero, *CGT* promovió la realización de investigaciones cinematográficas del recién constituido grupo Cine Liberación, de Pino Solanas y Octavio Getino.¹⁷ Los llamados Cine/ Informes de la CGTA emprendieron una incursión crítica sobre cues-

tiones históricas y experiencias de resistencia obrera y popular, como la huelga petrolera, la crítica situación social de Tucumán y la evocación del 17 de Octubre. Para la difusión de estos proyectos, la publicación alentó la construcción de mecanismos alternativos de contrainformación, utilizando espacios gremiales, universitarios, estudiantiles, culturales independientes y domicilios particulares.¹⁸

UN INSTRUMENTO PARA LA CONTRAINFORMACIÓN

Un tejido inescindible ligaba, según Walsh, a los medios masivos de comunicación con el sistema de dominación capitalista. Aquellos constituían (especialmente la radio y la televisión) un circuito controlado por empresas dependientes de agencias "imperialistas". Su función era manipular la información y masificar la cultura. Frente a este dispositivo, las aspiraciones propias de los trabajadores se veían constreñidas al terreno del folleto y los periódicos de pequeña tirada. *CGT* había nacido para abrir una brecha en el monopolio comunicacional. Mediante la distribución por parte de decenas de agrupaciones militantes, el semanario se estaba convirtiendo, según Walsh, en el periódico político de mayor circulación en el país. Comprometido con su misión de contrainformación, sus páginas brindaron detalladas indagaciones y denuncias sobre la penetración o la influencia de empresas, *lobbies* y agencias norteamericanas en sectores como la industria, el mundo sindical y el aparato informativo.

MONOPOLIOS Y TESTAFERROS

CGT señaló las poderosas ramificaciones que el "capital monopolista" había consolidado durante la gestión económica de la dictadura militar. Con esta calificación aludía a un conjunto de grandes empresas extranjeras que ejercían el liderazgo por su potencial financiero y su gravitación sobre distintas ramas

industriales, comerciales y financieras. Estas tenían una participación creciente en el ranking de las cincuenta empresas de mayor facturación y obtenían porcentajes cada vez más altos en el ingreso nacional.¹⁹ En efecto, mientras la participación del salario había decrecido en el reparto del ingreso nacional, entre el comienzo y el fin de la década de 1960 se había incrementado el porcentaje correspondiente a los sectores industriales en los que predominaba el capital trasnacional.²⁰

García Lupo reveló las colusiones entre militares, gerentes y tecnoburócratas de la *Revolución Argentina* con directores de las empresas transnacionales. El ministro Krieger Vasena, gerente adocenado en los grupos trasnacionalizados, cumplía la función del *testaferro*.²¹ Era director de tres empresas mineras pertenecientes al holding norteamericano The National Lead, cuya expansión internacional y local se aceptaba con la cooptación de funcionarios gubernamentales. Los mismos lazos unían al ministro de Defensa Emilio van Peborgh que era director de Sominar S.A., otra empresa minera norteamericana.

CGT analizó los vasos comunicantes utilizados por la estrategia financiera de los monopolios imperialistas afincados en la Argentina y demostró la alianza financiera y los convenios que ligaban a The National Lead con el grupo químico norteamericano E. I. Du Pont de Nemours, propietaria de la empresa local Ducilo S.A. La industria química instalada en la Argentina atravesaba el mismo proceso de concentración amparada por decisiones políticas de los funcionarios gubernamentales, entre ellas, asegurarles posibilidades ventajosas para la obtención de créditos. Ducilo sin duda gozó de este tipo de beneficios cuando su vicepresidente, el doctor Rodolfo Guido Martelli, fue designado presidente del Banco Industrial de la República Argentina y su gerente, Raúl Peyceré, como Secretario de Industria de la Nación.²² En la segunda mitad de la década, el mercado argentino era objeto de una pugna entre

18 "Con este cine informe –señalaba el secretario de Prensa de la organización-, queremos que lleguen a todos los rincones del país hechos que la prensa no refleja, para que los trabajadores vayan comprendiendo los objetivos de su lucha. Es un material político de gran importancia para las futuras acciones del movimiento obrero con todos los sectores que coinciden en el programa de la CGT". "Discurso de Ricardo De Luca", *CGT* n° 37, 23 de enero de 1969.

19 En 1968, del total de las inversiones del gran capital en la Argentina las tres cuartas partes eran propiedad de los monopolios extranjeros. "CGT. 1° de Mayo. Mensaje a los trabajadores y al pueblo argentino", en *CGT* n° 1, 1 de mayo de 1968.

20 Según *CGT*, la participación del salario en el ingreso nacional se había desmoronado del 60 al 40% entre el principio y el fin de la década. "Los monopolios al poder", *CGT* n° 5, 30 de mayo de 1968.

21 Así lo definió García Lupo (1988): "Krieger Vasena no es un empresario, un creador de industrias, un productor del campo, un explorador del subsuelo. Nada de eso. Krieger Vasena es uno de los diez testaferros internacionales mejor cotizados en las sociedades de negocios de la Argentina". Director de varias empresas, bancos y financieras, había sido ministro de Economía del gobierno de Aramburu, en 1957; año en que Argentina ingresó al FMI, donde Krieger sería funcionario.

22 El presidente saliente del Banco Industrial era Emilio van Peborgh, oficial simultáneo de la Fuerza Aérea Argentina y de la R.A.F británica, Ministro de Defensa y miembro del directorio de Sominar S.A. "Los monopolios al poder", Op. cit.

grandes empresas norteamericanas del sector. A mediados de 1969, la Dow Chemical utilizó el dumping para deteriorar la situación de sus competidoras, ocasionando una rearticulación de los grupos monopolísticos. Entre estos figuraba la influyente Duperial, que solicitó al gobierno medidas para impedir aquellas agresivas técnicas de venta. Como no hubo tal intervención, Duperial, su colateral Electroclor e Industrias Koopers (también de capitales norteamericanos) coordinaron su estrategia configurándose un mercado cada vez más oligopolizado.

La investigación de García Lupo hizo visibles otros vínculos anudados por el régimen militar y las empresas monopólicas. El grupo Bunge y Born logró un encumbramiento en la política oficial cuando uno de sus directivos, Cesar Bunge, fue designado ministro de hacienda.²³ Grupos trasnacionales del transporte marítimo, como la compañía Granville Ellie Conway, lograron notables ventajas, mediante la cooptación de funcionarios de rango militar y civil (como Costa Méndez), como empleados de subsidiarias de la empresa matriz; acaparando el transporte en desmedro de ELMA.²⁴ La radiografía realizada por García Lupo transparentaba el poderoso tráfico de influencias ejercido por los grandes grupos en la cúpula del gobierno militar. Dio a publicidad que tres ministros del gabinete representaban directamente aquellos intereses; incluso con los matices “ideológicos” que la prensa del establishment le atribuía a cada uno: el “europeísta” (van Peborgh), el pro norteamericano (Krieger) y el “nacionalista” (Costa Méndez).

LAS “AGENCIAS IMPERIALISTAS” Y EL SINDICALISMO: LAS PRUEBAS DE LA COOPTACIÓN

Una añeja obsesión de la política exterior norteamericana, acunada desde la guerra fría y el macartismo, buscaba neutralizar las tendencias radicales y la influencia comunista en el movimiento obrero latinoamericano.²⁵ Tras este propósito se movilizaron fon-

dos y programas administrados por agencias gubernamentales, fundaciones, institutos y por líderes del sindicalismo conservador de la American Federation of Labour (AFL). Serafino Romualdi, el “embajador volante” de la AFL en América Latina, desarrolló una intensa actividad en cursos de formación y cooptación de dirigentes latinoamericanos que rechazaran al sindicalismo de confrontación de clase.

CGT descifró la urdimbre local de aquella estrategia. José M. Pasquini Durán señaló el flujo de cuantiosas subvenciones, provenientes de organizaciones internacionales ligadas a la CIA y de otras agencias, a líderes e instituciones del sindicalismo anticomunista de América Latina y de la Argentina. Ese torrente financiaba “institutos de capacitación” de líderes sindicales partidarios de la conciliación de clases y embanderados en el campo occidental durante la guerra fría. Pasquini Durán identificó al Instituto Americano para el Desarrollo del Sindicalismo Libre (IADSL) como el principal mecenas de sindicalistas argentinos. Fundado en Washington en 1960, y apañado por la AFL-CIO y por la Agencia para el Desarrollo Internacional (AID), era un complemento del programa de cooperación de la Alianza para el Progreso. Becas y cursos en EE.UU. atraían a dirigentes que admiraban el modelo de “sindicalismo práctico” de la AFL-CIO. Radicado en Buenos Aires en 1964, ya tenía para ese entonces un proselitismo consolidado en otros países de la región.

Pasquini examinó la amplitud de los programas del IADSL. Hasta la mitad de los 60 había adiestrado a miles de sindicalistas latinoamericanos, algunos de los cuales ingresaban a la Escuela de Adiestramiento Laboral de la Universidad de Loyola, en Nueva Orleans. Sus actividades recibieron donaciones de más de sesenta grandes empresas norteamericanas, interesadas en “difundir el concepto de moderno sindicalismo democrático, y para contribuir al desarrollo y estabilidad de América Latina”. Entre las aportantes fi-

23 El presidente de Bunge y Born, Mario Hirsch, fue designado consejero económico del presidente Juan Carlos Onganía. “Los monopolios al poder”, Op. cit.

24 El representante de YPF, capitán de navío Pantín, se incorporó a las empresas de Conway; lo mismo hizo el gerente de ELMA en Nueva York, capitán de navío López de Bertodano. Estos mismos personajes fueron socios de Conway en Field Argentina S.A., junto con el presidente de ELMA, Guillermo Rawson, y el canciller Costa Méndez. “Los monopolios al poder”, Op. cit.

25 Las purgas anticomunistas las aplicaron al mismo sindicalismo norteamericano. Por presiones gubernamentales, en 1945 los activistas comunistas fueron expulsados del CIO. En 1947, la administración Truman prohibió la ley Taft/Hartley que les prohibía desempeñar cargos en todo el sindicalismo del país (Roxborough en Bethell, 1994).

guraban la Fundación Rockefeller, la ITT, W. Grace and Co, Standard Oil, Pan American World Airways, United Corporation, etc.; grupos transnacionales titulares de las mayores inversiones en América Latina durante esta década.²⁶

Las fundadas sospechas de CGT señalaban a los miembros de la cúpula del Instituto como agentes o colaboradores de la CIA.²⁷ Según recordaba Pasquini Durán, el sindicalismo libre había apoyado las intervenciones militares norteamericanas en América Latina y participado en el derrocamiento de algunos gobiernos de la región. Alumnos del IADSL aprobaron, el 1 de abril de 1964, el *putsch* contra Joao Goulart en Brasil y colaboraron con la reorganización sindical de la dictadura de Castelo Branco. Un año después, los líderes sindicales que pertenecían al mismo instituto aprobaron, en coro con la AFL/CIO, la intervención norteamericana en Santo Domingo. Pasquini Durán recogía informaciones provenientes de Estados Unidos que corroboraban las sospechas sobre espionaje, mencionando la participación de funcionarios norteamericanos de la sucursal argentina del IADSL en asociaciones que recibían aportes monetarios de la CIA.²⁸

CGT localizó episodios concretos de la injerencia de organizaciones "imperialistas" en el sindicalismo vernáculo. Existían pruebas de la cooptación, por parte de instituciones colaterales de la CIA, de dirigentes de la Federación Argentina de Trabajadores de Luz y Fuerza (FATLYF); organización orientada por el peronista Juan José Taccone, una de las principales figuras de la Nueva Corriente de Opinión, es decir, del sindicalismo "participacionista" allegado a la dictadura militar del general Onganía.²⁹ Según el relato de Pasquini Durán, los puentes de la colaboración eran disimulados mediante instituciones sindicales supranacionales y fundaciones de "estudios laborales". El informe consignaba la invitación a líderes de FATLYF para integrarse, en octubre de 1968, a una entidad

sindical dirigida por líderes norteamericanos confidentes de la CIA, la Internacional de Correos, Telégrafos y Teléfonos (ICTT); también miembro del IADSL. La cúpula del ICTT comulgaba abiertamente con la política exterior norteamericana, practicaba un acendrado anticomunismo y salmodiaba las bondades de la "libre empresa". La pesquisa de Pasquini Durán reveló los roles intercambiables de funcionarios de esos institutos, una urdimbre de relaciones polifuncionales cultivadas en la atmósfera de la guerra fría. Wallace Legge oficiaba de representante interamericano del ICTT, William Doherty Jr. era el administrador del IADSL y Arturo Jáuregui era el secretario general de la Organización Regional Interamericana del Trabajo (ORIT), también aliada del sindicalismo pro norteamericano.

Representantes de la FATLYF concurren al Congreso de la ICTT, realizado en Santo Domingo, firmaron el proyecto de organización continental de un sindicalismo de colaboración de clase y fueron anfitriones, en abril de 1969, de una nueva sesión interamericana del organismo. CGT asociaba la inclinación pro norteamericana de la conducción nacional del sindicato con las simpatías hacia las FF.AA y con el beneplácito que sus dirigentes ofrecieron al golpe militar que derribó a Arturo Illia.³⁰

MONOPOLIOS EN LA COMUNICACIÓN

Walsh conocía las evidencias del interés de agencias y fundaciones "imperialistas" por controlar o influir en los medios de comunicación social. Estaba al tanto de la existencia de programas de la CIA orientados hacia esas metas, tal como lo habían acreditado varias investigaciones realizadas en Estados Unidos, reproducidas por publicaciones de la izquierda latinoamericana. La formación de líderes de opinión, la captación de estudiantes e intelectuales, el financiamiento del sindicalismo anticomunista, el sostén de institutos y publicaciones, y la voluntad de influir en

26 Según CGT, a fines de los sesenta cerca de 80.000 sindicalistas habían sido adiestrados por los cursos del IADSL. "La penetración en los gremios", en CGT n° 43, 24 de abril de 1969.

27 El administrador y el tesorero del IADSL, William Doherty Jr y Joseph Bairne, respectivamente, eran hombres de la Agencia. Según refería el *Washington Post*: "En círculos próximos al IADSL, se dice que su programa público es perjudicado por sus actividades secretas, que consisten en recoger información". La prensa norteamericana confirmaba múltiples vinculaciones entre capacitación sindical y espionaje. "La penetración en los gremios", Op. cit.

28 Según un periodista del *Washington Post*, "la atención particular prestada por el IADSL a los asuntos del espionaje le ha traído más enemigos que amigos entre los trabajadores de América Latina". "Denunciamos la penetración...", Op. cit.

29 Coria, Cavalli, Taccone y March eran asiduos interlocutores participacionistas del gobierno militar instalado en 1966. El Sindicato de Luz y Fuerza de Córdoba, liderado por Agustín Tosco, fue una seccional opositora que enfrentó implacablemente la orientación pro gubernamental de la FATLYF.

30 Al Congreso concurren Néstor Piferrer, secretario general del SLYF de Capital, y Jesús Blanco, presidente de la FATLYF. En marzo de 1966, altos jefes militares visitaron la sede capitalina del SLYF. "Con profunda emoción adhiero a los propósitos patrióticos de ese sindicato", telegrafó el general Onganía. "La penetración en los gremios", Op. cit.

la opinión pública latinoamericana fueron parte de los objetivos de aquella y de otras agencias gubernamentales norteamericanas.³¹

Walsh y sus colaboradores individualizaron algunos arietes de esta avanzada sobre los *mass media*. Las agencias informativas norteamericanas eran monopolios de la comunicación que transmitían valores y opiniones consubstanciados con el proyecto hemisférico del Departamento de Estado. Associated Press (AP) era la primera agencia del mundo,³² seguida por su connacional United Press (UP). El fenómeno monopolístico estaba arraigado en la propia estructura comunicacional de EE.UU. Periódicos, revistas y otras publicaciones estaban bajo propiedad de auténticos oligopolios. Las principales revistas de circulación masiva (con ediciones internacionales) pertenecían al grupo Morgan; entre ellas, *Times*, *Life* y *Fortune*. El mismo conglomerado sostuvo y proveyó dinero a fundaciones y remuneró a funcionarios de la política exterior norteamericana, además de surtir a formidables canales de propaganda del “mundo libre” capitalista. En febrero de 1965, *Fortune* explicitaba con transparencia el funcionamiento de los medios de información norteamericanos en la era del imperialismo:

Estados Unidos ha participado en la creación y el derribo de varios gobiernos desde la segunda guerra mundial. En la actualidad, los embajadores dirigen más países de los que se admitiría en público. Por medio de la Agencia de Informaciones de Estados Unidos los norteamericanos trabajan, no sólo para conquistar amigos, sino también para modelar las mentalidades individuales y de los grupos de millones de personas para los fines de los Estados Unidos.

Según Walsh, el gobierno de EEUU y los magnates de la información concertaban los objetivos y los medios de la acción en el campo comunicacional. Su Agencia de Informaciones (USIA) disponía de un Servicio de Informaciones (USIS) que desarrollaba ac-

ciones en colaboración con la prensa, la radio, la televisión y el cine. Al mismo tiempo, coordinaba acciones con institutos culturales en los que participaban intelectuales y escritores, e impulsaba diversos sistemas de becas a estudiantes. Como una maquinaria de múltiples encastres, la Agencia utilizaba también un Servicio de Investigación y Referencia, en cuyo seno funcionaba el Barómetro de la Opinión Pública Latinoamericana. Este señalaba, con cifras y porcentajes, las fluctuaciones de las tendencias políticas en cada país de la región e informaba regularmente a la Casa Blanca sobre sus resultados y conclusiones.

Walsh describía esas operaciones como un “espionaje de la opinión pública”. Usualmente, las acciones que emanaban de dichos organismos se realizaban bajo la cobertura de empresas de investigación de mercado o de fundaciones que financiaban investigaciones en los países de América Latina. El Instituto Norteamericano de Periodismo, dedicado a la formación de profesionales de la investigación, organizó varios seminarios en el subcontinente, financiados por la Fundación Ford y por la Fundación Rockefeller. Las grandes fundaciones colaboraban activamente con las estrategias de comunicación y espionaje. El equipo de Walsh individualizó a diplomáticos y políticos que patrocinaban esas actividades en nuestro país. El embajador norteamericano John D. Lodge, vinculado a la Banca Morgan, había admitido en el Congreso de los EE.UU. que el Instituto de Política Exterior, dirigido por él y dependiente de la Universidad de Pennsylvania, era financiado por el servicio de espionaje del Pentágono.³³

CGT ponía bajo la lupa otros engranajes del entramado comunicacional y del espionaje norteamericano. Además de los canales ya mencionados, la USIS interactuaba con otras sedes oficiales del país del norte en nuestro territorio, como el Servicio Cultural e Informativo, las bibliotecas Lincoln y Técnica, el IADSL y el Instituto Cultural Argentino Norteamericano

31 En 1964, el senador W. Patman demostró la infiltración de la CIA en varias fundaciones e institutos culturales. Durante 1966, cinco notas del *New York Times* descifraron el laberinto de alianzas, cooptación y fachadas usadas por la CIA para la acción cultural anticomunista. Un año después, el periodista Sol Stern denunció mayores dimensiones de la trama secreta en la revista *Ramparts*. La nota fue traducida por *Marcha* nº 1344, 1967. Véase, María Mudrovic (1997) y Frances Stonor Saunders (2001).

32 AP vendía noticias a 15 mil medios de todo el mundo. “¿Quiénes pretenden manejar la opinión pública?”, *CGT* nº 55, febrero de octubre de 1970 (en la clandestinidad).

33 *CGT* recordaba el vínculo de acero que unía, desde el siglo XIX, a la dinastía Lodge con el grupo Morgan y con la política imperialista de los EE.UU. Henry Cabot Lodge, hermano de John, fue embajador en Saigón durante la intervención norteamericana en Indochina. Su sobrino, George, revistaba como agente de la CIA. “¿Quiénes pretenden...?”, *Op*, cit. Integrantes del mismo grupo familiar fueron accionistas de la United Fruit Co. y organizadores del golpe de estado que derrocó a Jacobo Árbenz en Guatemala, en 1954 (Selser, 1961; Schlesinger y Kinzer, 1983).

(ICANA). El semanario también iluminaba las actividades de colaterales menos sospechadas: los monopolios norteamericanos tenían injerencia en las agencias de publicidad comercial. Sus directivos controlaban la Cámara Argentina de Anunciantes.³⁴ La poderosa herramienta de la publicidad comercial ejercía su influencia financiando a publicaciones afines ideológicamente y presionando a aquellas que lidiaban por su supervivencia. La masa de dinero que movían las pautas publicitarias era enorme y el selecto club de quienes más facturaban estaba constituido por agencias filiales de monopolios norteamericanos, como Walter Thompson, Mc Cann Eriksson y Grande, o como Ricardo De Luca Tan, que dependían casi íntegramente de la cartera de transnacionales.³⁵

CGT demostraba la importancia y el rol tutelar que las agencias informativas norteamericanas (y europeas, en menor medida) ejercían sobre los principales diarios de América Latina. El potencial era abrumador. AP y UP abastecían el 80 por ciento de la información sobre América Latina a los periódicos de mayor tirada de la región. El poder de información y la publicidad concentrados en aquellas agencias internacionales sin duda condicionaban las orientaciones y la “independencia” de los principales medios de comunicación de Latinoamérica.

EPÍLOGO

El semanario *CGT* fue ideado como herramienta para aglutinar a activistas disidentes del movimiento obrero, decididos a recuperar la central sindical para una práctica de confrontación contra la autocracia militar implantada en 1966. La publicación propiciaba la construcción de un sindicalismo pluralista, antiburocrático y representativo de los sectores gremiales del interior del país, y consideraba a dicho proyecto sindical como un eje articulador de un frente político y social para la lucha antidictatorial. El equipo de cola-

boradores convocado por Walsh insinuaba una experiencia de síntesis característica de la *nueva izquierda*: la confluencia de tradiciones políticas emanadas del peronismo revolucionario, de varios cauces de la izquierda, del nacionalismo, del humanismo cristiano, etc., articulados a organizaciones combativas del movimiento sindical.

La producción periodística militante de este colectivo aportó a la difusión y al esclarecimiento de dimensiones estratégicas de las estructuras de dominación capitalista en nuestro país. El semanario no solo alentó la movilización social contra los sectores empresariales beneficiados por la política económica militar, el “capital monopolista”, sino que sus indagaciones contribuyeron a descifrar la preponderancia de las tramas monopolistas e “imperialistas” en la economía argentina, a denunciar las estrategias de cooptación en el campo del sindicalismo tradicional por parte de agencias de aquella procedencia y a recusar el predominio de sus intereses en los aparatos de comunicación y cultura, señalando con precisión quirúrgica a sus agentes, lobbies y beneficiarios.

CGT propendió a unificar distintas vertientes de la protesta social contra la dictadura. Sus páginas convocaron a sectores medios –estudiantes, técnicos, profesionales, intelectuales, artistas, militantes cristianos combativos–, ofreciendo un dispositivo organizativo para la difusión de sus demandas específicas, en el marco de un programa de resistencia multisectorial enunciado por el primer número del semanario. La cohabitación en sus páginas de estas disímiles vertientes de la militancia no estuvo exenta de discrepancias tácticas y, quizás, de horizontes estratégicos con proyecciones divergentes. Sin embargo, sobreponiéndose a experiencias fallidas de nuestro pasado y durante un período (que sería cómodo y simplista calificar de efímero) esbozó una plataforma de encuentro entre organizaciones obreras, estudiantes e intelectuales que prefiguaron el proceso de contes-

34 Los principales ejecutivos de relaciones públicas de dichas transnacionales de la comunicación y de los auspicios publicitarios eran el elemento influyente en la Asociación Argentina de Relaciones Públicas y en el Círculo Argentino de Profesionales de las Relaciones Públicas. “¿Quiénes pretenden...?”, Op.cit.

35 Esta agencia dependía de la cuenta de la empresa Gillette. “¿Quiénes pretenden...?”, Op. cit.

tación y radicalización anunciado por la irrupción del Cordobazo, en mayo de 1969.

BIBLIOGRAFÍA

ANZORENA, Oscar R., *Tiempo de violencia y utopía (1966-1976)*, Contrapunto, Buenos Aires, 1988.

BASCHETTI, Roberto, *Documentos de la resistencia peronista, 1955/1970*, De la Campana, La Plata, 1997.

BOZZA, Juan Alberto, "La voluntad organizada. La CGT de los Argentinos, una experiencia de radicalización sindical", en CD de las IV Jornadas de Trabajo sobre Historia Reciente, Facultad de Humanidades y Artes, UNR, Rosario, mayo de 2008.

_____, "El peronismo revolucionario. Corrientes y experiencias de la radicalización sindical", en *Cuestiones de Sociología* nº 3, FaHCE-UNLP/ Prometeo, La Plata, 2006.

FERREIRA, Lilia, "Walsh y la prensa popular", introducción a *Documentos Semanario CGT*, tomo II, *Página 12/ UnQui*, s/f.

GARCIA LUPO, Rogelio, *Mercenarios y monopolios*, Legasa, Buenos Aires, 1986.

GILLESPIE, Richard, *Soldados de Perón*, Grijalbo, Buenos Aires, 1987.

GILMAN, Claudia, *Entre la pluma y el fusil, Siglo XXI*, Buenos Aires, 2003.

GORDILLO, Mónica, "Protesta, rebelión y movilización", en James, Daniel (dir.), *Violencia, proscripción y autoritarismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 2003.

_____, *Córdoba en los 60. La experiencia del sindicalismo combativo*, REUN, Córdoba, 1996.

JAMES, Daniel, *Resistencia e integración*, Sudamericana, Buenos Aires, 1990.

JOZAMI, Eduardo, *Rodolfo Walsh. La palabra y la acción*, Norma, 2006.

LONGONI, Ana y MESTMAN, Mariano, *Del Di Tella a Tucumán Arde*, El Cielo por Asalto, Buenos Aires, 2000.

MUDROVIC, María E., *Mundo nuevo. Cultura y gue-*

rra fría en la década de 1960, Beatriz Viterbo, Rosario, 1997.

MURMIS, Miguel; SIGAL, Silvia y WAISMAN, Carlos, "Tucumán arde", en *Cuadernos de Marcha* nº 27, Montevideo, julio de 1969.

ROXBOROUGH, Ian, "La clase trabajadora urbana y el movimiento obrero en América Latina desde 1930", en Bethell, Leslie (comp.), *Historia contemporánea de América Latina*, Crítica, Barcelona, 1994.

SCHLESINGER, Stephen y KINZER, Stanley, *Bitter Fruit*, Anchor, Nueva York, 1983.

SELSER, Gregorio, *El Guatemalazo*, Iguazú, Buenos Aires, 1961.

SEMANARIO CGT, nº 1 a 55 (mayo de 1968 a febrero de 1970).

STONOR SAUNDERS, Frances, *La CIA y la guerra fría cultural*, Debate, Madrid, 2001.

VERBITSKY, Horacio, "Nacer en Madrid", introducción a *Documentos Semanario CGT*, tomo IV, *Página 12/ UnQui*, s/f.

WALSH, Rodolfo, *¿Quién mató a Rosendo?*, De la Flor, Buenos Aires, 2003 (1969).

Lo invisible en la construcción del espacio público mediático. Una primera aproximación

Carlos Alberto García Da Rosa

Carlos Alberto García Da Rosa es Magister en Periodismo y Medios de Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Doctorando en Comunicación (UNLP). Docente de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (UNM).

Resumen

Desestructurar el régimen de visibilidad que utilizan los medios para justificar su mirada y posición sobre los procesos políticos y sociales que se producen en su entorno parece, metodológicamente, una de las herramientas que permite introducirnos en los procesos de negociación que se establecen para fijar los criterios con los que se determina la noticiabilidad del acontecimiento y los efectos que esto produce en el establecimiento de agenda.

Lo que se plantea en este trabajo es que las condiciones que se imponen para ser visibles refuerzan la "normalización" del espacio público mediático con el objetivo de reforzar el orden social instituido, pero también para legitimar los mecanismos y dispositivos que se utilizan para hacer creer que lo que muestra es la verdadera realidad construida en un espacio democrático y pluralista.

Palabras clave: medios – espacio público mediático – estatuto de visibilidad

Keywords: media – media public space – visibility statute

Abstract

Modify the structure of the visibility regimen that media use for justify it look from political and social process that are producing in their environment seems, methodologically, as one of the tools that lets introduce in the negotiation process to establish the criteria for the noticiability of the event and its effects on the establishment of the agenda.

In this investigation we consider that conditions that impose for be visible reinforce the "normalization" of the media public space with the intention of consolidate the institute social order, but also to legitimize the mechanism that utilize to make us believe that it is the true reality built in a democratic and pluralist space.

Recibido: 15-11-2009 / Aceptado: 12-4-2010

Silvio Alvarenga y la gente del barrio El Brete de Posadas,¹ hace más de cien días que están en la Plaza 9 de Julio, la plaza pública más importante de la capital de la provincia de Misiones, esperando que los escuchen. Todas las tardes, sentado en una silla que trajo de su casa, después que deja el trabajo en el pequeño comercio que tiene instalado en el barrio, Silvio observa cómo en el principal paseo público de la ciudad, que en otro tiempo supo ser lugar por excelencia de visibilidad de reclamos, alegrías, frustraciones, encuentros y desencuentros, de interpelación al poder político, religioso y económico, su protesta no es vista y no entiende por qué.

La gente pasa y ni siquiera lo mira. Uno que otro se detiene, pregunta y sigue su camino; ocasionales turistas sacan fotos; las autoridades no lo llaman y los medios de comunicación –uno de los motivos por el cual decidieron trasladar las manifestaciones que hacían en el barrio hasta este lugar, para que “todos nos vean, nos escuchen, sepan los que nos pasa”– tampoco se ocupan de él. Son invisibles, en principio, para cinco radios y una de las cuatro agencias de noticias más importantes de la provincia que están instaladas en la ciudad, a no más de cien metros de donde se encuentran; y un poco más lejos, para otras cincuenta emisoras y cuatro canales de televisión, de los cuales uno de ellos –de alcance reducido– transmite en vivo de lunes a viernes con un equipo de exteriores a no más de treinta metros de donde está.

La escena es patética: la cámara le da la espalda, no lo enfoca, mira para otro lado. La protesta no aparece, no se ve, y por lo tanto, como diría Michel De Certeau (1999), “no existe”.

Canal 12 [la televisión oficial] ni aparece; Canal 4 [emisora cuyo propietario es un dirigente político opositor al gobierno] nos busca cuando quiere pegarle a Carlos Rovira [ex gobernador de la provincia]; los del 5 [canal de cable cuyo propietario es Cablevisión] te ponen condiciones: “No diga

esto, no ‘putees’ a aquellos... no des nombres”, y así yo no hablo. Estos de acá [señala a los periodistas y técnicos del Canal 6 –su propiedad se adjudica al ex intendente de Posadas, que con su equipo móvil transmite diariamente en directo desde la plaza–] no sé a qué juegan. Por ahí nos dan bolilla y por ahí no, y las radios vienen sólo aquellas que quieren pegarle al gobierno o a Yacyretá... Nos quieren usar para eso (Entrevista a Silvio Alvarenga, 20/08/07).

Esto lleva a preguntarnos sobre las características que tiene hoy el espacio público que crea la institución mediática, hacia donde muchos –como Silvio– dirigen su mirada con la esperanza de encontrar allí una posibilidad para debatir, confrontar ideas, construir consensos y acuerdos básicos propios de una sociedad democrática, así como sobre el rol que desempeñan los medios y los criterios que utilizan para determinar / elegir / asignar quiénes tendrán / tienen derecho al uso de la palabra, y sobre las prácticas que construye el ciudadano para hacer de estos espacios ámbitos participativos y de permanencia, y no sólo lugares “de paso” (Senett, 1978), de visibilización e intercambio (Winocur, 2002).

También lleva a repensar la relación que existe entre medios y esfera pública (Ferry y Wolton, 1998; Keane, 1997; Choque Aldana, 2002), con la descentralización de la política (Lechner, 1996), la construcción y ejercicio de la ciudadanía (Arendt, 2008; Quiróz, 2005; Winocur, 2002), las mediaciones (Martín Barbero, 1991) y la comunicación “no en sí misma, sino en relación con los deseos y proyectos que son su motor” (Reguillo, 1998).

Comenzar a desestructurar el régimen de visibilidad que los medios utilizan para justificar su mirada y su posición sobre los procesos políticos y sociales que se producen en su entorno parece –metodológicamente– una de las herramientas que permitiría introducirnos en los procesos de negociación que se establecen para fijar los criterios con los que se deter-

1 El Brete se encuentra a orillas del río Paraná y es uno de los barrios de la ciudad de Posadas (capital de la provincia de Misiones) cuyas familias deben ser relocalizadas debido a los efectos que causará el embalse de la represa de Yacyretá –emplazada a unos 80 kilómetros en la localidad correntina de Ituzaingó– cuando esté funcionando a pleno. Lo que reclaman las aproximadamente 200 familias que hoy lo habitan es su derecho a decidir dónde vivir y bajo qué condiciones. La propuesta de la Entidad Binacional Yacyretá (EBY) es trasladarlas a un barrio tipo, ubicado a unos 20 kilómetros, lejos del río y en otra localidad.

mina la noticiabilidad del acontecimiento (Fischman, 1983; Rodrigo Alsina, 1989; Wolf, 1991; Charaudeau, 2003) y los efectos que esto produce en el establecimiento de la agenda (Verón, 1999).

LAS DOS PLAZAS

En principio, empezamos por considerar que para Silvio hay dos plazas en las que para “estar” y “permanecer” visible se deben suscribir determinados acuerdos, aun a costa de perder parte de su poder y representatividad. Una es la del espacio físico, de alto valor simbólico, que ocupa un lugar determinado en la geografía de la ciudad; otra, la que está en los medios, ámbito considerado como decisivo para el reconocimiento social. Y en ambas han operado grandes transformaciones: la plaza física, como lugar de todos, de uso social colectivo y multifuncional al que todos acuden para pasear, conocerse, comunicarse, reunirse, manifestar, parecería que se convirtió –como lo advirtiera Martín Barbero (1996)– en un lugar de circulación y no de encuentro. Nadie mira o se detiene, todos la transitan sin reconocerse entre sí ni reconocer las otras realidades que se instalaron allí para gritar su diferencia.

No es la plaza donde impera el orden, aquella que transmite la imagen de una ciudad sin conflictos, progresista, donde todos son iguales y tienen las mismas posibilidades de participación; es la plaza del caos, de la indisciplina, que se atreve a mostrar los múltiples rostros de una sociedad compleja, en donde no todos son iguales ni tienen las mismas posibilidades de estar y ser, que se aventura, desde este lugar, a interperlar a sus conciudadanos y al / los poderes instituidos respecto de su propio devenir. Esta es la plaza que el sistema oculta mediante operativos políticos y comunicacionales que hacen –por ejemplo– que la protesta, la carpa de Silvio y su gente, pase a ser una parte más (“natural”) del paisaje y del paseo: invisibilizada,

neutralizada, asimilada al transcurrir cotidiano de la ciudad, “domesticada” como acontecimiento. La otra plaza está en los medios, con una estructura que tiene por base el frágil equilibrio de intereses en permanente pugna, sobre la cual se construye / establece y negocia un estatuto de visibilidad y desde donde se permiten o neutralizan los mecanismos sociales que, como sostiene Rossana Reguillo, ponen en escena las pequeñas o grandes tragedias individuales o grupales que desde ese lugar procuran ser vistas.

Acordamos con la investigadora en que las ideas dominantes, las representaciones y maneras de ver el mundo no surgen “espontáneamente”, sino que “existen centros de ‘irradiación’ desde los que se ‘producen’ y se ‘circulan’ discursos sobre parcelas de la realidad” y en donde los medios de comunicación cobran importancia como “lugares de construcción de representaciones para la acción que no son, como sabemos, instrumentos neutros para dar forma a lo que ya existe” (2001). Esta imparcialidad, que también denuncia Ana Wortman (2007) al poner en cuestión la independencia de la palabra periodística por sus “estrechas relaciones con el poder político y económico” es la que habilita a pensar en la existencia de reglas que están por encima de los ya conocidos criterios de noticiabilidad,² pautas / principios / códigos que no son visibles pero que significan y resignifican los valores de las noticias con los que se determina el otorgamiento de la palabra a unos y no a otros.

De alguna manera, desde este lugar se opera sobre los criterios conocidos para que estos actúen como “normalizadores” de un espacio público mediático que se caracteriza por:

- no ser un espacio público, entendiendo por público aquel lugar de encuentro, de confrontación de ideas, en donde es posible construir interés común;
- seguir la lógica del mercado en su proceso constitutivo y no responder a los intereses de la sociedad;

2 Podemos definir a la noticiabilidad como el conjunto de requisitos (Wolf, 1991) que debe cumplir el acontecimiento para alcanzar el estatuto de noticia narrable por los medios. Es una valoración (Rodrigo Alsina, 1989) asumida socialmente, aunque no necesariamente compartida, puesto que es una instancia que está condicionada por datos más o menos objetivos que refieren al tiempo y al espacio, por un lado, y a la jerarquía de los acontecimientos, por otro (Charaudeau, 2003).

3 Es el “guardabarreras”, e incluye todas las formas de control de la información: codificación, selección, formación, formación del mensaje, difusión, programación, exclusión de todos los mensajes o de sus componentes (Donohue, Tichenor y Olien [1972] citados por Wolf).

4 Patrick Charaudeau define a la noticiabilidad como “el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los que seleccionar las noticias”.

5 Para Charaudeau (2003), estos criterios, que son constitutivos del espacio público mediático, son dos: uno externo y otro interno. El externo se refiere al modo de aparición del acontecimiento (el acontecimiento surge en su factualidad, está programado o es suscitado) y el interno se relaciona con el modo en que los medios representan la inteligibilidad social. Ambos actúan como tamizadores de la realidad social pero, a su vez, como dispositivos para la imposición de una visión hegemónica del mundo por parte de la institución mediática.

- no ser democrático, pues no todos tienen acceso a él; para “estar” es necesario ser funcional al orden que impone la institución mediática;
- construir nuevos escenarios para el ejercicio de la ciudadanía y nuevas maneras de representar y representarnos;
- profundizar la segmentación social, subrayando la diferencia entre los otros y nosotros frente a la igualdad;
- establecer normas para estandarizar las prácticas sociales como llave para la participación en el espacio mediático;
- no permitir pensar en una comunicación que bregue por la legitimación de la palabra propia en el contexto de las múltiples voces.

Es decir, para ser visibles habría que aceptar, adecuarse o adaptarse al modelo que proponen los medios, lo que induce –como sostiene Reguillo– a ser parte de un proceso de “domesticación” que no sólo busca contribuir a perpetuar la “naturalidad” del orden social sino de reducir su complejidad, “al trabajar siempre con pares de oposición binaria: víctimas y verdugos, malos y buenos, normales y desviados”. Esto es lo que originaría o promovería nuevas prácticas para relacionarse con la institución mediática y para negociar con ella espacios de visibilidad.

EL PROTOCOLO DE VISIBILIDAD

En el desmontaje de la construcción del estatuto de visibilidad se observa que los criterios de noticiabilidad son parte esencial de la práctica profesional. Si bien están institucionalizados en la rutina de cada *gatekeeper*,³ son un primer tamiz por el cual todo acontecimiento –sea del tenor que sea– debe pasar para ser convertido en noticia; es decir, son los que en última instancia determinan la visibilidad de los hechos.

Todo indica que existe un nivel de decisión –antes o después de que el periodista se encuentra con el acontecimiento– que dictamina/ lauda/ falla/ actúa como árbitro, en aquellos hechos que directa o indirectamente afectan los intereses de los medios. La protesta que lleva adelante una organización social de base como la de Silvio es un ejemplo. Por sus características, es un tema noticiable; es parte de ese conjunto de acontecimientos a los que, luego de aplicar determinados criterios, es posible transformar en hechos noticiosos.⁴

En este caso, el hecho en sí (al que no se le da el carácter de noticia por no ser parte de la narración de los medios) cubre las exigencias de actualidad (está pasando ahora), de interés social (es la continuidad de un proceso de transformación de la zona costera de la ciudad que implicó para sus habitantes el desarraigo, con todo lo que significa), de proximidad geográfica (el acontecimiento es generado en el mismo ámbito donde está instalado el medio) y de novedad (por las prácticas comunicacionales que los vecinos construyen para denunciar lo que les pasa).

Acorde a los criterios de lo noticiable⁵ este acontecer debería ser parte de la historia periodística relatada diariamente; es decir, tendría que estar de manera regular en la agenda de todos los medios de la ciudad. Pero no es así, debido a que aparecen instancias de decisión que de alguna manera influyen en el proceso de producción de la información (*newsmaking*), poniendo de manifiesto que los procesos de rutinización y de estandarización de las prácticas productivas no son los que establecen si determinados acontecimientos deben ser transformados en noticia, sino que están supeditados a decisiones que se toman en otras dimensiones / esferas directamente relacionadas con el hacer del medio.

Las primeras manifestaciones de los vecinos del barrio El Brete ocuparon un espacio importante en los medios: fueron tapa de los diarios y uno de los

temas centrales de los noticieros o programas periódicos de las radios y la televisión. Con el traslado de la manifestación a la plaza el tema se fue diluyendo y sólo tomó relevancia cuando sus protagonistas generaron acciones que por su espectacularidad no podían ser obviadas (el “piquete” frente a la Casa de Gobierno, la movilización por las calles céntricas con pancartas y bombos, o el corte del tránsito en el puente internacional que une Posadas –Argentina– con Encarnación –Paraguay–).

Agotadas estas instancias, y al no existir nuevas y novedosas iniciativas por parte de la organización para mantener el tema en la agenda, la visibilidad de la protesta cayó, y si bien volvió a aparecer lo hizo en relatos contruidos desde los intereses de la institución mediática. De alguna manera, estos relatos cumplen con las *condiciones de finalidad* (Charaudeau, 2003) por las cuales todo acto de comunicación está organizado en función de una meta, un objetivo. Uno de estos propósitos⁶ es el *informativo* (hacer saber):

Los vecinos del Brete están marchando hacia la Plaza 9 de Julio, quieren que la EBY atienda sus reclamos, por eso van a instalar una carpa junto a la de los yerbateros y los taffereros. Dicen que no se van a ir de allí hasta que alguien los escuche (FM Tupá Mbaé, 06/06/07).

Una nueva carpa se instaló en la Plaza 9 de Julio. Ahora son los afectados por la represa de Yacyretá que viven en la zona de El Brete, que reclaman ser atendidos por las autoridades de la EBY (Radio Provincia, 07/0707).

Otro es el *persuasivo* (hacer creer), aquel que busca llevar a pensar al otro que lo que se dice es verdad:

¿Vio que otra vez en la plaza se estaban drogando? Qué bárbaro, y nadie hace nada, ¿vivo? y bueno, así *nomá* es, pero también anduve por el nuevo hospital... (FM Show, 02/11/07).

La plaza que supo ser de todos, hoy está sucia, abandonada, mugrienta, ocupada para otros fines (Radio República, 06/11/07).

Hay gente extraña en la plaza, ¿quiénes son?, ¿usted sabe? Tendríamos que preguntarle a Sussini [Comisario y jefe de Relaciones Públicas de la Jefatura de la Policía de Misiones]” (Radio Provincia, 08/11/07).

Esto que se presenta como “verdad” es en realidad un relato parcial, subjetivo, intencionado, que no admite otra versión que no sea la que construye la radio; no reconoce la historia de un proceso de movilización social, por eso lo banaliza y estigmatiza alimentando en el imaginario del público / audiencia que el lugar que era de todos hoy es de la violencia, la inseguridad y la decadencia. Nunca más oportuna la reflexión de Reguillo (2005):

Con absoluta impunidad, los medios erigen héroes y antihéroes, construyen estigmas sobre ciertos lugares y personas, y violan el derecho a la privacidad, no sólo de los grandes personajes sino de todos aquellos que puedan ofrecer como espectáculo un drama ejemplar: así, pierden su condición de seres humanos para convertirse en la evidencia contundente e irrefutable del mal que anida en ciertos estratos sociales.

Los medios tratan de ejercer influencia de manera abierta y deliberada (Gomis, 1991), con la intención de construir un argumento que les permita proponer desde la institución mediática el cambio: “Vamos a recuperar la plaza, la plaza es nuestra, es de todos” (Cadena del Sol, 05/11/07). “Recuperar la plaza” significa volver a reinstalar la plaza “disciplinada”, “controlada”, “domesticada”, en donde la ciudad y los actos de los ciudadanos son predecibles. Es el orden instituido que aparece operando desde lo hegemónico para romper/ confrontar/ responder a todo lo que intuye

6 Charaudeau sostiene que la finalidad se define a través de la búsqueda de sentido en la que se basa el intercambio, y debe permitir responder a la pregunta: “Estamos aquí ¿para decir qué?”. La respuesta se da en términos de propósitos: factitivo (hacer hacer), informativo (hacer saber), persuasivo (hacer creer) y de seducción (hacer sentir).

como una amenaza al modelo político, social y cultural previamente establecido. Y si desde los medios se llama a reinstalar el orden en la plaza pública, puede inferirse que es porque en esa otra “plaza” que está en los medios ya impera un orden estructurado sobre un andamiaje en donde los intereses de la institución mediática se cruzan con los de los sectores de poder.

LOS CRITERIOS INVISIBLES

En el proceso de producción de la información de la institución mediática existen tres niveles de decisión que –con distintos rangos de injerencia– actúan sobre el acontecimiento: el periodista, el seleccionador o *gatekeeper* y el controlador / normalizador de la práctica profesional.

1. El periodista

Es el primer seleccionador, el primer eslabón del proceso productivo que siguiendo determinadas rutinas preestablecidas e internalizadas determina la noticiabilidad de un acontecimiento, siguiendo o no el criterio impuesto desde la redacción. En este nivel entra en juego la cultura profesional⁷ del periodista y su compromiso/ relación con los acontecimientos que ocurren en el campo social del que forma parte como ciudadano.

2. El seleccionador o *gatekeeper*

Este rol lo desempeñan los periodistas a quienes la institución mediática les otorga el poder de selección y organización de un ámbito determinado. Comprende desde los jefes de secciones (política, economía, deportes, policiales, etcétera) hasta el jefe de redacción.

El producto (la noticia narrada) sería el resultado de la articulación entre la cultura profesional del periodista y las restricciones relacionadas con la organización del trabajo sobre las que se construyen con-

venciones profesionales “que determinan la definición de noticia, legitiman el proceso productivo (desde el uso de las fuentes a la selección de los acontecimientos y a las modalidades de confección) y contribuyen a prevenir las críticas del público” (Garbarino [1982], citado por Wolf).

3. El controlador/ normalizador de la práctica profesional

Es el que tiene el poder de cambiar las reglas, de adecuarlas a sus intereses e influir de manera terminante en todos los eslabones del proceso de producción y selección de la información. El que pone en práctica estas decisiones es el director del medio, muchas veces actuando de vocero de los propietarios de la empresa.

Esta nueva instancia de decisión y construcción de poder es un espacio de bordes difusos y permeables, en donde se tejen alianzas que permanentemente se están significando y resignificando en función del dinamismo que imponen los procesos políticos y sociales que se dan en la comunidad. No es visible para todos, pero es el lugar en donde más allá de una pauta publicitaria se toman posicionamientos funcionales que pueden influir o no en la publicación de “cuestiones que afectan en forma directa a los consumidores mediáticos en tanto ciudadanos” (Martini y Luchessi, 2004).

En esta esfera, la institución mediática es sólo uno de sus actores –siguiendo a Dominique Wolton, (2005) podríamos decir que están también la política y la opinión pública, a la que incorporamos los sectores de poder–. Por eso, no todos están llamados a participar, y es el lugar en donde en última o primera instancia, según sea el momento en que el periodista o el medio se encuentran con el acontecimiento, se establecen los criterios que se siguen para otorgar el uso de la palabra a unos y no a otros.

Estos criterios, que se construyen y operan desde una dimensión política sobre algunos temas, no sólo

7 La cultura profesional es entendida como “un explicable amasijo de retóricas de fachada y astucias tácticas, de códigos, estereotipos, símbolos, tipificaciones latentes, representaciones de roles, rituales y convenciones, relativos a las funciones de los media y de los periodistas en la sociedad, a la concepción de los productos-noticia, y a las modalidades que dominan en su confección. La ideología se traduce luego en una serie de paradigmas y de prácticas profesionales adoptadas como naturales” (Garbarino [1982], citado por Wolf).

cumplen, en términos de Patrick Charaudeau, “la función de filtro” sino que inciden en la redefinición de los valores de las noticias que hacen que muchos acontecimientos no alcancen el estatus de noticia, más allá de que reúnan todos los requisitos para serlo. Estar, circular, permanecer, participar en el espacio público mediático implicaría, entonces, una instancia de negociación política que se da no con el seleccionador de noticias⁸ sino con quien tiene el poder de designar a la persona que hará este trabajo (el propietario del medio).

Por eso coincidimos con Rossana Reguillo cuando afirma que “una comunicación que realice los valores democráticos, no es un problema de emisores y receptores, ni de simulacros de representación de actores sociales en los distintos medios de comunicación”, sino que pasa por el proyecto de sociedad que diseñamos y por el compromiso que tiene con él cada uno de los actores. Todos manifiestan querer una sociedad más equitativa, igualitaria, inclusiva, democrática, en donde el ejercicio de la palabra sea un derecho al que todos pueden acceder, la pregunta es cuántos asumen la responsabilidad para que así sea.

Mientras esto no ocurra parte de la confrontación para ser visibles y participantes en el espacio público mediático se dará con las siguientes pautas, que convierten al estatuto de visibilidad en un código “normalizador” de esta esfera:

- Los intereses –en general/ generales de la sociedad/ del público– deben coincidir con los intereses del medio

Todo lo que coincida con los intereses del medio tiene un trato preferencial y encuentra cierta flexibilización en los dispositivos que en los procesos de producción de la información actúan con una “función de filtro”. La pertenencia política, la lógica del mercado, el compromiso del medio con determinados sectores de poder, entre otros factores, hacen que los temas que se originan en estos ámbitos tengan un lugar en el espacio público mediático.

Durante la última campaña electoral que tuvo lugar en la Argentina, en octubre de 2007, cuando se eligió al nuevo presidente (Cristina Fernández de Kirchner), y en la provincia al nuevo gobernador (Maurice Closs), la protesta de los vecinos del barrio El Brete encontró generosos espacios en los medios opositores a los candidatos del oficialismo. La alianza se mantuvo en tanto y en cuanto este encuentro de intereses alimentó la rentabilidad que buscaban los medios (promover un cambio de autoridades) y los manifestantes (hacer visibles sus reclamos), pero se rompió cuando el contexto político cambió, ya que la elección la ganó el oficialismo (el candidato del partido del gobernador saliente). Esto llevó al medio a reconsiderar su estrategia de posicionamiento ante los nuevos funcionarios y significó la construcción de nuevas alianzas, de las que obviamente los vecinos de El Brete quedaron fuera.

- Sólo están legitimados para hablar aquellos que expresan / refuerzan el discurso que el medio construye como respuesta a su alianza con otros sectores

Todo acontecimiento que por sus características no reúna los requisitos básicos para ser noticia puede serlo de todos modos. Esto no lo determinan los criterios de noticiabilidad, sino los criterios políticos que se construyen en la dimensión política descrita anteriormente. En este contexto sólo pueden hacer uso de la palabra aquellos que, aun sin entidad, justifican/ fundamentan con su intervención la construcción de un determinado discurso. Así, un político sin historia, trayectoria y entidad reconocida/ legitimada puede tener espacios significativos para calificar, descalificar, minimizar, banalizar protestas como la de Silvio, siempre y cuando la posición de los intereses que el medio sostiene se encuentre en esa dirección:

- El lector / oyente / receptor / público en general es propiedad del medio

8 El periodista, en su actividad cotidiana, “en lugar de suscribir ideales sociales o profesionales, define sus propios valores al nivel más pragmático del grupo de redacción” (Breed [1995], citado por Wolf).

La producción de hechos se hace pensando, dice Gomis (1991), “más que en los medios que han de presentarlos en los públicos que han de aceptarlos”. Si aceptamos esta lógica, podríamos pensar que los más de setenta medios (radio, TV y diarios) instalados y funcionando en la ciudad tienen lectores propios o, al menos, que se sienten identificados con determinados discursos o representaciones que se diferencian de los demás:

Gracias por existir, sin ustedes no me enteraría de la verdad (Oyente, Radio Estilo, 02/10/07).

En realidad, los agradecidos somos nosotros por estar usted ahí y escucharnos (Conductor, Radio Estilo, 02/10/07).

Esta atmósfera de complicidad entre oyente y radio le permite al medio presentar recortes de la realidad como verdades absolutas y únicas:

Si a la gente le gusta escuchar chismes, por qué no se los vamos a contar (Radiomisiones, 05/10/07).

No es un ejercicio democrático de la comunicación, más bien es un encuentro que sirve para reforzar una alianza en donde unos buscan mantener abierto un canal de expresión y otros, legitimar la existencia de la institución, no tanto como mediadora y generadora de soluciones a problemas cotidianos de la comunidad (que suele hacerlo), sino como “propietaria” de un sector de la audiencia.

- Los espacios públicos que crean los medios son “democráticos”

Se construye una idea de espacio plural y participativo, en donde llamar por teléfono y salir al aire para solicitar un tema musical, o dejar una opinión en el contestador, es parte del ejercicio pleno de la ciudadanía. Sin embargo, esa llamada y esa opinión se tornan visibles luego de pasar un proceso de selección / filtro / control.

Se escenifica un modelo de democracia participativa que en la realidad no es más que un remedo ilusorio de que escucho y soy escuchado:

Escuchar y escucharnos es un ejercicio republicano (República, 29/06/07).

Si esto de “escuchar y escucharnos” fuera así, Silvio y su protesta tendrían que seguir estando en el espacio público mediático.

- Todos terminan aceptando el modelo de espacio público mediático que construyen y proponen los medios

Desde esta lógica, se entiende que se acepta la propuesta porque no hay otra alternativa. Esta aceptación significa adecuarse o adaptarse a las exigencias o condiciones que impone el modelo, pero además parte de la suposición (a veces cierta) de que son pocos los que están en condiciones de construir una alternativa diferente capaz de bloquear/ minar el proyecto vigente:

No digas esto, no ‘putees’ a aquellos, no des nombres... y así yo no hablo (Entrevista a Silvio Alvarenga, 20/08/07).

Todas estas condiciones que impone el protocolo que llamaremos “el poder invisible” inciden / refuerzan la “normalización” del espacio público mediático homogeneizando / ocultando diferencias y desigualdades con el objetivo de reforzar el orden social instituido, pero también para legitimar los mecanismos y dispositivos que utiliza la institución mediática para hacernos creer que lo que nos muestra es la verdadera realidad construida en un espacio democrático y pluralista.

Esto nuevamente nos lleva a sostener que para “estar” y “permanecer” es necesaria una negociación que debe darse desde la política con “el poder invis-

ble” y el “estatuto de visibilidad”, a sabiendas de que los resultados de ninguna manera garantizarán la posibilidad de debate o de confrontación de ideas, ya que lo que se muestra en este espacio –como sostiene María Cristina Matta (2005)– no son proyectos sino realidades particulares colectivizadas mediante su exhibición mediática; son relatos cuya interpretación y significación están sujetas al libre albedrío de los medios.

A MODO DE REFLEXIÓN

¿Por dónde pasa, entonces, una posibilidad de ruptura de este modelo? Un punto de inflexión podría estar en las prácticas comunicacionales que construye la gente y, esencialmente, las organizaciones sociales como reacción a estos dos estatutos. Por ahora observamos que en la mayoría de los casos no se trata de una acción planificada y consciente sino, más bien, espontánea e instintiva, motorizada por la impotencia que produce el no ser reconocido. Es la actitud que tomaron Silvio y los vecinos del barrio El Brete, que salieron de su lugar de pertenencia en busca de la plaza pública mediática con la intención de disputarle espacios para que los “vean” y “escuchen”, para que se enteren “todos” de lo que les pasa.

Es una reacción que no surge con un cabal conocimiento de los códigos que se manejan en la institución mediática,⁹ donde el dominio del lenguaje de los medios aparece –como sostiene Reguillo (2005)– como el que “garantiza cierta visibilidad y por ello, menos vulnerabilidad” a los movimientos sociales, sino que es fruto de la intuición/ deducción de que determinados hechos, para ser parte de la agenda, deben ser negociados/ negociables con los medios. Llevar el acontecimiento al nivel de la “espectacularización”/ “teatralización”/ “efectismo”, por ejemplo, es ponerlo en confrontación con los criterios que se utilizan en el proceso de producción y construcción de la información.

Para atraer la mirada de los medios Silvio y su gente construyeron en la plaza muñecos del tamaño de una persona y les pusieron el rostro y el nombre de los funcionarios que tienen autoridad para decidir respecto de su situación. Los sacaron a pasear por las calles de la ciudad y con ellos realizaron “piquetes”. De esta manera, lograron –por un momento– ganar unos minutos de aire y centímetros en los diarios. Pero son respuestas que no están articuladas entre sí y no tienen una continuidad en el tiempo y, aunque no responden a una planificación comunicacional estratégica, lo que nos están diciendo es que en determinados casos la noticia es producida de manera intencional/ deliberada, más allá de que su permanencia en el espacio público mediático esté supeditada a la capacidad de negociación y de generación creativa y permanente de actualización del acontecimiento.

No conocer cómo funciona la maquinaria mediática (en sus tres niveles) trae aparejado el riesgo de que en la reproducción constante de determinadas prácticas se pierdan cuotas de poder y representatividad, debido –entre otras cosas– a que se produce una “banalización” de los temas y problemas y la “estigmatización” de sus actores. En este sentido, conocer el mapa mediático en particular, sus mecanismos y dispositivos de selección del acontecimiento, se torna imprescindible para construir una relación con los medios que permita asegurar –en primer término– que el mensaje no será distorsionado y se respetará su esencia.

Otro punto de inflexión lo encontramos en el primer nivel de decisión sobre el acontecimiento: el periodista. Coincidimos con Wolton en que el rol del periodista es esencialmente político. Son ellos quienes legitiman la información y quienes convierten la información en comunicación. Son los intermediarios indispensables entre el poder y la opinión pública, aunque ocupan un lugar delicado: tienen que mantener relaciones con el público, escucharlo, pero no hacer clientelismo periodístico.

9 Para Jorgelina Bustos (2000), estos nuevos códigos “acuñan en su convención un nuevo régimen de visibilidad que provee ciertas garantías pero *sólo al que accede a él*. Ofrece credibilidad y legitimación pero con la condición de someterse a las coerciones de su propio régimen de discursividad. Entender sus formatos, respetar sus tiempos, aceptar que el protagonismo es compartido con el periodista o presentador, manejar la agenda y, sobre todo, colegir con la omnipresencia de la imagen que escudriña y realiza selecciones no previstas por quienes participan de este espacio es imperante”, es parte esencial en toda negociación.

Los periodistas son como volatineros. Deben transitar en una cuerda floja y, sin caerse, caminar por allí, a mitad de camino entre las elites y el pueblo. Su lema tendría que ser: ni elitistas ni populistas. Deberían ser siempre capaces de decir cosas que no le gusten a nadie, pero que sean precisas y verdaderas. Creo que el genio de los periodistas se manifiesta cuando asumen que son de clase media. Porque ése es el origen social de la mayoría de los periodistas, y la clase media es el esqueleto de la democracia (Wolton, 2005).

Significa que si en el proceso de recolección de noticias se pudiera romper con determinadas rutinas que burocratizan la producción de la información podríamos pensar en un profesional más comprometido socialmente con la realidad que preocupado por ver si los acontecimientos registrados cumplen con los requisitos que el “poder invisible” y el “estatuto de visibilidad” establecen. La noticia, dice Mark Fischman (1983), es el resultado “de los métodos empleados por los hombres de prensa. Si emplearan métodos diferentes, el resultado serían noticias de otra forma y el público conocería el mundo externo, ajeno a su experiencia directa, de una manera diferente”.

La lectura (expuesta en los primeros párrafos de este trabajo) que Silvio hace de los medios que acuden a visitarlo le tendría que servir para construir –en principio– una estrategia en relación con quién hablar (qué medios), de qué manera (cómo abordar el tema) y con qué interlocutor (periodista). Si el periodista es una de las llaves para “estar” y “permanecer” en el espacio público mediático esto supone la necesidad de revisar el rol que hoy están cumpliendo estos profesionales y las maneras que interpretan y significan la realidad. Y de eso se trata la democratización de la comunicación, de disputarle a los medios espacios de representación y maneras de representar que se ajusten a los intereses de la ciudadanía, más allá de que –como sostiene Reguillo– las “televisoras, radiodifusoras, productoras de cine y proyectos editoriales cumplan, más o menos,

con ciertas cuotas de inclusión ‘políticamente correctas’ de ciertos temas y actores sociales”.

En este sentido, Rosalía Winocur (2002) agrega:

El rol de los medios no es principalmente el de sustituir las formas tradicionales del ejercicio de la ciudadanía, sino el de constituir nuevos escenarios donde se vuelven parte de la trama de los discursos y de la acción política misma, ya que lo que esa mediación produce es la densificación de las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política [...] El medio no se limita a transmitir o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública.

Desde este punto de vista, el rol que desempeña el periodista en su encuentro con los acontecimientos es central. Significaría considerar la posibilidad de construir la noticia, desde una dimensión política, en donde el derecho a la palabra podría comenzar a ser ejercido en complicidad con quien tiene en primera instancia la responsabilidad de seleccionar de la realidad los hechos que serán visibles. Son líneas para seguir investigando, que nos permiten formular la hipótesis de que en el conocimiento de los códigos de la institución mediática y la asignación de un nuevo rol al periodista está la posibilidad de construir un espacio público mediático democrático (participativo, inclusivo) en donde sea posible no estar de “paso” sino permanecer para debatir / compartir visiones sobre aquellas cuestiones que hacen a la cotidianidad de la gente.

Sólo así Silvio encontrará una respuesta a por qué su protesta no es vista.

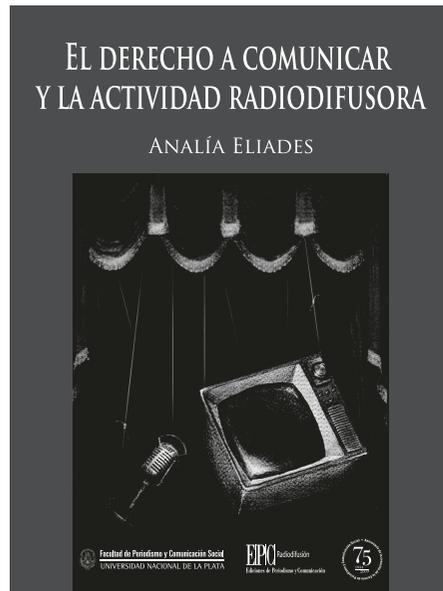
BIBLIOGRAFÍA

ARENDDT, Hannah, *La condición humana*, Paidós, Buenos Aires, 2008.

- BUSTOS, Jorgelina, "Condicionantes de la libertad en el espacio de deliberación mediática", en V Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos, 2000.
- CHARAUDEAU, Patrick, *El discurso de la información*, Gedisa, Barcelona, 2003.
- CHOQUE ALDANA, Marlene, "Colonización de la esfera pública y riesgo de reproducción de una ciudadanía clientelar en los sectores populares: el papel de los medios de comunicación masiva en La Paz-Bolivia", Informe final del concurso: Fragmentación social y crisis política e institucional en América Latina y el Caribe, Programa Regional Becas, CLACSO, 2002.
- DE CERTEAU, Michel, *La cultura en plural*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- FERRY, Jean-Marc y WOLTON, Dominique, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1998.
- FISCHMAN, Mark, *La fabricación de la noticia*, Tres Tiempos, Buenos Aires, 1983.
- GOMIS, Lorenzo, *Teoría del Periodismo*, Paidós, Barcelona, 1991.
- KEANE, John, "Transformaciones estructurales de la esfera pública", en *Estudios Sociológicos*, Vol. XV, nº 43, Colegio de México, enero-abril de 1997.
- LECHNER, Norbert, "¿Por qué la política ya no es lo que fue?", en *Leviatán: revista de hechos e ideas* nº 63, Fundación Pablo Iglesias, Madrid, 1996.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, Barcelona, 1991.
- _____ "De la ciudad mediada a la ciudad virtual", en *TELOS*, nº 44, Madrid, 1996.
- MARTINI, Stella y LUCHESSI, Lila, *Los que hacen la noticia*, Biblos, Buenos Aires, 2004.
- MATTA, María Cristina, "De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder en la escena mediática", en *Diálogos de la comunicación*, nº 59-60, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), Lima, 2005.
- QUIROZ, María Teresa, "La ciudadanía en tiempos autoritarios", en *Diálogos de la comunicación*, nº 50-60, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), Lima, 2005.
- REGUILLO, Rossana, "Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios", en *Diálogos de la comunicación*, nº 50-60, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), Lima, 2005.
- _____ "Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación", en *Chasqui*, nº 64, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), Quito, 1998.
- RODRIGO ALSINA, Miguel, *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona, 1989.
- SENNETT, Richard, *El declive del hombre público*, Península, Barcelona, 1978.
- VERÓN, Eliseo, *Efectos de agenda*, Gedisa, Barcelona, 1999.
- WINOCUR, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- WOLF, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona, 1991.
- WOLTON, Dominique, "El rol de los periodistas es esencialmente político", en suplemento Zona, *Clarín*, Buenos Aires, 9 de julio de 2005.
- WORTMAN, Ana, *Construcción imaginaria de la desigualdad social*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), Buenos Aires, 2007.

EPIC

Ediciones de Periodismo y Comunicación
Colección Radiodifusión



El derecho a comunicar y la actividad radiodifusora **Analía Eliades**

La prolongada vigencia de la Ley de Radiodifusión acuñada por la última dictadura militar y la discusión que generó la necesidad de contar con una nueva normativa obliga a preguntarnos qué medios queremos y necesitamos en una sociedad democrática. El trabajo de la investigadora Analía Eliades comienza por concebir a la actividad radiodifusora como parte integrante del derecho humano a dar y recibir información, e invita a indagar en la historia legal de una actividad esencial para el desarrollo sociocultural de la Nación.

A partir de vincular el derecho de la comunicación con los de nueva generación, la autora nos conecta con la parte más profunda del derecho: con el hecho de la vida y la dignidad, imposibles de ejercer con plenitud sin comunicación e información.

Establecida esta premisa, el libro discurre por una prolija observación del tema en todo el país, valiéndose de elementos históricos, políticos e institucionales a la luz de los cuales analiza cómo se transforma el derecho según el prisma ideológico del poder de turno. Sancionada la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la obra resulta de vital importancia para medir la real magnitud del logro y divisar las transformaciones en la esfera civil y empresarial a partir de su aplicación.

Miedo y sensación térmica. Hacia un análisis de los protagonistas de lo inseguro

Mercedes Calzado

Mercedes Calzado es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Magíster en Investigación en Ciencias Sociales y doctoranda en Ciencias Sociales (UBA). Docente en Teorías y Prácticas de la Comunicación I, Cátedra Mangone de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) y miembro del Instituto de Investigaciones Gino Germani.

Resumen

El artículo reflexiona sobre el cambio de la figura central de las narraciones mediáticas sobre el crimen: el paso del delincuente a la víctima. El análisis se realiza a partir de la construcción mediática de la "Cruzada Axel, por la vida de nuestros hijos", iniciada por Juan Carlos Blumberg en marzo de 2004 luego del secuestro y asesinato de su hijo, Axel Blumberg.

Desde las emergencias significantes de este período, se busca desentrañar los mecanismos de construcción de las nociones de "delincuencia", "víctimas" y "ciudadanos". Para ello, se delinearán las principales características de narrativas centradas en la figura mediática de un *ciudadano-víctima* que, preocupado por la crisis de seguridad, interviene políticamente desde la legitimidad del dolor.

Abstract

The article is focused on the change of the central figure of media narratives about the crime: from the delinquent to the victim. The analysis is based on the media construction of the "Axel Crusade, for the life of our children", initiated by Juan Carlos Blumberg in March 2004 after the kidnapping and murder of his son, Axel Blumberg.

From the significant emergencies of this period, the purpose of the article is to unravel the construction mechanisms of the notions of "delinquency", "victims" and "citizens". For it, there are delineated the principal characteristics of narratives centred on the media figure of a citizen-victim who, worried by the safety crisis, intervenes politically from the legitimacy of the pain.

Palabras clave: medios – discursos – víctimas – inseguridad

Keywords: media – discourses – victims – insecurity

Recibido: 13-11-2009 / Aceptado: 23-3-2010

*Este padre salió a luchar enseguida,
y su lucha es la de todos nosotros.¹*

Vivimos en una época signada por el termómetro del miedo. Al despertarnos con el televisor como alarma (extraña rutina actual), o al despuntar las primeras noticias del día con los programas radiales (antes incluso de hojear los diarios), encontramos dos marcas que definen el resto de la jornada, dos huellas que nos indican cómo salir a la calle. “Hoy, chalequito en la cartera”, aconseja el pronosticador de turno, anticipando la fresca brisa que podría arruinarlos la vuelta a casa. Al lado del muchacho del tiempo, el presentador de las noticias precisa la otra sensación térmica del día al anunciar la presencia de un móvil en alguna localidad del conurbano. “Un colectivo asesinado, y van tres en la semana”, cuenta con palabras difíciles de asimilar a esa hora de la mañana.

El termómetro de lo inseguro se revela de acuerdo con la cantidad de casos que podemos ver o escuchar apenas abrimos los ojos. También puede marcarse por el dramatismo o la identificación que encontremos con la víctima del caso. “Era un padre de familia, tenía tres hijos pequeños a los que alimentaba con su magro ingreso de chofer”, asegura el periodista con voz indignada y entrecortada por la angustia. Pero aquello que no pueden acercarnos los presentadores es la recomendación: para lo inseguro no hay chalequitos en la cartera. Este pronóstico sólo puede adelantar el peligro, no (en principio) las formas de conjurarlo.

El 24 de marzo de 2004 los programas radiales, los televisivos y las páginas de los matutinos nos anunciaban la aparición del cuerpo sin vida de un joven de 23 años en “un descampado de Moreno”. Una muerte que marcaría el termómetro social y político durante varios meses. Esta vez, el pronóstico sí asumió una recomendación urgente: debemos decir basta, debemos hacer algo. Las narraciones mediáticas asu-

mieron la voz del padre de un joven asesinado y la constituyeron como una víctima de los escenarios de inseguridad capaz de reclamar cambios por todos los potenciales mártires. Alguien que solicite por todos los que nos levantamos junto a la sensación de miedo y esperamos, luego de la voz del moviero, las declaraciones de un funcionario preocupado. Y nada, silencio; el Estado está ausente. La aparición del funcionario sólo podría causar indignación y determinar una catarata de llamados telefónicos a los programas televisivos y radiales.

Para abordar las narraciones mediáticas de las víctimas, en las próximas líneas analizamos la construcción de las figuras de Juan Carlos Blumberg y su hijo Axel durante los primeros meses de la denominada “Cruzada Axel, por la vida de nuestros hijos” (abril-agosto de 2004). A partir de ellas, observamos las características mediante las cuales las “víctimas de la inseguridad” se configuran como un espacio relevante de la relación entre el campo periodístico y el campo político, en tanto definidores de la sensación térmica securitaria.²

AXEL Y EL NO FUTURO. BLUMBERG Y LA ESPERANZA

El jueves 1° de abril de 2004 alrededor de 150.000 personas se manifestaron frente al Congreso de la Nación. El asesinato de Axel Blumberg se convirtió en la muerte de todos y su nombre pasó a designar a cada una de las víctimas anónimas de la inseguridad: cualquiera pudo ser Axel; todos somos Axel. El caso se construyó mediáticamente como una novedad histórica, como un hecho sin precedentes, especialmente por las movilizaciones que provocó. Por eso se presenta como un paradigma para pensar las narrativas mediáticas sobre las víctimas; son significaciones que configuran a la víctima en términos individuales y convierten el dolor privado en público y colectivo a partir de la tematización del reclamo masivo.

1 Declaración de un participante de la primera marcha convocada por Blumberg. (*Clarín*, 2 de abril de 2004).

2 Para ello, se recorre un corpus de medios gráficos (*Ámbito Financiero*, *Clarín*, *La Nación* y *Página 12*) relevado durante los días de surgimiento del caso (24 y 25 de marzo de 2004) alrededor de las tres marchas realizadas en la Ciudad de Buenos Aires (1° y 23 de abril y 26 de agosto). Se suman, además, las voces de un grupo de periodistas (redactores y jefes de sección) que aportan datos para entender la lógica de generación noticiosa que acompañó el desarrollo del caso. En esta oportunidad el análisis no se centra en las diferencias que presenta la construcción realizada por los cuatro medios (incluso aunque tales diferencias son notorias y aportan generosos datos analíticos), sino que explota las características mediáticas de las víctimas de manera más general y no comparativa.

Los empujaba la exigencia de cambios, la indignación y el reclamo de seguridad y justicia. Sentían que cada uno de sus hijos, ya sea sobre sus hombros, de la mano o en cochecitos que empujaban madres bien maquilladas, podían ser Axel (*La Nación*, 2 de abril de 2004).

Blumberg agradeció al público y les dijo: "Axel es el hijo de todos ustedes". La gente repitió: "Aquí todos somos Axel" (*Ámbito Financiero*, 2 de abril de 2004).

El desplazamiento de lo privado a lo público puede producirse por el miedo a ser el próximo, por la identificación con el joven muerto y su padre destruido. Las marchas son multitudinarias por el temor a convertirse en víctimas.³ El joven encarna la víctima porque el riesgo es la representación del futuro, y ellos son el porvenir. Sin jóvenes no hay futuro, pero como a la vez la juventud no les permite entender en toda su extensión el contexto de inseguridad (desconocen el pasado de orden y por ello no llegan a comprender el presente de miedo) la experiencia de los adultos debe hacerse oír frente a las autoridades.

Era comprensible que en esa multitud de anoche hubiera más gente mayor que jóvenes. Eran fundamentalmente padres. Los jóvenes como Axel no creen a su edad que la muerte puede ser algo que a ellos los aceche. No piensan, no pueden entender bien, que sean ellos los preferidos de los delincuentes más depravados porque tienen progenitores a quienes extorsionarán con un pedido de rescate (*Ámbito Financiero*, 2 de abril de 2004).

Las narraciones de lo incierto identifican al lector desde un modo de procesamiento de la percepción de riesgo propia de las sociedades de seguridad (Foucault, 2006 [1978]). En la incerteza los adultos deben proteger a sus hijos. Cuidarlos no es sólo mandarlos a una buena escuela, darles una prestigiosa educación, vincularlos con "gente como uno"; proteger-

los es alertarlos del peligro de la muerte y reclamarle al Estado herramientas que frenen la incertidumbre y el riesgo. El miedo a convertirse en el próximo padre, en la próxima madre, en la próxima víctima se vuelve masivo: las víctimas son tan numerosas que se transforman, según los medios, en inconmensurables. Sin embargo, la construcción de masividad no implica abandonar las apelaciones a la individualidad. Por eso la marcha también permite visibilizar otros muertos.

...el hombre grita con todas sus fuerzas: "Arriba las fotos". Reproducciones color ampliadas, fotocopias de instantáneas familiares borroneadas, pequeñas fotos carné. Sonrisas y abrazos que ya no volverán. Cada uno eleva la imagen de su muerto. Y son miles de imágenes (*Clarín*, 2 de abril de 2004).

Las imágenes definen especificidades propias de los casos de secuestro que no necesariamente se repiten en las narraciones de otros hechos policiales. En este sentido, las fotos de Axel que se publican son ejemplos de los regímenes de visibilidad e invisibilidad. Generalmente, las notas periodísticas adjuntan fotografías que destacan la idea de futuro prominente: un Axel sonriente, un Axel abanderado. Fotos de un ganador: Axel en el podio con una medalla triunfal, Axel recibiendo el título junto a sus padres. El rostro sonriente del joven es la efigie que acompaña toda la cruzada mediática. En esta misma línea, los matutinos rescatan la descripción que realiza Blumberg de la figura de su hijo: era "un chico maravilloso, lleno de proyectos";⁴ "una persona de bien";⁵ un joven "culto, asiduo visitante de museos y teatros".⁶ Era alguien para quien "las causas buenas nunca fueron fáciles. Le encantaban los desafíos, las luchas idealistas, dicen. Las peleas como la que hoy lleva adelante su padre".⁷ Las escenas de vida no impiden, sin embargo, relatos acerca de las particularidades del cuerpo muerto del joven:

3 Las masivas marchas de 2004 se explican, a su vez, por la conformación de un nuevo grupo social que antes no se preocupaba por el miedo. Son los "neo-inseguros" quienes autonomizan la cuestión de la seguridad de elementos que para ellos antes se vinculaban con posiciones autoritarias (Robert y Pottier citados por Kessler, 2007). En muchos casos pueden ser sectores identificados con posiciones "progresistas" que no apoyan las políticas de mano dura o las posturas xenófobas, pero que comienzan a estar preocupados por la nueva cuestión social y consideran necesario actuar en consecuencia.

4 *Ámbito Financiero*, 25 de marzo de 2004.

5 *La Nación*, 25 de marzo de 2004.

6 *Idem*.

7 *Clarín*, 2 de abril de 2004.

El cuerpo, que estaba tendido junto a bolsas rotas de residuos y un cesto de basura, tenía los ojos vendados y las manos atadas. Además, presentaba golpes y un tiro que ingresó por la sien derecha con orificio de salida por el lado izquierdo del cráneo, por encima de la oreja (*La Nación*, 24 de marzo de 2004).⁸

El cuerpo [...] fue hallado ayer en un basural de La Reja [...] con un disparo mortal que entró por la sien, como en las ejecuciones sumarias y mafiosas. La víctima tenía la boca y los ojos vendados (*Página 12*, 24 de marzo de 2004).

La muerte se relata sólo para comprobar este modo de coartar el futuro prominente, por eso no se ancla fotográficamente. Pese a estas pequeñas descripciones, lo que se visibiliza es la figura de un joven con proyectos, estudioso, deportista y luchador, al tiempo que se invisibilizan las imágenes vinculadas al final trágico. A diferencia de otros hechos policiales en los que sí se publica la foto del cuerpo muerto de la víctima o del victimario,⁹ en este caso lo que se incorpora es la imagen de la víctima viva (su pasado). Axel aparece con el lugar social que ocupa, es un muerto del “nosotros” y como tal no debe ser exhibido, no es la imagen que debe prevalecer, no es una imagen que deba ser de todos. Parte de la lógica de guerra de los relatos sobre inseguridad, particularmente de los secuestros, es que la imagen de los nuestros es invisibilizada.

En la “batalla contra el delito” los muertos se exhiben como el enemigo derrotado. Es el caso de la publicación de los cadáveres de delincuentes muertos en enfrentamientos, que muestran la eficacia denotada de la policía frente a un enemigo feroz.¹⁰ Estas muertes de “el otro” también permiten regenerar el significado de un escenario de crisis: son imágenes que recomponen la sensación de inseguridad y violencia.¹¹ Nuestros muertos, en cambio, deben aparecer en el reposo privado. Difícilmente encontremos

fotografías de cuerpos de jóvenes de clase media develados en la muerte: ni en el “lugar del hecho”, ni en el lecho de muerte. Estas víctimas no deben ser vistas en menores condiciones, debilitadas frente a ellos; somos “nosotros” quienes debemos ver.¹²

Por otro lado, el eje desde el cual las narrativas mediáticas suelen explicar el paso de la pérdida privada a la exhibición pública del trauma personal es el dolor de la madre. Por eso es más habitual que en los medios circulen casos en los que el lugar del familiar de víctima se vincula con el rol femenino. Aquí, en cambio, se expone un miembro que se hace público a partir del rol de padre: Blumberg se posiciona mediáticamente como un jefe de familia. Quizás porque en los relatos de los secuestros extorsivos la familia posee un lugar primordial y, en ellos, la frialdad masculina funciona como la figura que resume la negociación con los secuestradores, con la policía, la tranquilidad y la racionalidad en medio del caos. Simbólicamente, los secuestros funcionan como una figura de amenaza a la institución familiar que irrumpe y modifica la cotidianeidad del espacio privado. Por ello, la muerte de Axel renueva al sujeto público masculino que protege a su familia de la violencia exterior y reclama técnicamente al Estado ausente.¹³ La retórica de *padre de víctima* potencia la particularidad de la narración mediática del caso:

Era el padre de una víctima que estaba dispuesto a putear a la policía, a la justicia, a poner en jaque al poder político, y obviamente a los medios les resultaba súper mediático [...] El lugar de padre de víctima es una categoría en los personajes mediáticos que adquieren legitimidad.¹⁴

Pero este padre adquirió otra característica diferencial: era un hombre capaz de manifestar su dolor, un varón que lloraba, que sufría, sin temor a expresarse de ese modo ante las cámaras de televisión. Un hombre que nos interpelaba como una madre, como una mujer, con lágrimas en los ojos.

8 La corrosión del cuerpo muestra la materialidad de la barbarie y, a la vez, la traición: la muerte con los ojos vendados, el joven indefenso, el cuerpo tendido en el basural.

9 Por ejemplo, el 28 de agosto de 2004 *Clarín* publicó la imagen sin vida de “Hígado” Muñoz, un joven sospechado de liderar la banda que ese mismo año había secuestrado a Nicolás Garnil y Cristián Ramaro.

10 Véase al respecto el trabajo de Calzado y Maggio (2009).

11 Véase el trabajo de Tiscornia y Oliveira (1990).

12 Estos cuerpos no pueden ser caracterizados desde la muerte, desde la animalidad; son cuerpos definidos por otra dimensión, por la razón. Y, como agregado de la razón es “puras res extensa. Es decir, un soporte lato, en el sentido de que no significa ni cobra ningún sentido prioritario: el hombre no parece realizarse a través del cuerpo, cada sujeto es considerado de acuerdo a diferentes abstracciones, como la de ciudadano, propietario, político, funciones todas que si bien requieren del cuerpo, no es en él donde se pone el acento” (Vilker, 2006).

13 Por ejemplo, las Madres del Dolor y las Madres de Plaza de Mayo.

14 Redactor de *Clarín*.

Blumberg transmitía eso de un tipo que no paraba de sufrir un segundo. En algún momento, algunos decían que era el personaje, pero yo hablaba con él y era permanente... Una postura bastante agotadora, de un tipo que está todo el tiempo tortuoso, además de que nada era suficiente. Todo era ciego, ir para delante sin ningún lugar, ir para adelante para correr lo que le pasó. Pero el tipo daba esa sensación, no había un instante que dejara de padecer.¹⁵

La particular imagen de padecimiento que el personaje adquiere al interior del campo periodístico es compartida por otros redactores:

Se discutió mucho la aparición del papá de Axel en los medios. El efecto de ver a un padre llorando es bastante fuerte, quizá porque tenemos más incorporado el llanto de las madres. A lo mejor las madres a veces ni siquiera lloran, tienen una fortaleza mayor, pero ver a un tipo llorando... Por los comentarios de las mujeres de la redacción había impactado mucho.¹⁶

El dolor produce un efecto de protección, de identificación y de participación, porque todos podríamos ser él; somos él. Esto se acentúa por la relación del personaje con los lectores de los periódicos que, de alguna manera, estaban allí:

Era uno del "club". Por eso también el componente de cercanía y de empatía de algún sector social. *Ámbito* y *La Nación* sintonizaban ahí.¹⁷

El sentimiento de inseguridad se desplaza fantasmalmente por toda la población. Pero como señala Gabriel Kessler (2007), el temor se politiza y entra en la agenda pública de manera absoluta cuando llega a ser percibido como tal por los varones de sectores medios y altos. Ello explica el acercamiento mimético de Blumberg con el lector capaz de reclamar políticas de seguridad. Por eso Blumberg no es un "empresario",

no es sujeto lejano, y entonces el modo de nombrarlo debe generar empatía:

No podíamos hablar de Blumberg como de empresario. No se podía usar ese sinónimo, sino el ingeniero Blumberg, el padre de Axel... Me atrevo a decir que fue algo que pidió él mismo, porque la cuestión de empresario le hubiera dado cierta distancia. Tendría que haber hecho la observación con lo de ingeniero también.¹⁸

Evitar la distancia, definir los elementos empáticos, mostrar un dolor compartido. Esta es una tematización que, en principio, puede ser similar a la construcción de otras víctimas. Ahora bien, esta víctima, *la* víctima que por varios meses se ubicó como referente del sufrimiento provocado por el escenario inseguro, adquirió probablemente un grado diferencial debido a que, además de demostrar su dolor, pedía y suplicaba por todos nosotros.

[El caso] tenía el condimento adicional que el personaje que aparecía en los medios empezó a tener interacción en los medios y su discurso dejaba de ser el discurso de víctima, de ser un padre que había sufrido una pérdida como ésta, y se transformó en alguien que hacía cuestionamientos más generales más allá de este caso... Era el Blumberg que hablaba más allá de la muerte de su hijo. Y coincidió que era el vocero de un reclamo social.¹⁹

En medio de imágenes de un hombre que llora y reclama, el lugar de la madre se invisibiliza; inicialmente, más que por su propia elección, por la extrema visibilización mediática del padre. Por ejemplo, en la primera marcha la madre ocupa –por única vez– el escenario de la plaza Congreso, vistiendo la remera con la imagen de su hijo muerto. A su lado, Blumberg toma la palabra frente a la multitud con un formal traje y una prolija corbata. Su figura, como representante de "todos los hijos de una Argentina insegura", se erige

15 Redactor de *Ámbito Financiero*.

16 Redactor de *Página 12*.

17 Redactor de *Ámbito Financiero*.

18 Redactor de *Ámbito Financiero*.

19 Redactor de *La Nación*.

como una identidad propia a partir del reconocimiento público –y masivo– de su lugar de padre (reforzado, por supuesto, por la permanente aparición en los medios). No sucede lo mismo con la “madre ausente”, primero por la inexistencia de su palabra y luego directamente por su desaparición pública/ mediática.

La visibilización de un *padre-víctima* se vincula con un paso de lo privado a lo público atravesado por la construcción pública y mediática de un reclamo racional-político-técnico (pedido de modificación de leyes, intervención en instituciones, etcétera). Los acontecimientos con *madres-víctima*, en cambio, parecen estar a veces acentuados en lo afectivo, lugar desde el cual se llega a los reclamos de justicia. Esto no significa que los medios no hayan resaltado en Blumberg la figura de lo afectivo, sino que posteriormente acentuaron su rol técnico, su capacidad “masculina” de intervenir (legislativa, políticamente).²⁰ De todas formas, debemos plantear que pese a la diferencia de género en muchos de los pedidos de justicia sobresale la figura de la familia, revelando la resignificación política del espacio privado (Pita, 2005). En todos los hechos se parte del ámbito privado para ejercer el reclamo y, desde ahí, se legitima el discurso público del pedido individual.

Otra particularidad es que para los medios los *ciudadanos-víctima* son representados por líderes sociales (como Blumberg), es decir, nunca son “políticos”. El reclamo se representa como apolítico y se sustenta en la figura del líder individual y sorpresivo, un auténtico representante del “nosotros” que emerge del mismo escenario inseguro que vivencian los representados. Son referentes involuntarios de la ciudadanía ya que no están “asistidos por posiciones de poder, ideologías de moda o estructuras partidarias, sino únicamente por una irresistible fuerza moral”.²¹ La víctima es neutral, no es política, es transparente. “Este padre encara y distrae su dolor con una reivindicación del sentir de la sociedad. Que no lo politicen, que no lo utilicen”.²² ¿Qué puede traer entre manos un hombre que lloró frente a las cámaras en el velatorio de

su hijo? ¿Qué personaje mediático puede ser más transparente que un hombre con lágrimas en sus ojos?

Los medios, entonces, se mimetizan con la víctima, se solidarizan con los reclamos (con estos reclamos, no con todos) y toman como propio el pedido de un castigo ejemplar. De este modo, también se comportan como víctimas (Sarlo, 2001) y se unifican en pos de la constitución de un único reclamo y una idéntica percepción: todos somos víctimas.

Un hombre simple, desconocido hasta hace siete días, sin aparatos políticos detrás, sin afiches de calle, sin micros para llevar gente –salvo algunos fletados por colegios religiosos–, casi sin difusión previa y sin cordoneros que encaucen gente, concretó el mayor acto político del país que se recuerde en el retorno a la democracia (*Ámbito Financiero*, 2 de abril de 2004).

Hoy sabemos que ese señor se llama Juan Carlos Blumberg y que hace muy poco una bala disparada por un criminal le partió el alma en dos pedazos. Durante varias horas, los argentinos nos hemos sentido más representados por él que por el más encumbrado de los gobernantes (*La Nación*, 2 de abril de 2004).

Sin embargo, a medida que el discurso de Blumberg se “politiza”, los medios tematizan el cambio, y en tanto él deja de ser transparente la confianza se resiente, deja de ser absoluta.

De los tres discursos frente a multitudes –el primero en aquella marcha espontánea del 1º de abril que hizo temblar al gobierno de Néstor Kirchner–, el de ayer fue el más político. De hecho, como nunca antes, Blumberg expuso anoche una agenda paralela a la seguridad (*Ámbito Financiero*, 27 de agosto de 2004).

Blumberg quedó consolidado anoche como un referente político, además de social, después de encabezar con

20 En algunos casos también se presentan periodísticamente padres y madres. Tal es el caso, por ejemplo, de Raquel y Jorge Wittis, padres de Mariano Wittis, asesinado por un agente de la Policía Bonaerense en septiembre de 2000.

21 *La Nación*, 25 de abril de 2004.

22 *Ámbito Financiero*, 2 de abril de 2004.

éxito la tercera gran demostración contra la inseguridad. Y esto sucede sin que su reclamo por más seguridad haya perdido un miligramo de legitimidad (*Clarín*, 27 de agosto de 2004).

Por eso la solidaridad mediática no se enfría completamente, sigue actuando en la identificación entre la víctima y sus representados. Al menos en el período relevado (aunque sí más adelante), la “politización” no interfiere en la legitimidad del reclamo, porque es un pedido que excede a un hombre.

Después del multitudinario acto de anoche, Blumberg puede ser todo lo que se pueda o se quiera inferir de sus dichos. Pero evidentemente hay un fenómeno que lo trasciende y es la masiva demanda de seguridad que brota hoy de la sociedad (*Ámbito Financiero*, 2 de abril de 2004).

Es una demanda necesaria que no sólo implica un personaje particular sino que remite a un pedido de la totalidad de la *ciudadanía-víctima*. El espíritu solidario sigue en pie en tanto el lugar de Blumberg se advierte como sinécdoque de Axel. Una vez encontrado el cuerpo, la víctima (poco a poco) deja de ser el joven y pasa a ser el padre. El dolor permite la transferencia de la categoría de víctima del hijo muerto al padre sufrido. Transpolación, en paralelo, de un *padre-víctima*, como sujeto que reclama cambios al Estado, a un *ciudadano-víctima*. El sufrimiento y el reclamo se convierten en una demanda colectiva, por lo cual todos son ciudadanos-víctimas. Esta es la reconfiguración del nosotros que emerge del caso.

NOSOTROS, LAS VÍCTIMAS

En el momento en que el hecho privado se transfiere al plano público el reclamo se constituye potencialmente como colectivo, eje desde el cual se reconfigura el “nosotros”. La construcción periodísti-

ca presenta a los individuos movilizados como una “mayoría silenciosa”,²³ es decir, “personas sin filiación política, sin hábito de concurrir a reuniones masivas” que decidieron manifestarse públicamente ante la “crisis de seguridad”.²⁴ El reclamo silencioso se percibe claramente en las imágenes de participantes con velas –escenas que exhalan “plegarias”– que, por los días de las marchas, acompañan los informes periódicos sobre las movilizaciones. El “desagrado” de estos miles de participantes, sus discretos reclamos, permite reflexionar sobre el modo en que las democracias inseguras configuran el lugar del ciudadano como *ciudadano-reactivo*. Este tipo de ciudadano “reacciona” ante las situaciones que le “desagradan”. Son momentos disruptivos desde los cuales, por un instante, abandonan el espacio privado para avanzar hacia el público.

Esta semantización del “nosotros” de alguna manera restringe el modo de entender el lugar del ciudadano, cuya figura se circunscribe a la categoría de víctima (preferentemente de la “delincuencia”), ya que el reclamo hacia las autoridades se realiza hoy en tanto damnificados por la ausencia del Estado. El ciudadano no es categorizable en las construcciones del campo mediático como aquel sujeto de la democracia clásica que participa de los asuntos del Estado, subordinando lo privado a lo público. Es más bien aquel que acciona-reacciona en el momento en que considera que su espacio privado ha sido vulnerado, cuando se ha constituido indeseablemente en víctima. Quien protesta como víctima y peticona toma su experiencia eminentemente personal como el eje para reclamar ante un Estado que se evidencia ausente.

Este *ciudadano-reactivo* se acerca a lo público –siguiendo los planteos de Negri y Hardt (2002)– como multitud, más que como un sujeto cívico entendido en sentido clásico. Este público que reacciona, esta multitud, se instituye desde un doble rol: pasivo en

23 El Manifiesto de presentación de la “Cruzada Axel”, en marzo de 2004, comienza con una configuración del nosotros desde este lugar de *mayoría silenciosa*: “No somos de Izquierda o Derecha, no tenemos color político o partidario, porque somos la Mayoría Silenciosa de los argentinos que quiere una Argentina distinta”.

24 El presidente norteamericano Richard Nixon fue quien hizo referencia a las “mayorías silenciosas” en un famoso discurso de noviembre de 1969, al señalar que la mayoría de los norteamericanos que no suele protestar, la clase media, veía con hastío la guerra de Vietnam y los disturbios que habían producido las revueltas callejeras contra la guerra. Lo planteaba como una mayoría que se había cansado de que la minoría “revoltosa” tomara el espacio público. En ese discurso acentuó la noción de mayoría silenciosa como el votante medio cansado del desorden, que buscaba la vuelta a la “normalidad”. Hay que recordar, además, que un año antes su principal lema de campaña había sido “ley y orden”, cuyo sentido se basaba en la necesidad de “reestablecer el orden” perdido por las protestas contra la guerra.

25 Negri y Hardt plantean que la multitud es múltiple, es un conjunto de relaciones que mantiene una relación indistinta con lo exterior a él. Sin embargo, lo que queda por repensar es si la multitud no homogénea ni idéntica –en este caso, a partir de sus propias vivencias como víctima de otro (el Estado o la delincuencia)– puede ser pensada, a la vez, como “una confusa relación constitutiva”. Y, en todo caso, cabe preguntarse si estos reclamos son pasibles de vincularse con otros y constituir un reclamo más general a partir de la matriz securitaria.

26 Como plantea, incluso, Susana Rotker (2000): “En el cuerpo expuesto a la violencia se escribe una nueva condición ciudadana, la víctima en potencia”.

27 Las encuestas también expresan la constitución del nosotros desde la primera movilización. Según datos de la consultora Telesurvey, en abril de 2004 el 94% de los entrevistados se manifestó a favor de la marcha organizada por Blumberg. A fines de ese año, un relevamiento realizado por el CEOP indicó que el 56,7% de los encuestados consideraba que la posición de Blumberg no tenía el mismo grado de validez que meses anteriores porque se había “politicizado”. Sin embargo, aunque los encuestados disminuyeron la identificación con una figura particular (Blumberg) y con un tema específico (los secuestros extorsivos), no lo hicieron con el problema en general (la “inseguridad”).

28 Como concluyen Annunziata, Mauro y Slipak (2006): “El ‘nosotros’ victimizado que construyó Blumberg volvió pronto a lo privado desde donde vino. Tan espontánea-

relación con las instituciones y reactivo en relación con su intervención en el espacio público producto del modo de actuar frente a los hechos público-mediáticos.²⁵ El caso Blumberg muestra reclamos mediatizados que pasan del ámbito privado al público sin constituirse como proposiciones políticas ni articularse en un movimiento que se aparte del particular reclamo de seguridad. Estos hechos fundan “la comunidad de víctimas” en detrimento de “la comunidad de ciudadanos”. Un colectivo que ubica la ingobernabilidad de las fuerzas sociales como un detonante frente a “las violencias y la indefensión generalizada de esos otros inasibles (secuestradores, delinquentes, locos y caníbales) que acechan, lo que se supone es un orden social que operaría al margen de las violencias” (Reguillo, 2003).²⁶ El miedo de la “comunidad de víctimas” genera el síndrome del secuestrable, un sentimiento de vulnerabilidad que “puede provocar una guerra de todos contra todos y la instalación de la sospecha como forma de socialidad primaria” (Reguillo, 2003).

A la vez, el “nosotros” visibilizado por el campo mediático se entrelaza con la imagen de la solidaridad con las víctimas, de la identificación de lo que le pasó al padre como algo que le podría haber ocurrido a cualquiera.²⁷ Los obituarios y cartas de lectores que desde el entierro de Axel se publican en los matutinos (puntualmente en *La Nación* y *Clarín*) permiten analizar este grado de identificación con la víctima. “Queridos padres, sin conocerlos, hoy estamos unidos por el código del dolor”, sostiene uno de los tantos obituarios de *La Nación*; “A los padres de Axel, quería transmitirles mi solidaridad y sentimiento de dolor”, expresa una carta de lectores de *Clarín*. Se produce así un código de identificación que permite un sentimiento de afinidad con este sujeto: “Comprendemos la causa de su sufrimiento y la sentimos cercana”. El “locus del dolor” (Pita, 2005) legitima y estructura los reclamos de los familiares

que se identifican en el dolor.²⁸ Se entabla, entonces, la solidaridad del sufrimiento.

NOTAS FINALES. NUEVAS CRÓNICAS, NUEVOS PROTAGONISTAS

Axel, el joven brillante; Juan Carlos Blumberg, el ingeniero; las mayorías silenciosas de la plaza Congreso; el velatorio público. Los personajes y figuras en torno a los sucesos de 2004 permiten configurar un momento central para pensar los cambios de paradigma periodístico respecto de los relatos sobre el crimen. En los últimos años hemos analizado las crónicas del delito como modos de redefinir el espacio de lo abyecto. Estas hipótesis nos permitieron reflexionar sobre los cambios producidos por la exclusión neoliberal y su relación con los discursos periodísticos.²⁹ Sosteníamos que el género policial impactaba sobre la representación de amenaza y reforzaba la criminalización del otro: el joven pobre, el piquetero, el cartonero, el villero.

En las narrativas mediáticas de las grandes movilizaciones de 2004 la línea de una de las figuras del crimen ocupa definitivamente el lugar primordial. Axel en el podio; Blumberg, solo, en un gigantesco escenario, de espaldas al Congreso. El pedestal de la víctima. El relato del crimen queda instaurado en la figura de quien sufre. El victimario, por su parte, desaparece de la escena. ¿Alguien recuerda el nombre del líder de la banda que secuestró a Axel?³⁰ ¿Alguien recuerda el nombre del joven que apretó el gatillo y lo asesinó?³¹ Esta afirmación no implica que desconozcamos la figura del joven pobre como primordial sujeto atemorizante. Más bien, consideramos que se produce una mutación en los modos de percibir y de explicar el hecho delictivo.

El positivismo centra su teoría en la delincuencia, para lo cual deja de lado los análisis de las teorías clásicas centradas en el delito. Los relatos mediáticos por momentos siguieron estos vaivenes academicistas

(y políticos) alrededor de las explicaciones del crimen. Hoy, los termómetros televisivos se centran en las víctimas. De ciudadanos a consumidores, en los noventa;³² de consumidores a víctimas, en el nuevo siglo. ¿O podría pensarse que el lugar de la víctima es el nuevo umbral público de la figura del consumidor? Una pregunta inicial que, al menos, implica la certeza de estar ante un nuevo modo de ser ciudadanos.

Ahora bien, jerarquizar la tematización de la víctima requiere un mecanismo central: su selectividad. Si no cualquiera puede ser etiquetado como victimario, menos aún cualquiera se convertirá en una víctima pública. La muerte de Axel exhibe el mecanismo de selección en la proyección pública del *mártir* (Zaffaroni, 2008). Sólo algunos pueden ser proyectados como víctimas, sólo algunos pueden adquirir el derecho de ser visibles, públicos. Para ello se requiere, en general, ser portador de ciertas características sociales. La jerarquía de la víctima en la lucha contra el delito muestra como “nuestros caídos” a sujetos con determinadas características. Si existen rasgos ambiguos en los criterios de demarcación de los personajes (buenos o malos, ciudadanos o delinquentes), si aparecen volátilmente algunos elementos que permiten semantizar al sujeto como un potencial criminal, como un generador de inseguridad, es probable que los victimarios se configuren como individuos sin imagen y privados de la palabra. Son sujetos sin rostro, sin voz, sin derechos; ellos no podrían ser víctimas.

Axel, en cambio, es una víctima corporizada a través de la figura de su padre. Un padre mediatizado con voz, rostro y, sobre todo, dolor. La individuación de este personaje, la vivencia pública del sufrimiento personal, la narración desde la voz entrecortada, permite que la identidad de la víctima se colectivice a partir de la figura de un *ciudadano-víctima* que reclama seguridad. La constitución del ciudadano se realiza desde la interpelación medio-victimológica, en

pos de una participación activa en el debate de lo público. El destinatario mediatizado de este pedido es ubicado en los distintos poderes estatales de acuerdo a las características del caso. Particularmente, en 2004 la interpelación al sistema político se centró en la figura del Poder Legislativo. Esto permitió legitimar, luego de las marchas convocadas por el *padre-víctima*, ocho reformas de endurecimiento del Código Penal y del Código Procesal Penal de la Nación. La más notoria fue la que permitió elevar la pena máxima de 25 a 50 años.³³

La activación de la participación ciudadana por parte de los medios y la interpelación a los poderes del Estado no implica que las reformas puedan ser pensadas como resultado del efecto mediático. Hay que aclarar, en este sentido, que los proyectos sobre los que se asientan estas modificaciones ya venían siendo discutidos por los legisladores antes de la mediatización de Axel y Juan Carlos (incluso muchos de los proyectos de ley tratados habían sido presentados y poseían media sanción desde fines de 2003).³⁴ La retórica de los *ciudadanos-reactivos* mediatizados permite (re)tematizar la necesidad de producir políticas de seguridad que gobiernen la exclusión.

En este escenario, el único criterio de previsibilidad es la potencialidad del ataque. El peligroso no se demarca sólo por su estereotipo sino por la fuerte constitución de la barrera del “nosotros”: el rostro, la voz, el sufrimiento de la víctima. La nueva etiqueta es la de la víctima. Relatos especulares que colectivizan, multiplican al mártir, lo vuelven colectivo desde la figura del *ciudadano-víctima* movilizado. Identificarse, multiplicarse, interpelarse como víctimas... porque el pronóstico no puede prevenir el peligro, el termómetro sólo marca la temperatura del peligro. Quizás, entonces, la única certeza sea la posibilidad de ser el próximo, de pasar a ser la imagen que se retransmita ilimitadamente por los canales de noticias (al menos, hasta que aparezca otro dolor). La

mente como apareció se desvaneció en el living frente al televisor, quizá con la conciencia tranquila de haber logrado ‘algún avance’ [...], pero aún flotando en una sensación de impotencia que no termina de cristalizar, hasta el próximo estallido’. El siguiente estallido llegó luego del incendio del boliche Cromañón, en diciembre de 2004, cuando la retórica impolítica volvió a funcionar a partir de la visibilización mediática de las víctimas. 29 Pueden citarse como ejemplo los trabajos de Stella Martini, “Agendas policiales de los medios en Argentina. La exclusión como un hecho natural” (Kessler y Gayol, 2002); Marcelo Pereyra, “La criminalización mediática. Dispositivos de exclusión simbólica en las noticias” (2005); o Mercedes Calzado, “Cualquiera puede ser el próximo. Delito, minoridad e inseguridad” (2007).

30 Martín “El Oso” Peralta.

31 José “El Negro” Díaz.

32 En los noventa García Canclini (1995) sostenía que las identidades se configuraban ya no por esencias históricas sino por el consumo, por aquello que se poseía o se era capaz de llegar a apropiarse. Así, llega a sostener que “muchas de las preguntas propias de los ciudadanos –adónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses– se contestan más en el consumo privado de bienes y de los medios masivos que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos”.

33 Artículo 55 del Código Penal de la Nación.

34 Es decir, estas modificaciones no se producen directamente por la muerte del joven sino que venían siendo reivindicadas por un sector

certeza (y el miedo) de convertirse en los ojos del nuevo sufrimiento, la garganta del llanto y la voz del próximo reclamo.

BIBLIOGRAFÍA

ANNUNZIATA, Rocío; MAURO, Sebastián y SLIPAK, Daniela, "Blumberg y el vínculo representativo. Liderazgos de opinión en la democracia de audiencias", en Cheresky, Isidoro (comp.), *Ciudadanía, sociedad civil y participación política*, Miño y Dávila, Buenos Aires, 2006.

CALZADO, Mercedes, "Campañas de ley y orden. Los reclamos de seguridad de la *Cruzada Axel*", Tesis para optar por el título de magíster en Investigación en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2008.

_____, "Cualquiera puede ser el próximo. Delito, minoridad e inseguridad", en *Cuadernos críticos de Comunicación y Cultura*, n° 3, Buenos Aires, 2007.

_____, y MAGGIO, Nicolás, "A veces pasa como si uno dijera llueve: la naturalización mediática de la muerte de delincuentes en enfrentamientos con la policía", en Daroqui, Alcira (comp.), *Muertes silenciadas, la eliminación de los delincuentes*, Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.

FOUCAULT, Michel, *Seguridad, territorio y población*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006 (1978).

GARCÍA CANCLINI, Néstor, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995.

KESSLER, Gabriel, "Miedo al crimen", en Isla, Alejandro (comp.), *En los márgenes de la ley*, Paidós, Buenos Aires, 2007.

MARTINI, Stella, "Agendas policiales de los medios en Argentina. La exclusión como un hecho natural", en Kessler, Gabriel y Gayol, Sandra (comps.), *Violencias, delitos y justicias en Argentina*, Manantial, Buenos Aires, 2002.

NEGRI, Antonio y HARDT, Michael, *Imperio*, Paidós, Buenos Aires, 2002.

PEREYRA, Marcelo, "La criminalización mediática. Dispositivos de exclusión simbólica en las noticias", en *Encrucijadas*, n° 35, Universidad de Buenos Aires, 2005.

PITA, María Victoria, "Mundos morales divergentes. Los sentidos de la categoría de *familiar* en las demandas de justicia ante casos de violencia policial", en Tiscornia, Sofía y Pita, María Victoria (comps.), *Derechos humanos, tribunales y policías en Argentina y Brasil*, Antropofagia, Buenos Aires, 2005.

REGUILLO, Rossana, "Violencias y después culturas en reconfiguración", en *Conference: Culture and Peace: Violence, Politics, and Representation in the Americas*, LANIC Etext Collection, 2003.

REY, Germán, *El cuerpo del delito. Representación y narrativas mediáticas de la (in)seguridad ciudadana*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Bogotá, 2005.

ROTKER, Susana, "Ciudades escritas por la violencia", en Rotker, Susana (comp.), *Ciudadánías del miedo*, Nueva Sociedad, Caracas, 2000.

SARLO, Beatriz, *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2001.

TISCORNIA, Sofía y OLIVEIRA, Alicia, *La construcción de las imágenes de guerra*, Cuadernos del CELS, Buenos Aires, 1990.

VILKER, Shila, *Truculencia. La prensa policial popular entre el terrorismo de estado y la inseguridad*, Prometeo, Buenos Aires, 2006.

ZAFFARONI, Eugenio, "Delincuencia urbana y victimización de las víctimas", en *El Dial.com*, 2008.

político desde algunos años atrás (los representantes más conocidos son los ex diputados Casanovas, Ruckauf y Pérez). Así, la mayor parte de las nueve leyes de endurecimiento penal sancionadas se realizaron con proyectos presentados con anterioridad a la muerte de Axel y a las marchas de abril y agosto de 2004. De todos modos, también hay que mencionar que una parte importante de los proyectos que impulsaron las reformas habían sido presentados en 2003 por el Poder Ejecutivo Nacional.

Imágenes de la violencia. Un acercamiento a algunas imágenes recurrentes en el cine documental pos dictadura

Paola Margulis

Paola Margulis es Licenciada en Ciencias de la Comunicación, becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y docente de Historia de los Medios de Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Participa en proyectos UBACyT y PICT.

Resumen

El trabajo se presenta como un aporte a la reconstrucción de la memoria del pasado reciente a partir del análisis de algunos materiales de archivo presentes en tres films documentales producidos en los últimos veinticinco años en la Argentina: *La república perdida* (Miguel Pérez, 1983), *Montoneros, una historia* (Andrés Di Tella, 1994) y *Cazadores de utopías* (David Blaustein, 1995).

Puntualmente, el análisis intentará problematizar el modo en que los materiales de archivo operan en la construcción de nuestro imaginario sobre el pasado reciente. Para esto, sigue la recurrencia de ciertas imágenes en los distintos recorridos narrativos, el tipo de utilización que se hace del material de archivo y cómo son resignificados estos fragmentos en cada documental.

A partir de un recorrido por diferentes imágenes de archivo que han circulado durante las décadas del ochenta y noventa, el trabajo busca establecer una mirada histórica sobre procesos culturales enmarcados en un período poco abordado hasta el momento por las ciencias sociales en Argentina.

Palabras clave: cine – documental – imágenes – memoria

Keywords: cinema – documentary – images – memory

Abstract

The work appears as a contribution to the reconstruction of the memory of the recent past from the analysis of some present materials of file in three documentary films produced in the last 25 years in Argentina: *La república perdida* (Miguel Pérez, 1983), *Montoneros, una historia* (Andrés Di Tella, 1994) and *Cazadores de utopías* (David Blaustein, 1995).

Punctually, the analysis will try problematizar the way in which the materials of file operate in the construction of our imaginary one on the recent past. For this, it follows the recurrence of certain images in the different narrative tours, the type of utilization that is done of the material of file and how these fragments are re-meant in every documentary.

By going through different archival images that have circulated during the decades of eighty and ninety, the work seeks to establish a historical look on cultural processes placed in a period little approached up to the moment for the social sciences in Argentina.

Enviado: 29-8-2009 / Aceptado: 5-3-2010

A partir del análisis de un segmento de película que aparece y se reitera en al menos tres documentales que datan de los últimos veinticinco años, *La república perdida* (Miguel Pérez, 1983), *Montoneros, una historia* (Andrés Di Tella, 1994) y *Cazadores de utopías* (David Blaustein, 1995), el presente trabajo busca abordar la problemática de la utilización de imágenes de archivo, entendiendo que su divergente inscripción y reutilización puede resultar interesante para considerar ciertos problemas que de por sí le son inherentes al documental: su estatuto de realidad y el carácter probatorio de los elementos en los que se apoya.

A diferencia de lo que el sentido común podría indicar, la reiteración de estas imágenes de archivo no se explica por la importancia histórica de los personajes que aparecen en ellas ni por la relevancia de los acontecimientos que tematizan. Dicho registro no señala la asunción, el deceso o el derrocamiento de una figura presidencial, ni se vincula abiertamente a una acción determinada de un movimiento político definido, consiste, de hecho, en imágenes anónimas, sin personajes reconocibles y resulta difícil, incluso, fecharlas con precisión. Carentes de espesor histórico, y apenas recordables dentro de un cúmulo mayor de materiales de archivo, estas imágenes son, sin embargo, recurrentemente visitadas por al menos tres films documentales que abordan la reconstrucción de parte de nuestro pasado reciente. La apropiación y reapropiación por parte de una serie integrada por documentales tan disímiles como *La república perdida*; *Montoneros, una historia* y *Cazadores de utopías* resulta justificable, en gran medida, por el problema estructural de archivo que afecta a nuestro país y que obstaculiza, considerablemente, todo trabajo de reconstrucción histórica.¹

A los fines de este trabajo, importará pensar cómo se relaciona cada documental con el referente de estas imágenes de archivo. En este marco, resulta

interesante recuperar la doble pregunta que Gonzalo Aguilar (2007) dirige hacia todo film documental: “De qué modo organiza los materiales que posee y cómo el guión interviene en el sentido de la historia que está exponiendo”.

ACERCA DE LAS IMÁGENES

Las imágenes en cuestión –filmadas en película blanco y negro– materializan una escena de represión que tiene por protagonista a un grupo de manifestantes. Con mayor o menor precisión, los tres documentales sitúan esta escena anónima en la década del setenta, en el contexto de la politización de amplios sectores de la sociedad. Si bien las imágenes presentan ciertas variaciones de acuerdo a cada versión (la duración, el audio y, por supuesto, el anclaje narrativo) las diferencias no impiden constatar un registro común claramente reconocible.

Los sucesos captados por la cámara tienen lugar en una zona céntrica de Buenos Aires. A partir de un plano general se observa un amplio grupo de manifestantes que se desplaza por el centro de una calle, algunos de ellos corriendo, incluso con los brazos en alto, mientras una lluvia de papeles picados cae desde las ventanas de los edificios circundantes. Inmediatamente, un rápido paneo hacia la izquierda se detiene en el rostro de dos mujeres jóvenes ubicadas entre la multitud, que se movilizan con tranquilidad hacia la derecha del cuadro, mientras proclaman verbalmente su protesta. A continuación, un plano corto permite observar cómo los rostros de otros manifestantes, ubicados frente a la cámara, empiezan a mostrar signos de alarma, volteándose y dirigiendo su atención hacia fuera de campo (costado izquierdo de la pantalla), mientras sus cuerpos se ven repentinamente empujados por otros manifestantes que ingresan abruptamente al cuadro desde ese mismo costado. La cámara panea desprolijamente de izquierda a de-

1 La delicada situación que afecta el estado de los archivos audiovisuales en Argentina se explica, en buena parte, por la falta de una política que los resguarde, lo que se traduce en la mala conservación de los materiales, la dispersión y el desorden. Por otro lado, la censura durante oscuros períodos dictatoriales ha generado baches difíciles de franquear. Esta situación muchas veces obligó a transportar materiales de origen documental hacia otros países, como Cuba o México, con el fin de brindarles resguardo. En la actualidad, la apropiación del remanente del legado audiovisual permanece, en buena medida, en manos privadas encontrándose muchas veces restringido su acceso al público en general.

recha y todo lo que puede captar es gente escapando desordenadamente en diferentes direcciones.

Estos bruscos movimientos encuentran a la cámara en el interior del enfrentamiento, entre los manifestantes, lo que la ubica en la doble posición de captar desde un lugar de protagonismo los acontecimientos y, al mismo tiempo, de resguardarse de la represión. Las corridas entre los manifestantes son acompañadas y reforzadas por los rápidos y desprolijos movimientos de la cámara en mano que permiten compartir la sensación de vértigo y peligro que viven los manifestantes, mientras la imagen absorbe los empujones que recibe el camarógrafo al intentar filmar un camión hidrante que pasa por la calle. El modo en que el lugar de enunciación se ve implicado en la acción se percibe con claridad en el momento en el que la intensidad de movimientos obliga al camarógrafo a apiñarse junto a otras personas en el hueco de un edificio en busca de resguardo. En dichas condiciones, y debido a la escasez de espacio, la cámara sólo alcanza a tomar –de un modo casi involuntario– primeros planos desenfocados de todo cuanto se halla alrededor, hasta que finalmente una puerta se cierra de un golpe y la imagen funde a negro.

Pese a su brevedad (la versión más larga de este fragmento, presente en *La república perdida*, dura unos 21 segundos; la más corta, incluida en *Cazadores de utopías*, se extiende por tan sólo 13 segundos), este metraje tiene el poder de referir hacia un clima de época determinado y construir, a pesar de su concisión, el desarrollo de una narración breve pero precisa. El devenir del fragmento logra captar la situación de represión como un proceso, desde el momento en que las multitudes se manifiestan con entusiasmo hasta la persecución física materializada en las corridas, los paneos desprolijos y el camión hidrante que se traslada por el centro de la calle que, hasta apenas unos segundos antes, constituía el lugar de desplazamiento de la multitud.

El espectador, en tanto, virtualmente implicado por la posición de la cámara, se ubica en el centro mismo desde donde se desarrolla la acción, identificándose necesariamente con la figura sobre quien se ejerce la violencia. Parte de la potencia de estas imágenes radica en la utilización del fuera de campo sonoro y visual, articulación de recursos que tiende a intensificar el suspenso y a exaltar la sensación de vértigo y peligro. Es por todo esto que a pesar de su corta extensión, esta secuencia actúa con eficiencia, generando emociones y recreando eficazmente un clima de época con vivo dinamismo.

IMÁGENES DE ÉPOCA

En su reflexión acerca de la dimensión que imprime valor de prueba a los materiales filmicos, Bill Nichols (1997) sostiene que para que las imágenes de archivo adquieran valor probatorio el metraje debe reconocerse por su especificidad histórica. Y es este concepto el que mejor nos ayuda a comprender la eficacia que poseen los documentos que intentamos analizar: para que funcionen eficientemente dentro de una narración, para que las imágenes contengan una dimensión probatoria, es necesario su reconocimiento. En términos de Nichols:

Si no estamos familiarizados con los acontecimientos históricos cuyo aspecto se une a los sonidos que vemos, entonces es posible que estas imágenes carezcan del poder referencial que el documental requiere de ellas. Y con esta carencia viene la pérdida de uno de los placeres característicos del documental.

El autor explica cómo funciona el reconocimiento de esta especificidad histórica anclada en la imagen mediante un proceso compuesto por tres pasos: el primero refiere al reconocimiento del cuerpo como tal, el segundo al *reconocimiento de un conjunto de*

características que sitúan el cuerpo y la persona dentro de un tiempo y un lugar, y el tercero al reconocimiento de una persona específica, única con respecto a toda la historia, por muy típica o indicativa que pueda ser. En el caso de las imágenes que se analizan aquí, este proceso estaría actuando hasta el nivel dos, resultando posible el reconocimiento de los cuerpos que actúan como protagonistas de la narración, aunque no sea sencillo delimitar sus identidades precisas a partir de las imágenes. El anonimato de estos protagonistas (que no alcanzan el nivel tres señalado) contribuye a imprimirle a las imágenes un carácter general, en el sentido de que no se corresponden con personas determinadas ni se desarrollan en un momento puntual. No obstante, pese a esta falta de exactitud en su caracterización resultan fácilmente subsumibles en un contexto amplio: el de la década del setenta.

El carácter condensador de tales imágenes –capaz de reunir en pocos segundos las características específicas que remiten a la atmósfera de esta década–, está dado por la acumulación de ciertos elementos, como el uso del espacio público, la vestimenta de los personajes, el color y la textura de la imagen, etc. A diferencia de muchas otras imágenes hipercodificadas que poseen un funcionamiento icónico dentro del acontecer histórico –como las de la masacre de Ezeiza o del Cordobazo, por citar algunos ejemplos en los que la violencia resulta identificable con facilidad–, las imágenes descriptas se acercan al estatuto del mero registro, actuando como documentos que ayudan a ilustrar cierto clima de época. Si bien en el contexto de su captación debieron de haber sido asignables a un momento de represión determinado, claramente situable y reconocible por sus contemporáneos, hoy, a la distancia, constituyen –junto con tantas otras– el acervo de un archivo de época menos preciso. Por esa razón, resultan de alguna manera plausibles de ser reubicadas en distintos momentos de la década del setenta, ocupando una

posición diferenciada en relatos diversos. Ese estatuto general que los caracteriza, en tanto imágenes de la represión, es lo que permite a estos documentales apropiarse de tales imágenes de distinto modo y darles un uso específico y divergente.

LA POSICIÓN ÉTICA DE LA CÁMARA

A propósito de la relación ética que une a cada film con su realizador, Nichols se refiere a las tomas subjetivas como las recién descriptas –filmadas desde el centro de un lugar en el que se desencadenan hechos de violencia– en tanto “miradas de intervención” y las define como aquellos metrajes en los que la cámara abandona la condición de la distancia, transformando el distanciamiento de una mirada en la implicación de una visión. Según su planteo, la intervención suele realizarse a favor de alguien o algo que corre un peligro más inmediato que el del propio camarógrafo. Retomando a Vivian Sobchack, Susana Sel (2005b) postula que en estos casos el camarógrafo elige colocar su cuerpo en el mismo plano de contingencia histórica que los sujetos, en vez de mantener la distancia y la seguridad relativa que permite la mirada. Acorde al argumento de Nichols, cuando el cuerpo del realizador o del camarógrafo se ubica en este tipo de situaciones se le transmite al espectador una sensación acuciante de riesgo físico. La justificación del peligro sería aceptada por ellos para mantener su posición junto con aquellos a los que los une algún lazo. En palabras del autor:

La amenaza de la muerte establece interacción o afinidad, compromiso y solidaridad con las personas filmadas según una carga emocional. Estas ocasiones son poco comunes, pero indican qué riesgos hay cuando el realizador elige actuar en la historia junto a las personas filmadas en vez de operar desde la posición paradójicamente “segura”

del agente aural, una posición que nunca puede ser del todo segura en el documental.

En el caso específico de las imágenes aquí analizadas, la situación de peligro se sostiene por la motivación de oponer resistencia a las fuerzas militares; de ahí la necesidad de efectuar el registro desde el centro mismo de los acontecimientos. En este caso, compartir el mismo espacio con aquellas personas que intentan oponerse a las fuerzas del régimen implica también compartir el ideal de lucha en pos de un orden social diferente. La elección del camarógrafo de permanecer allí, y la circunstancia de verse encerrado junto a otros manifestantes, lo convierte –frente a los hechos de violencia– en un manifestante más (puesto que corre el mismo peligro) y transforma el registro que logra captar en un arma de denuncia y lucha.

Esta idea del camarógrafo como un actor implicado en el escenario en el que se desarrolla un conflicto asume una forma relativamente general en Argentina a partir de la década del sesenta. Por supuesto, este desplazamiento que se da en la figura del enunciador deberá ser considerado a partir del proceso de politización en el campo intelectual que se produce durante las décadas del sesenta y setenta, contexto en el cual tanto la pluma como la cámara serán utilizadas muchas veces como armas de lucha (Gilman, 2003). Desde esta perspectiva, la cámara pasará a ser pensada como “la inagotable expropiadora de imágenes municiones, [siendo el] proyector un arma capaz de disparar a 24 fotogramas por segundo” (Solanas y Getino, 1973).² La utilización del cine como instrumento revolucionario fue sin duda posibilitada por diversos avances técnicos aplicados a sus dispositivos.³ Desde esta perspectiva, y aprovechando las facilidades técnicas, el documental –ya sea desde lo didáctico o a partir de la reconstrucción de hechos históricos, testimoniales y de denuncia– intentará convertirse en el basamento de una cinematografía revolucionaria.

LA REPÚBLICA PERDIDA

Si respetamos un orden cronológico, el primero de los documentales en incorporar este fragmento de materiales de archivo es *La república perdida* de Miguel Pérez (1983), que sienta un precedente que sería recuperado con posterioridad. Por sus características y el contexto histórico en el que surge –la película reinstala la producción documental que había cesado abruptamente durante los tiempos de dictadura (Sel, 2005a)– puede decirse que *La república perdida* funciona como un film “monumento” del momento del período de transición a la democracia. Filmada al calor de la campaña radical, se presenta como una revisión de los últimos sesenta años de historia argentina, de cara a las primeras elecciones presidenciales democráticas luego de la dictadura más cruenta que se haya dado jamás en nuestro país.

A partir de su gran éxito –el film fue visto por al menos un millón de espectadores (Getino, 2005)– *La república perdida* es consumida culturalmente como un documento de educación cívica: se pasa recurrentemente en aulas escolares y se recomienda en ámbitos universitarios. Tal como reflexiona el documentalista Andrés Di Tella, este film, basado casi exclusivamente en metraje de archivo, tiene el valor adicional de brindarle visibilidad a todos los materiales que hasta ese momento se habían mantenido ocultos, dado que en el contexto de la última dictadura todo archivo era considerado como peligroso y por lo tanto censurado (Firbas y Meira Monteiro, 2006).

La intensa circulación del film, junto a su carácter documental, ayudó a convertirlo en una suerte de filtro histórico: desde 1983 los noticieros y programas televisivos conmemorativos de algún acontecimiento de trascendencia lo recuperan recurrentemente. Por mucho tiempo, el recorte propuesto por *La república perdida* respecto de un material de archivo más amplio ha sido reproducido en forma dominante, dejando por fuera otras series posibles de imágenes que

2 Sobre este punto, los autores amplían: “Nuestra época es época de hipótesis más que de tesis, época de obras en proceso, inconclusas, desordenadas, violentas, hechas con la cámara en una mano y una piedra en la otra, imposibles de ser medidas con los cánones de la teoría de la crítica tradicionales”.

3 Según argumentan Solanas y Getino, “la simplificación de las cámaras, de los grabadores, los nuevos pasos de película, las películas ‘rápidas’ que pueden imprimirse a luz ambiente, los fotómetros automáticos, los avances en la obtención de sincronismo audiovisual unido a la difusión de conocimientos a través de revistas especializadas de gran tiraje, e incluso de medios de información no especializados, ha servido para ir desmitificando el hecho cinematográfico, para limpiarlo de aquella aureola casi mágica que hacía aparecer al cine sólo al alcance de los ‘artistas’, ‘genios’ o ‘privilegiados’”.

4 Recién veinte años después del surgimiento de *La república perdida* pudieron ser recuperadas por medio de la restauración copias de películas que amplían y diversifican las imágenes ilustrativas de momentos clave de la historia argentina, como *Mayo de 1969: los caminos de la liberación* (Grupo de realizadores de Mayo, 1969) y *La marcha sobre Ezeiza* (Carlos Nine, 1973).

5 Nichols caracteriza la modalidad expositiva como un tipo de textualidad que toma forma en torno a un comentario dirigido hacia el espectador, mientras que las imágenes sirven como ilustración o contrapunto. El documental expositivo ofrece una argumentación sostenida a menudo a partir de una invisible “voz omnisciente” o de una voz de autoridad proveniente de la cámara que habla en nombre del texto. En esta modalidad, la retórica de la argumentación del comentarista desempeña la función de dominante textual, haciendo que el texto avance al servicio de su necesidad de persuasión. El documental expositivo hace hincapié en la impresión de objetividad y de juicio bien establecido.

6 “La hora del pueblo” se constituyó el 11 de noviembre de 1970 como una agrupación de partidos políticos en la que figuraban el radicalismo y el peronismo, siendo los impulsores de este movimiento Balbín y Perón desde Madrid.

hoy habrían quedado prácticamente en el olvido.⁴ En ese sentido, no sería desatinado atribuirle al film un importante lugar de mediación en lo que hace a la construcción de nuestra memoria histórica. Es precisamente esa función que cumple el film, al instalar un repertorio de imágenes que permiten ilustrar recurrentemente distintos acontecimientos de nuestro devenir histórico, lo que directa o indirectamente estaría influyendo en la selección que con posterioridad realizarán otros documentales, como *Montoneros, una historia* y *Cazadores de utopías*.

En tanto “documental expositivo” (Nichols, 1997), *La república perdida* hace uso de la voz *over* a la manera de un narrador omnisciente, acompañado de imágenes ilustrativas.⁵ Estas imágenes no proveen información, sino que ayudan a potenciar el punto de vista del enunciador por medio de una toma de posición constante. Abordando puntualmente los fragmentos de imágenes de archivo que nos convocan, se observa que la versión que ofrece de estos materiales *La república perdida* es sin duda la más extensa pero, también, la única que yuxtapone este metraje a otras imágenes de archivo (a diferencia de *Montoneros, una historia* y de *Cazadores de utopías* que subordinan tales imágenes a la narración *over* de un testimoniante, de modo ilustrativo). En el caso de *La república perdida*, son a utilización de la banda de sonido y la reconstrucción de lo que en el metraje objeto de este análisis aparece como fuera de campo los recursos que más se destacan en su modo de apropiación.

La matriz general del film propone un recorrido narrativo que respeta un orden histórico-cronológico ubicando estos fragmentos en 1970, con posterioridad a la asunción de Levingston como presidente de la Nación. En ese marco, las imágenes aparecen como una forma de ilustración visual de la violencia que empieza a visibilizarse en el espacio público. Luego de dar cuenta de la constitución de “La hora del pue-

blo” en 1970,⁶ la voz *over* que guía el film anuncia: “En las calles, mientras tanto, la violencia iba en aumento”. Estas palabras son precedidas por ciertos elementos sonoros que anticipan el bullicio de una gran muchedumbre, junto con silbidos y gritos de disconformidad que en simultáneo empezarán a ganar la pantalla. De inmediato se observa un plano general de una multitud congregada en Plaza de Mayo, protestando enfáticamente, con carteles y los brazos en alto. Es precisamente la banda sonora la que permite hacer el empalme de estas imágenes, situadas en Plaza de Mayo, respecto de aquel metraje de archivo objeto de este análisis, cuya circunstancia y emplazamiento resulta menos evidente que el de las imágenes que lo preceden.

El universo de sonidos pareciera exacerbarse a partir del momento en que inicia el metraje de archivo relevado, incorporando un intenso ruido de sirenas que empieza a escucharse ni bien se ve a los manifestantes avanzar por el centro de la calle, mientras los papeles picados caen desde los edificios céntricos. La fuente de origen del sonido de las sirenas se ubica fuera de campo, ayudando a construir una continuidad espacio-temporal respecto de los planos precedentes; aspecto que obliga a suponer que transcurren casi en paralelo y a una corta distancia espacial. En el caso de las escenas que nos convocan, el peligro físico que amenaza a los manifestantes es anticipado por la dimensión sonora –con ruidos de sirenas, gritos y disparos– antes de tomar forma visual. En el momento en que se intensifican las corridas –cuyo punto de origen proviene de fuera de campo (puntualmente, de Plaza de Mayo)– y el vehículo hidrante se desplaza, empiezan a volverse distinguibles del anteriormente amorfo sonido de protesta algunas voces que gritan “asesinos”, incrementando la aguda sensación de vértigo y peligro que transmite la cámara subjetiva en mano. Esta fracción del relato concluye con el encierro de la cámara junto a otros manifestantes en la

estrecha entrada de un edificio y al cerrarse la puerta por delante de la cámara se escucha el seco sonido de un portazo, con el cual la cámara funde a negro. Este fundido, inherente al registro original –único en todo el desarrollo de *La república perdida*– es apropiado por la narración e incorporado al mecanismo de montaje del film.

Importa destacar que la posición de enunciación presente en estas últimas imágenes subjetivas no coincide con la forma de enunciación que predomina en la película. La forma transparente que caracteriza la utilización de la cámara a lo largo del film es dejada de lado en estos breves fragmentos en los que la posición comprometida implica una toma de posición parcial en el conflicto. La inclusión de estas tomas subjetivas (cuya importancia radica más en el punto de vista que asumen, antes que en la información que suministran) refuerza la intención de identificar la posición del espectador con la de los opositores al régimen y, en el caso particular de *La república perdida*, con la lucha en defensa de la democracia y los derechos cívicos. Si bien el film no atribuye estas imágenes a una lucha específica ni a un grupo político en particular, sino que las presenta como la ilustración de una oposición civil frente al cuerpo militar, la narración postula esta instancia de resistencia como preanuncio de lo que luego será la acción de la guerrilla.

Estas imágenes de la protesta, que anteceden al metraje que concentra nuestra atención, y están por completo ausentes en *Montoneros, una historia* y en *Cazadores de utopías*, permiten construir en el marco de *La república perdida* una perspectiva más amplia del relato. En la medida en que el metraje objeto de este trabajo sitúa el foco de origen de la violencia en un espacio fuera de campo, esos acontecimientos que suceden por fuera del radio de la cámara se vuelven, en principio, irreconstruibles. Tal como sostiene Jean-Louis Comolli (2002): a diferencia del periodismo, el documental está en lo posterior al suceso; a diferencia

del espectáculo, le es prohibido “reconstruir” lo que no ha filmado; “el cine desplaza lo visible en el tiempo y el espacio. Esconde y sustrae más de lo que ‘muestra’”.⁷ En tanto el fuera de campo es más poderoso que el campo toda búsqueda orientada hacia su restitución terminará por quitarle potencia a la narración, como sucede en este caso. Al mismo tiempo, todo intento por dar cuenta de aquello que sucede fuera de campo (aquello que no se ha filmado) pone en discusión el estatuto de realidad del documental, ubicándose en el borroso límite entre realidad y ficción.

MONTONEROS, UNA HISTORIA

El contexto de producción de *Montoneros, una historia*, así como el de *Cazadores de Utopías*, ya no es el de los años ochenta. En términos generales, la década del noventa instala nuevas perspectivas estéticas y políticas en lo que refiere al cine en general, y al documental en particular. A diferencia de la modalidad expositiva –característica de los años ochenta– el paso hacia la nueva década permite observar una tendencia hacia la subjetividad y la interacción (Félix-Didier, Listorti y Luka, 2002).

Enmarcado en el período que Sel (2005a) caracteriza como de “producciones de autor”,⁸ *Montoneros, una historia* propone una mirada distanciada sobre la década del setenta para indagar en la historia y los modos de funcionamiento de la organización Montoneros. La trama se va construyendo a partir de la combinación de materiales de archivo (imágenes de cine y noticieros, proclamas militares y propagandas políticas), registros en directo y distintos testimonios (correspondientes a ex militantes, a Ana –protagonista de la narración– y a sus familiares). La perspectiva que propone el film es generacional, enarbolada mediante la experiencia subjetiva de una de sus protagonistas. Tal como sostiene Gustavo Aprea (2007), el hecho de que Ana y su familia sean los únicos personajes que no son presentados con apellido le confiere

7 En el montaje de un acontecimiento, son especialmente las tomas en vivo las que permiten restituir una continuidad espacio-temporal.

8 Sel sostiene que luego de la dictadura la producción documental argentina podría separarse en tres etapas: la primera caracterizada por el documental de tipo etnográfico (1983-1989); la segunda identificada a partir de las producciones documentales de autor (1989-1999); la tercera como un período en el que se retoman, aun con sus diferencias, las experiencias del documental político de la década del setenta (de 2000 en adelante).

un carácter emblemático a la biografía: narra la experiencia de una generación militante.

En términos generales, el uso que *Montoneros, una historia* hace que el material de archivo posea una función contextualizadora y ayuda, en ocasiones, a ilustrar pasajes del relato. Por lo general subordinado a la voz en *over* de algún testimoniante, este tipo de metraje cumple el rol de traer al presente fragmentos condensados de ese pasado al cual se alude a partir de las palabras de sus protagonistas.⁹ Por tal razón, las imágenes que nos interesa analizar resultan en este caso un tanto inusuales en lo que respecta a la estructura narrativa de la película. Tal como nota Aprea, cuando alude a estos materiales de archivo, son pocas y parciales las escenas en las que aparecen manifestaciones masivas, y cuando lo hacen se las asocia con alguna acción que deriva en una situación de violencia. El caso que nos convoca es precisamente una de esas escasas imágenes en las que aparecen visualmente las masas. La versión que de este fragmento reproduce *Montoneros, una historia* es apenas más corta que la que toma *La república perdida* (la primera dura sólo dos segundos menos que la segunda). Aunque a grandes rasgos el tratamiento estético que se le da a estas imágenes resulta similar en ambos films, opera una pequeña diferencia de corte: la planificación del guión de Di Tella prescinde de aquellos primeros instantes en los cuales se veía al grupo de manifestantes avanzar por el centro de la calle en dirección a cámara e inicia, en cambio, a partir del momento en que la cámara centra su atención en los rostros de dos de las manifestantes.

El recorte que propone el video de Di Tella respecto de estos materiales tiende a privilegiar los momentos de mayor violencia e intensidad dramática, dejando afuera aquellos elementos contextualizadores (como las vistas generales del espacio que será luego ganado por la represión). Dicho mecanismo de corte, en apariencia poco significativo, contribuirá, sin embargo, a la desvinculación de estos sucesos

de represión respecto de un marco espacio-temporal delimitado con precisión, lo que posibilita luego su inscripción como anclaje visual de otros usos narrativos, en muchos casos, simbólicos (como se verá en los casos de *Montoneros, una historia* y *Cazadores de utopías*). Si bien desde el punto de vista visual la apropiación que de este fragmento realizan *Montoneros, una historia* y *La república perdida* no pareciera presentar grandes variaciones (la textura de la imagen y el color se mantienen iguales), es la dimensión sonora la que incorpora el mayor cambio. Por otra parte, la subordinación a otra planificación de guión, influirá, sin duda, en la resignificación del sentido de estas imágenes.

En el video de Di Tella el metraje que hemos relevado es articulado al testimonio del ex montonero Topo Devoto –según apunta el *videograph* a pie de pantalla– quien, sentado tras un escritorio en una postura informal, afirma:

La palabra Montoneros era [...] como el símbolo, la cosa organizada, armada, con una expresión política, que todo le salía bien; tomaban bancos, pueblos. Y nosotros, que éramos jóvenes en esa época, veíamos eso como la cosa ideal. Es decir, ¿quiénes son esos tipos que la hacen tan bien? [precisamente en ese momento de su parlamento, y mientras continúa la voz *over* del testimoniante, empiezan a visualizarse en pantalla las imágenes de archivo objeto de este análisis]. Y nosotros estábamos en otra etapa, todavía, de nuestro accionar político. Pero todos veíamos en los montoneros el símbolo de la lucha contra la dictadura.

Dicho esto, cobra una mayor importancia el audio de la protesta, que hasta ese momento se había mantenido en segundo plano, subordinado a la voz principal del ex militante. En este punto, que coincide con el momento de clímax visual –aquel en el que las corridas adquieren mayor magnitud–, empieza a adquirir preponderancia el penetrante sonido de las sirenas, junto con los paneos más inestables de la cá-

9 Por ejemplo, cuando Ana habla de las preguntas que le formula su hija de 16 años (la misma edad que ella tenía al empezar a vincularse con la militancia política en los setenta) acerca de sus convicciones políticas, se recurre a imágenes de archivo que exponen los distintos episodios a los cuales Ana va haciendo alusión.

mara, el paso del camión hidrante y el forcejeo por encontrar un lugar de resguardo en la boca de un edificio. Resulta llamativo, sin embargo, que la banda de audio no permita distinguir –entre el heterogéneo registro auditivo– aquellos gritos que clamaban “asesinos” y aumentaban el cariz dramático en la secuencia de *La república perdida*. Ahora bien, bajo el amparo de dicho discurso, el metraje de archivo analizado se recubre de una nueva significación. Ancladas en las palabras del testificante, estas imágenes dejan de representar la violencia y el caos en sentido general –como proponía la lectura rectora de *La república perdida*– para pasar a simbolizar una lucha específica: la de la organización Montoneros frente a dictadura. El poder de estas imágenes, entre otras cosas, radica en la capacidad de volver visible la puesta en cuerpo que dicha lucha política trae implicada.

CAZADORES DE UTOPIAS

El film de Blaustein también versa sobre la organización Montoneros, pero a diferencia de la película de Di Tella, que intenta interrogar el funcionamiento de dicha organización a partir de un punto de vista distanciado, centrado en los noventa, *Cazadores de utopías* elige recuperar la perspectiva setentista a partir de una mirada cuasi nostálgica, trabajando sobre el testimonio de sus protagonistas. Siguiendo una lógica de orden cronológico, el film está fundamentalmente organizado a partir de los testimonios de ex-militantes y del uso ilustrativo de materiales de archivo. Tal como sostiene Aguilar, en el caso de esta película la organización cronológica se hace repitiendo el pasado y no reconstruyéndolo o reformulándolo:

“Cazadores de utopías se propone elaborar el duelo de la derrota pero no se deshace de la carga de la repetición: la fecha de origen es la misma, los hitos siguen siendo los mismos y son tan poderosos como para organizar la trama narrativa”.

Aunque no recurre a una voz *over* para sostener su relato, como sí sucede en *La república perdida*, la articulación de testimonios que se desarrolla a lo largo del film da la impresión de componer una voz homogénea, casi sin fisuras (a pesar de la estructura coral).¹⁰ A diferencia del rol anómalo que cumplía el metraje objeto de este análisis en películas como *La república perdida* (por distanciarse del punto de vista imperante en el resto del film), y en *Montoneros, una historia* (por ser atípicas las imágenes de las masas), en el contexto de *Cazadores de utopías*, estas imágenes resultan homologables a muchas otras perspectivas visuales presentes a lo largo del film. En este último, abundan los materiales de archivo en los que se puede apreciar, a partir de tomas subjetivas, el lugar de la violencia.¹¹ En el caso del fragmento que nos convoca, la operación mediante la cual *Cazadores de utopías* se apropia de él resulta, desde el punto de vista formal, bastante similar al recurso que utiliza *Montoneros, una historia*. Tanto en uno como en otro, estas imágenes aparecen enmarcadas y dirigidas por el testimonio de un actor implicado en el proceso que se intenta reconstruir. Puntualmente, *Cazadores de utopías* subsume este fragmento al testimonio de Eduardo Jozami (Secretario General del Sindicato de Prensa). Sentado en una banca del Concejo Deliberante (su lugar de trabajo en el presente del film), este personaje afirma:

El peronismo nos atraía por esta presencia dominante que tenía en la política argentina, pero al mismo tiempo nos repelía también a todos quienes, de alguna manera, estábamos formados a la idea de que era necesario desarrollar formas de organización más o menos prolijas, tener estrategias más o menos definidas, darle cierta prioridad al debate ideológico en relación con la práctica política; y este caos que caracterizaba al movimiento peronista [al pronunciar Jozami la palabra “caos” comienzan a verse en pantalla las imágenes de archivo que nos interesa analizar, mientras continúa la voz *over* del entrevistado], de alguna manera,

10 Esta circunstancia, tal como sostiene Aguilar, tal vez se explique por el hecho de que tanto la investigación y el asesoramiento histórico (a cargo de Ernesto Jauretche y Mercedes Depino), como el argumento (realizado por Ernesto Jauretche) y la dirección de la película, están en manos de personas que pertenecieron a la agrupación Montoneros, al igual que los entrevistados que prestan los testimonios que dan forma al film.

11 De hecho, aparecen incluso fragmentos de metraje en los que se tematiza la violencia desde la perspectiva de los represores. Resulta particularmente significativa una toma subjetiva, obtenida desde un camión hidrante desde el cual se está reprimiendo una acción callejera. A medida que el camión avanza se ve el chorro de agua azotar todo cuanto se encuentra a su paso. Se observa a la gente huir por las calles e intentar guarecerse en resquicios similares a aquel que había servido de resguardo al camarógrafo que tomó las imágenes que intentamos analizar, sólo que el punto de vista se posiciona desde la perspectiva opuesta.

hacía muy difícil este *tránsito* para quienes veníamos de la izquierda.

El audio de la protesta, que hasta ese momento se había mantenido en un segundo plano, cobra relevancia una vez finalizado el testimonio del entrevistado, mientras continúa en pantalla el desarrollo de este fragmento de archivo. Desde la perspectiva sonora, la protesta se construye como un fuerte bullicio acompañado de sirenas, sin que resulte distinguible el clamor de “asesinos” presente en la banda sonora de *La república perdida*. Al mismo tiempo, el efecto de sonido de la puerta al cerrarse resulta bastante atenuado, desprendido de la potencia que dicho artificio generaba en los otros dos films.

La versión de este fragmento de archivo que incorpora *Cazadores de utopías* es la más breve de las tres (dura apenas 13 segundos) y funciona como un plano secuencia, al no presentar cortes de edición en todo su desarrollo. Dicha fracción concentra los movimientos más inestables de la cámara, materializados mediante desprolijos paneos hacia izquierda y derecha, mientras el camarógrafo intenta captar las corridas de los manifestantes, al mismo tiempo que es sacudido por aquellos que procuran escapar de la violencia. Esta ausencia de cortes, el hecho de que el camarógrafo no detenga la acción para realinear la cámara sino que prefiera ajustar sobre la marcha, logra añadirle a las imágenes una cuota mayor de realismo, dejando registro del riesgo que implicó, en su presente, continuar con la filmación.¹²

Ahora bien, el funcionamiento de este metraje dentro del relato no está subordinado a la ilustración lineal de aquello que se narra oralmente (como en el caso de *La república perdida*), sino que funciona más bien como el comentario de aquello que es argumentado por un testimoniante. La planificación del guión le imprime mucha fuerza a la palabra “caos” (pronunciada por Jozami) por ser la que da pie inicial para el

desarrollo de las imágenes, que de alguna manera pasan a ilustrar la lectura que realiza el entrevistado acerca de la perspectiva que tenían ciertos sectores de izquierda respecto del peronismo. Resulta significativo que el término “tránsito” (también pronunciado por el entrevistado) coincida con el momento más caótico que nos devuelven las imágenes, aquel en el que un gran contingente de personas intenta huir corriendo desesperadamente hacia todas direcciones (nada más lejano a la acción coordinada que podría esperarse de una organización política).

A diferencia de films como *La república perdida*, *Cazadores de utopías* no se interesa por reconstruir el foco original que estaría provocando las corridas que vemos en pantalla (aquello que sucede fuera de campo) ni de contextualizar la situación de violencia que se ve en pantalla, elige, por el contrario, desprenderse por completo de ese referente para hacer una utilización metafórica de la violencia que presentan las imágenes. El desorden sostenido por la desesperación funciona en el film como un tipo de violencia que no se define simplemente por los términos de un enfrentamiento fuertemente polarizado (fuerzas militares-población civil), sino que da cuenta del desorden dentro de una misma agrupación. La articulación de fracciones entre la izquierda y el peronismo implicaría, en este caso, caos y violencia.

CONCLUSIÓN

No deja de ser llamativa la intercambiabilidad de una misma secuencia de imágenes de archivo –cuyo estatuto es el del mero registro–, capaz de servir tanto para ilustrar, en términos generales, la efervescencia social en oposición a la dictadura, y para referir a la emblemática lucha del movimiento Montoneros frente al régimen militar, como para simbolizar el caos percibido por ciertas fracciones provenientes de la izquierda en su tránsito hacia el peronismo. En todos

12 Detener la acción para reubicar la cámara implicaría transformar la historia en una puesta en escena, generando un indicio del cruce hacia el terreno ficcional (Nichols, 1997).

estos casos resulta más importante el uso ilustrativo que se hace de la imagen que la utilización en función del referente real de ese registro, subvirtiéndose de esta forma la objetividad de su posible relación lineal con un determinado momento histórico. De ello se desprende que importa menos el “aquí y ahora” de las imágenes, aquellos hechos de violencia inscriptos en el mundo histórico (que justificaron en su momento el riesgo que decidió asumir el camarógrafo), que su utilización en pos de un uso argumentativo.

Este dato resulta profundamente significativo en el caso de *La república perdida*, film en el que la tarea de director se funde con la de montajista (recordemos que esta última es la profesión principal de Miguel Pérez), construyendo una mirada y un orden a partir de materiales dados sobre los cuales solamente es posible intervenir. De modo que aun tratándose de una película de montaje, en base a metraje de archivo –aspecto que tiende a reformar su estatuto documental–, impera en la planificación del film la continuidad espacio-temporal y la reconstrucción del fuera de campo, aspectos propios de la ficción. Más aún, resulta curiosa la estrategia que asume *La república perdida* al tomar un registro, desvinculándolo de su referente (su aquí y ahora), y utilizarlo luego para construir un encadenamiento narrativo cuya intención es aludir a ese referente negado: la represión.

Por su parte, perspectivas como las que ofrecen los films *Cazadores de utopías* y *Montoneros, una historia* tienden a desdibujar el referente real volviéndolo subsidiario de las narraciones que proveen distintos testimonios. De todas formas, la utilización cronológica de estos materiales deja en claro que esta imagen debió primero ser utilizada para ilustrar la violencia en el sentido más convencional (tal el caso de *La república perdida*), para luego ser resignificada por usos divergentes enmarcados en una época caracterizada por la violencia. En definitiva, es la dimensión argumentativa correspondiente a cada film la que

alinea los recursos en función de una determinada interpretación del mundo. Son las preguntas que les hagamos a los materiales de archivo (de orígenes diversos) las que les conferirán, finalmente, sentido (Guarini, 2009).

En cualquier caso, la utilización que efectúan estos documentales del mismo metraje de archivo no hace sino evidenciar el carácter ideológico de la imagen documental (Nichols, 1997), en la medida en que cada contexto le imprime un sentido divergente. Y es fundamentalmente la dimensión sonora la que incorpora la discrepancia más importante entre una y otra versión, construyendo distintas unidades espacio-temporales, resaltando determinados matices auditivos por sobre otros, intensificando el ritmo, ubicándose en segundo plano frente a la línea rectora de un testimonio, reforzando o quitando unidad a la protesta, e intensificando el tenor dramático de las imágenes mediante el recorte de expresiones concretas, como el grito de “asesinos” que cobra protagonismo en la versión que utiliza *La república perdida*.

Según sostiene Nichols, sería la autenticidad de los sonidos y las imágenes grabados en el mundo histórico lo que constituye una prueba acerca del mundo. Es el sonido directo, indica Sel (2005b), lo que permite reafirmar una “temporalidad auténtica” en el film, en lugar de construir un marco temporal o ritmado a partir del proceso de montaje. La inquietud acerca de la relación de contigüidad que podría unir las distintas versiones de audio que presentan estos films respecto de su referente histórico dirige la atención, nuevamente, hacia el estatuto de realidad del documental, al tiempo que la inevitable pregunta por la existencia de una versión de audio original termina por clausurarse a sí misma.

Esta serie de discrepancias en lo que refiere a la banda sonora pone en discusión el carácter objetivo del documental y su estatuto de prueba. Tal como sostiene Nichols, en su carácter de construcción el

documental es una ficción, pero en nada semejante a cualquier otra: los documentales no difieren de las ficciones en su construcción como textos sino en las representaciones que hacen. Siguiendo la argumentación de Ricardo Manetti (1994), el documental pareciera llevar implícito en su modo de construcción un criterio de verdad, pero al igual que la ficción construye una realidad diferente, la de su propio verosímil, verosímil que consistiría en borrar toda marca que señale la puesta en acto de una escritura. Según entiende Comolli, hay en el film una verdad sensible que se desarrolla en el propio corazón del engaño. Si existe un compromiso del documental este se atendería a asegurarnos la realidad de los cuerpos filmados. Es acaso ésta la única garantía que pueden ofrecernos aquellos que detentan el poder de mostrar. Es precisamente esta función de "administrador de la imagen" (Aguilar, 2007) la que se reserva para sí la posibilidad de construir diferentes historias a partir de materiales, en apariencia, tan objetivos como el registro documental, aportando elementos al entramado más general que sirve de apoyo a la construcción de nuestro imaginario histórico.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Gonzalo, "Maravillosa melancolía. Cazadores de utopías: una lectura desde el presente", en Moore, María José y Wolkowicz, Paula (eds.), *Cines al margen*, Librería, Buenos Aires, 2007.

APREA, Gustavo, "El cine político como memoria de la dictadura", en Sartota, Josefina y Rival, Silvina (eds.), *Imágenes de lo real. La representación de lo político en el documental argentino*, Librería, Buenos Aires, 2007.

COMOLLI, Jean-Louis, *Filmar para ver. Escritos de teoría y crítica de cine*, Simurg/ FADU, Buenos Aires, 2002.

FIRBAS, Paul y MEIRA MONTEIRO, Pedro (eds.), *Andrés Di Tella: cine documental y archivo personal. Conversación en Princeton*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2006.

FELIX-DIDIER, Paula; LISTORTI, Leandro y LUKA, Ezequiel, "El nuevo documental: el acto de ver con ojos propios", en Bernades, Horacio; Lerer, Diego y Wolf, Sergio (eds.), *Nuevo cine argentino. Temas, autores y estilos de una renovación*, Fipresci/ Tatanka, Buenos Aires, 2002.

GETINO, Octavio, *Cine argentino. Entre lo posible y lo deseable*, CICCUS, Buenos Aires, 2005.

GILMAN, Claudia, *Entre la pluma y el fusil. Debates y dilemas del escritor revolucionario en América Latina*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2003.

GUARINI, Carmen, "Memorias y archivos en el documental social argentino", en *Giróscopo. Revista audiovisual y de otros lenguajes*, Año 1, nº 1, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, 2009.

MANETTI, Ricardo, "Cine testimonial", en España, Claudio (comp.), *Cine argentino en democracia 1983/1993*, Fondo de las Artes, Buenos Aires, 1994.

NICHOLS, Bill, *La representación de la realidad*, Paidós, Buenos Aires, 1997.

SEL, Susana, "Repensando el documental social. Etnografía y praxis en la Argentina de los últimos 20 años", en Sel, Susana (comp.), *Imágenes y Medios en la Investigación Social, una mirada latinoamericana*, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2005a.

_____, "Cine documental, teoría y praxis", en *Revista Zigurat*, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, diciembre 2004-enero 2005b.

SOLANAS, Fernando y GETINO, Octavio, *Cine, cultura y descolonización*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1973.

La función de las prácticas discursivas de consumo en la hegemonización del menemismo

Hernán Fair

Hernán Fair es magister en Ciencia Política y Sociología por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, sede Argentina), becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y doctorando en Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires (UBA), con sede en el Centro de Estudios del Discurso y las Identidades Sociopolíticas (CEDIS) de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM).

Resumen

El artículo analiza la función ejercida por las prácticas discursivas de consumo en la legitimación y hegemonización del discurso menemista. Polemizando con los enfoques dominantes, que analizan el tema desde una visión antro-po-sociológica o sociocultural, tendiendo a dejar a un lado la construcción discursiva de aquellas prácticas desde el discurso dominante, el trabajo se centra en la construcción que desde el discurso presidencial se efectuó para legitimar estas prácticas. A partir de una perspectiva de análisis del discurso centrada en la teoría postestructuralista de Ernesto Laclau, e incluyendo el abordaje de algunas nociones concernientes a la teoría bourdeana y el psicoanálisis lacaniano, sostiene que estas prácticas discursivas resultarán cruciales para hegemonizar el discurso menemista, al permitirle a Menem consolidar la frontera política delimitada frente al período anterior a partir de la formación de una objetivación de sentido común de las prácticas sedimentadas.

Palabras clave: prácticas discursivas – consumo – objetivación – hegemonía – menemismo

Keywords: discursive practices – consumption – objectivisation – hegemony – menemism

Abstract

The article analyzes the function exerted by the discursive practices of consumption in the legitimation and hegemonization of the menemist speech. Arguing with the dominant approaches, that analyze the subject from an antro-po-sociological or sociocultural vision, tending to leave to a side the discursive construction of those practices from the dominant speech, one concentrates in the construction that from the presidential speech took place to legitimize these practices. From a perspective of analysis of the speech centered in the post-estructuralist theory of Ernesto Laclau, and including the boarding of some slight knowledge concerning the bourdean theory and the lacanian psychoanalysis, it maintains that these discursive practices will turn out crucial to hegemonize the menemist speech, when allowing him to Menem to consolidate the delimited political border against the previous period from the formation of an objectivisation of common sense of the settled practices.

Recibido: 1-10-2009 / Aceptado: 27-5-2010

Todos los animales tienen juntamente las facultades necesarias para conservarse, sólo el hombre las posee superfluas.
 Jacques Rousseau, *Emilio*

1 Nos referimos a las prácticas de consumo “masivas” para diferenciar cualitativamente este componente central del capitalismo contemporáneo. En efecto, ya en la década del sesenta autores como Jacques Lacan y Herbert Marcuse se habían referido, desde perspectivas muy diferentes, a la importancia clave que adquiriría el consumo de bienes o mercancías en la legitimación del sistema capitalista. El tema, además, sería retomado por algunos trabajos para dar cuenta de la construcción de hegemonía de los gobiernos de la región denominados “populistas” (García Canclini, 1984). Sin embargo, según entendemos, es recién a partir de los años noventa, en consonancia con la importancia creciente que adquiere la ideología neoliberal utilitarista e individualista, que estas prácticas llegarán a su máxima expresión.

2 En particular, a partir del análisis superestructuralista de la sociedad civil, en el caso gramsciano, y de la noción de “aparatos ideológicos del Estado”, en el caso del filósofo francés. Cabe subrayar, de todas maneras, que ambos pensadores no han logrado sobreponerse del todo a su esencialismo de creer en la articulación *a priori* de los sujetos sociales y en la determinación material en última instancia. Al respecto, véanse especialmente las críticas iniciales de Laclau y Mouffe (1987).

Durante el gobierno de Carlos Menem (1989-1999), y más aún a partir de la implantación del Plan de Convertibilidad, que a partir del 1 de abril de 1991 instauró una paridad cambiaria fija 1 a 1 de la moneda nacional con el dólar, se inició en nuestro país un período en el que la sobrevaluación cambiaria promovió el acceso a un conjunto de prácticas de consumo masivas para los sectores medios y medios altos, e incluso para algunos sectores bajos.¹ En efecto, en el marco del abaratamiento del dólar y la baja de las tasas de interés dispuesta por el Gobierno para lograr la estabilización de los indicadores económicos en un contexto inédito de hiperinflación, muchos sectores sociales tuvieron acceso masivo a bienes de consumo, como la posibilidad de acceder al crédito barato para adquirir viviendas, electrodomésticos y automóviles, viajar al exterior para hacer turismo y acceder a la tecnología importada de los países más desarrollados a precios módicos.

El siguiente trabajo se propone analizar la función ejercida por estas prácticas de consumo masivas en la hegemonización del discurso menemista. Sin embargo, a diferencia de los enfoques dominantes que analizan el tema o bien desde una visión antropológico-social (Feijoo, 1993; Karol, 1993; Isla, Lacarrieu y Selby, 1997; Martucelli y Svampa, 1997; Svampa, 2005) o bien sociocultural (Wortman, 2001), tendiendo a dejar a un lado la construcción discursiva de aquellas prácticas desde el discurso dominante, el presente análisis se centra sobre esta última cuestión. En efecto, no hemos hallado estudios que analicen en profundidad la construcción que desde el poder, y específicamente desde el discurso presidencial, se

efectuó para legitimar la presencia de estas prácticas discursivas durante el gobierno de Menem. En el transcurso de este trabajo intentaremos remediar esta ausencia sintomática, pues creemos que estas prácticas de consumo masivo resultan cruciales para comprender el respaldo social obtenido por el menemismo durante los años noventa, en particular a partir de la instauración del Régimen de Convertibilidad, un elemento fundamental para explicar la consolidación de su hegemonía discursiva.

ALGUNAS CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Pese a que durante siglos el discurso político como método de análisis cualitativo fue denigrado y menospreciado por los enfoques dominantes de matriz representacional y objetivista, situándolo a un costado superestructural y/o plenamente idealista, en las últimas décadas la teoría postestructuralista, al igual que otras corrientes vinculadas, como la semiótica francesa e inglesa, han criticado fuertemente estos preceptos dominantes afirmando que no existe nada más material que el discurso y, más aún, que el orden simbólico adquiere primacía, al punto tal de ser el que constituye a los sujetos en sus prácticas cotidianas (Mangone y Warley, 1994; Rivera, 1998; Fabbri, 2000).

Partiendo desde el primero de los enfoques, cuyo origen nos remonta al psicoanálisis lacaniano, pero que ha sido analizado también desde comienzos del siglo xx por marxistas heterodoxos como Antonio Gramsci y Louis Althusser,² Ernesto Laclau sostiene que toda estructura discursiva posee siempre un carácter material, en el sentido de que se materializa en prácticas, rituales e instituciones. En efecto, desde la teoría postestructuralista de este pensador, es el discurso el que constituye a las prácticas sociopolíticas como tales. En este sentido, Laclau afirma que no hay nada más material que el discurso y que el mismo precede y determina al sujeto.

Ahora bien, si el componente simbólico, lejos de representar un elemento superestructural, constituye en realidad a los sujetos sociales en sus prácticas cotidianas, no puede existir una práctica que pueda ser situada por fuera de aquel. En otras palabras, dado que el discurso contribuye a otorgar forma y sentido a lo social en su uso práctico, tal como lo ha señalado el segundo Ludwig Wittgenstein (1988) a partir de su noción de “juegos de lenguaje”, y ha sido destacado también por la pragmática de los “actos de habla” de John Austin (1998), a partir de la función “performativa” que adquiere el lenguaje, entonces ya no puede realizarse una estricta separación entre discurso y práctica y entre discurso y realidad.³

En ese contexto, que ha sido influenciado también por el desconstruccionismo derrideano, el análisis de cuestiones tales como las prácticas de consumo, o lo que la Teoría de la Elección Racional define como los “incentivos selectivos” (Olson, 1992),⁴ no puede ser entendido excluyendo su necesaria configuración dentro de un discurso determinado que lo constituye, delimita y otorga un sentido performativo en su aplicación pragmática. A diferencia de las visiones predominantes, especialmente dentro de la corriente del marxismo tradicional, la teoría inaugurada por Laclau y Mouffe en 1987⁵ sostiene que no es la economía el elemento primordial que determina, sobredetermina, o bien condiciona en alguna instancia la configuración de lo social, sino el propio discurso, es decir, lo político-ideológico acusado por esta corriente de superestructural, el elemento que constituye y organiza a lo social. De este modo, la noción de práctica discursiva debe entenderse como una ligazón conceptual ineludible, constituyendo el discurso una práctica *per se*, y al igual que toda práctica sólo puede entenderse dentro de una configuración discursiva particular.

Es sólo trascendiendo el reduccionismo racionalista y objetivista que caracteriza, desde diferentes enfoques, tanto a las corrientes derivadas del marxis-

mo como a las teorías conductistas, y por lo tanto sólo a partir de un rechazo total a la errónea separación dicotómica entre discurso y práctica y discurso y realidad –lo que implica necesariamente la aceptación de la ineludible determinación material que adquiere el orden del significante–, como debe entenderse, desde esta perspectiva, la constitución de aquello que comúnmente denominamos la realidad social. En otras palabras, lo social no puede existir previo a su enunciación en un discurso que le otorga significación. Sin embargo, ello no implica que la realidad no exista, como pretenden ciertos enfoques posmodernos (Deleuze, 1991; Vattimo, 2000).

En efecto, que no exista una realidad prediscursiva no quiere decir, como sugieren algunos análisis críticos de matriz objetivista, que “todo sea discurso”⁶. El enfoque laclausiano nunca ignora la existencia de la realidad social externa, lo que lo llevaría a caer en un nihilismo apolítico que es criticado por el propio autor (Laclau, 1996). Más bien se trata de afirmar que esta realidad (al igual que las prácticas sociales) se estructura mediante un lenguaje que requiere una necesaria interpretación política para adquirir significación; y esa interpretación, además de ser siempre contingente, resulta al mismo tiempo plenamente material, en tanto contribuye, a su vez, a transformar performativamente la propia realidad social a partir de su enunciación.

CONTEXTO DE EMERGENCIA DEL MENEMISMO

La emergencia del fenómeno que ha sido denominado comúnmente como “menemismo” no puede ser comprendido en su especificidad sin tener en cuenta el particular contexto histórico, político, económico y social en el que hace su aparición. Por un lado, debemos tener en cuenta que desde mediados de los años setenta comenzó a aplicarse en algunos países de América Latina, extendiéndose a los países

3 Cuestión que Laclau le critica al propio Foucault, al querer separar el discurso o “formación discursiva” de las prácticas que son constituidas por aquel. Un error semejante se puede hallar en un reciente e interesante trabajo de Muñoz y Retamozo (2008) que sigue esta línea postestructuralista para analizar el discurso kirchnerista. Así, pese a sus notables contribuciones teóricas al estudio del discurso político, este trabajo separa de una manera foucaultiana lo discursivo de lo que aparentemente no lo es. Esto es, lo institucional, las estructuras y las fuerzas sociales.

4 Para Olson, los individuos, en tanto puramente racionales y egoístas, no participan en grupos grandes cuyo fin sea un bien público a menos que se los coaccione o estimule mediante un bien privado (un “incentivo selectivo”). Asimismo, cuanto mayor es el grupo menor será el incentivo individual para conseguir un bien público.

5 El trabajo data, en realidad, de 1985, pero fue publicado en lengua española dos años después. Cabe aclarar, además, que en trabajos posteriores Laclau continuará y profundizará el desarrollo de su teoría, alejándose en gran medida de Mouffe, que seguirá un camino más cercano al liberalismo político, aunque sin hacer a un lado sus fuertes aristas críticas hacia esta concepción agonista de lo político.

6 El filósofo argentino Jorge Dotti (2007), por ejemplo, señala que la teoría de Laclau defiende una “ontología de lo discursivo”, en donde “todo es discurso, todo es político”, a partir de su imposible “universal unificante”.

Europeos y al resto de los países latinoamericanos durante las décadas del ochenta y el noventa, lo que ha dado en llamarse el paradigma neoliberal (Anderson, 1997; Ezcurra, 1998). Este nuevo paradigma, que contaba con el apoyo de los principales sectores del poder mundial, entre ellos los grandes medios de comunicación, los organismos multilaterales de crédito y los empresarios más importantes ligados al capital financiero, sostenía que la intervención del Estado era la principal culpable de la crisis económica y social de la región, por lo que se requería su reducción hasta dejar un “Estado mínimo” garante de la propiedad privada, la justicia y la educación.

En el caso de la Argentina, esta crisis se expresaba en un incremento incontrolable de los índices de inflación, al punto tal de alcanzar una hiperinflación inédita por su magnitud, y un déficit fiscal del Estado excesivamente elevado, lo que imponía severas restricciones al desarrollo nacional. En ese contexto de “crisis galopante” (Palermo y Novaro, 1996), que ha sido destacada por los enfoques, podríamos decir, “progresistas”, como un efecto de las pujas intersectoriales y la “colonización” del Estado por parte de los principales agentes socioeconómicos, el discurso neoliberal en favor del Estado ganaría muchos adeptos.

No obstante la creciente crisis estatal y la profundización del discurso pro-reformas de mercado, que en realidad posee antecedentes que se remontan a la década anterior, esta situación de caos económico no debe hacernos pensar que el discurso neoliberal será absorbido así como así por los sectores populares y trabajadores en general. Por el contrario, casi cincuenta años de políticas a favor del Estado regulador y distribuidor de la economía no habían sido en vano. Es el caso del peronismo, partido-movimiento que había hecho de la soberanía política, la independencia económica y la justicia social su dogma principal. En ese contexto, el candidato del partido, Carlos Menem, lejos estará de prometer lo que ciertamente

luego ocurriría. En efecto, durante la campaña electoral, aunque fue bastante ambiguo al respecto, nunca afirmó que fuera a implementar un cambio profundo e inédito en el modelo de acumulación vigente desde la posguerra (Menem y Duhalde, 1989; Hadida y Pérez, 1999).

Sin embargo, al llegar al poder el dirigente de origen riojano hizo en gran medida lo contrario a lo prometido. Tras su elección como presidente, en mayo de 1989 –donde obtuvo más del 47% de los votos (INDEC, 1998)–, se dedicó a aplicar un programa de reformas y ajustes de orientación neoliberal que contrastaba en gran medida con las tradicionales políticas populares vinculadas a su partido, el peronismo. En ese contexto, que incluyó una alianza explícita con el principal grupo económico del país,⁷ su gobierno privatizó la mayoría de las empresas nacionalizadas previamente por su líder, Juan Domingo Perón, desreguló y abrió el comercio y las finanzas al capital transnacional, flexibilizó el mercado de trabajo para supuestamente incrementar la “competitividad” y redujo en algunas áreas y focalizó en otras el gasto público social que había sido una política estatal clave durante el período sustitutivo de importaciones iniciado en la posguerra. A pesar de esta profunda transformación socioeconómica, Menem mantuvo por un largo tiempo, e incluso amplió, el respaldo social de quienes lo habían acompañado durante la campaña en espera del prometido “Salariazó” y la “Revolución Productiva”, y que ahora pasarían a ser los principales perjudicados: los sectores populares. ¿Cómo logró el presidente mantener en el tiempo aquel respaldo?

LA ETERNA DISCUSIÓN SOBRE LA LEGITIMACIÓN SOCIAL DEL MENEMISMO

El motivo que llevó a que los trabajadores en general y los sectores populares en particular apoyaran a

7 En efecto, en julio de 1989 el Gobierno se alió con el tradicionalmente repudiado grupo económico Bunge y Born, colocando a uno de sus miembros como Ministro de Economía.

Menem a pesar de su evidente “giro de 180 grados”, tal como él mismo lo definirá en varias oportunidades,⁸ es un tema largamente debatido dentro de la bibliografía especializada. Podemos decir que las explicaciones dominantes son: por la memoria colectiva de las ideas y principios que representaba el peronismo, por la estabilidad económica garantizada por el Gobierno frente a la hiperinflación, por el orden político que estableció frente al caos y la amenaza de “guerra de todos contra todos” del período previo, por el clientelismo y por la fragmentación y crisis de representación social, lo que habría impedido construir alternativas.

Aunque no es posible analizar aquí cada una de estas perspectivas,⁹ quisiéramos centrarnos en un elemento que suele dejarse a un lado o, al menos, no suele analizarse desde el enfoque que hemos adoptado. Nos referimos a lo que hemos denominado las prácticas discursivas de consumo del menemismo que, como señaló anteriormente, en general han sido abordadas por trabajos que analizan el tema desde enfoques antro-po-sociológicos, y que tienden a hacer a un lado la construcción discursiva de dichas prácticas desde el discurso dominante¹⁰ (Feijoo, 1993; Karol, 1993; Isla, Lacarrieu y Selby, 1997). En este artículo nos alejaremos de este tipo de enfoques, que se encuentran presentes también en los análisis de Martucelli y Svampa (1997) y Svampa (2005), para centrarnos sobre esta última cuestión.¹¹

En ese contexto, nos proponemos aportar algunos elementos teóricos exploratorios que contribuyan a una mejor comprensión y explicación (siempre parcial) del fenómeno. Para llevar a cabo esta tarea, nos situaremos desde la perspectiva postestructuralista de análisis del discurso desarrollada por el teórico argentino Ernesto Laclau. Incluiremos, además, algunas nociones concernientes a la teoría sociocultural bourdeana que,

parcialmente redefinidas, resultan compatibles con este enfoque y pertinentes en pos de enriquecer y complementar la comprensión de nuestro objeto de estudio.

EL PLAN DE CONVERTIBILIDAD

El único modo de entender en toda su magnitud la predominancia exclusiva que adquieren las prácticas discursivas de consumo durante la década del noventa en Argentina –lo que no implica que este punto sea el único elemento que explica el amplio y heterogéneo respaldo social de los trabajadores al menemismo, ni mucho menos–¹² consiste en situarse en lo que se conocería como el Plan de Convertibilidad. Básicamente, se trata de un plan de estabilización puesto en marcha a fines de marzo de 1991 por el entonces Ministro de Economía, Domingo Cavallo, para terminar con la creciente tasa de inflación que se remontaba hasta antes de la llegada al poder de Carlos Menem.¹³ En efecto, hacia comienzos de 1991 el país estaba atravesado por una tasa de inflación alarmante que, tras un año y medio de políticas públicas de diversa índole, no había podido ser controlada de manera definitiva. Este retorno a la hiper se haría presente en dos oportunidades: a fines de 1989 y, en menor medida, a fines del año siguiente.¹⁴

Por entonces, tras intentar diversos planes con resultados fallidos (Lozano y Feletti, 1991; Canitrot, 1992), a comienzos de 1991 el gobierno de Menem implementará un nuevo plan económico en el que fijará la igualación de la moneda nacional, por entonces el Austral,¹⁵ en las mismas condiciones que el dólar estadounidense. Este Régimen de Convertibilidad, que encuentra varios antecedentes en nuestro país,¹⁶ funcionaba de la siguiente forma: el Banco Central argentino debía garantizar en sus reservas monetarias igual cantidad de billetes y mone-

8 En palabras de Menem: “Hemos dado un giro de ciento ochenta grados en nuestras cosas. Como siempre digo, ‘un giro copernicano’, para cambiar la historia, para sacar a Argentina de una profunda crisis” (Discurso oficial, 13 de octubre de 1993).

9 Un análisis crítico de estos enfoques se encuentra en Fair (2009a).

10 En este trabajo nos centraremos en el caso argentino. Sin embargo, resulta evidente el poder y la influencia creciente que, mediante la importación de los valores estadounidenses, ha adquirido en los últimos años el consumo masivo de mercancías.

11 Lo más cercano que hemos hallado al enfoque que seguimos aquí es un estudio teórico situado desde la corriente lacaniana, que analiza la relevancia de las prácticas de consumo en la legitimación de su discurso. Sin embargo, este tipo de estudio no se centra en el discurso presidencial, sino que representa un intento de dar cuenta de la relevancia de estos “gadgets” durante la década del noventa (Gómez, 2006).

12 Para un análisis de otros elementos igualmente importantes para explicar este apoyo, véase Fair (2009b).

13 Recordemos que Alfonsín se vio obligado a renunciar a mediados de 1989 imposibilitado de controlar la creciente tasa de hiperinflación.

14 Mientras que en 1989 la inflación había sido de un 4.923,6% anual, en 1990, si bien se redujo sensiblemente, alcanzó un 1.343,9% (INDEC, 1998).

15 En octubre de 1991, el Presidente firmó un decreto que estableció el reemplazo del Austral por el Peso a partir del 1 de enero del año siguiente.

16 En efecto, el régimen cambiario era similar al sistema de Caja de Conversión que funcionó en Argentina, si bien con interrupciones, hasta la crisis del treinta.

das que el total demandado. En otras palabras, para que el sistema funcionara, el Banco Central debía respaldar con sus reservas igual cantidad de moneda nacional que el total de los dólares que fueran demandados por el mercado, en un sistema de libre intercambiabilidad.

Más allá de que esta igualación era materialmente imposible, dadas las limitaciones de la moneda nacional en relación con el fuerte valor del dólar, lo que llevó al Gobierno a utilizar diversos mecanismos para garantizarse el ingreso de las divisas necesarias para mantener el Plan,¹⁷ resulta importante destacar los múltiples efectos socioeconómicos promovidos por el nuevo esquema de Caja de Conversión (*currency board*). En efecto, a partir de la puesta en marcha del Régimen de Convertibilidad se produjo una rápida estabilización de la situación macroeconómica. Ello se debió, por un lado, a que la aplicación de un sistema de paridad legalizado (recordemos que el 1 a 1 se aprobó mediante una ley en el Congreso) generó un principio de estabilidad política de las variables económicas, limitando la incertidumbre del mercado; por otro, a que incentivó un impresionante *boom* de consumo e inversión.

Para entender esta cuestión debemos señalar que al tiempo que se establecía lo que se conocería como el “1 a 1” el Gobierno dispuso una fuerte rebaja de los encajes bancarios por parte del Banco Central para incentivar la reducción de las tasas de interés y el incremento del crédito (*Clarín*, 28 de marzo de 1991; *La Nación*, 1 de abril de 1991). Al mismo tiempo, estableció un acuerdo para bajar el precio de los electrodomésticos entre un 13,5% y un 35% por un año, a cambio de una reducción de la carga impositiva del 15% sobre los precios de venta al público y entre un 14 y un 15% a los fabricantes. Además, acordó una reducción de 25,5% en la fabricación de neumáticos y de un 30% en los precios de los automotores (*Clarín*, 9 de abril de 1991; *Página 12*, 10 de abril de 1991). Fi-

nalmente, dispuso una apertura de la economía que estableció tres niveles arancelarios. Debido a esto, la tasa de interés, que oscilaba entre un 10 y un 40% en marzo, se reducirá a sólo 0,8 y 4% en los primeros días de vigencia del Plan (*Clarín*, 3 de abril de 1991).

Estas medidas, a las que debemos sumar el abaratamiento del dólar generado por la evidente sobrevaluación del tipo de cambio local, resultarían cruciales, ya que no sólo mejorarían las expectativas de inversión de los agentes económicos, impactando en una reducción inmediata de los índices inflacionarios, sino que, más importante aún a los fines de este trabajo, generarán un “festival” de consumo y de inversión que se extenderá, especialmente durante el período 1991-1994, a amplios sectores sociales. A continuación, nos centraremos en el análisis de la importancia que adquieren de estas prácticas de consumo desde la perspectiva de Laclau.

LAS PRÁCTICAS DISCURSIVAS DEL 1 A 1

*Nuestra presencia de cuerpo animal es el primer lugar
donde meter inscripciones [...].*

*El cuerpo está hecho para ser marcado, desde el primer
gesto de amor que, sobre él, se esboza.*

Jacques Lacan, *Escritos I*

Como señalamos anteriormente, para el teórico argentino Ernesto Laclau el discurso como tal no es una mera construcción conceptual, sino que además se sedimenta en prácticas y rituales.¹⁸ Esta cuestión, aunque nunca desarrollada del todo por el autor,¹⁹ tiene importantes implicancias a los efectos de este trabajo. Ello se debe a que los beneficios que traerá aparejados la vigencia del Plan de Convertibilidad a partir del abaratamiento del dólar, no sólo satisfarán las demandas sociales de estabilidad sino que, además, posibilitarán, principalmente a los sectores medios y medios-bajos, el acceso a un conjunto de bienes de consumo (desde

17 Para equilibrar las reservas en poder del Banco Central utilizará dos mecanismos: la privatización y concesión de las empresas públicas, que a partir de ese año se potenciarán hasta abarcar incluso el petróleo y el correo; y, a partir de fines de 1993, una vez terminadas prácticamente todas las privatizaciones, el endeudamiento externo con los organismos multilaterales de crédito.

18 Esta cuestión tiene antecedentes en la obra de Gramsci y Althusser. Sin embargo, como hemos señalado, ambos pensadores –y aquí podemos incluir también al enfoque marxista heterodoxo de Bajtín/ Voloshinov– no han logrado sobreponerse a su esencialismo de creer en la articulación *a priori* de los sujetos sociales a partir de la economía y la presencia dominante de la clase obrera.

19 Sus contradicciones teóricas pueden encontrarse en el análisis de Gerardo Aboy Carlés (2001).

televisores y equipos de música hasta aire acondicionado) y, a sectores medios y medios-altos, el acceso al crédito barato para adquirir casas y automóviles importados, además de la posibilidad de realizar viajes de turismo, trabajo o estudio a Europa y a Estados Unidos y acceder a tecnología de alta calidad, indumentaria y electrodomésticos que hasta ese momento les era, en muchos casos, imposible de adquirir.²⁰

Estas prácticas de consumo masivas derivadas de la sobrevaluación del tipo de cambio, cuya construcción, insistimos, sólo puede ser entendida inmersa dentro de un discurso que las constituye y les otorga un sentido,²¹ y de ahí la posibilidad de incluirlas en nuestro enfoque laclausiano, impactarán en la identidad menemista, permitiéndole al Presidente consolidar la “frontera de exclusión” (Laclau, 1996), esto es, la “frontera política” (Aboy Carlés, 2001) que había constituido en relación con los significantes pobreza, involución, postración, atraso y estancamiento vinculados al período alfonsinista. Como contraparte a este pasado de la “pura negatividad” (Laclau, 1996), se logrará estabilizar, al mismo tiempo, la “cadena de equivalencias”²² interna, ya que la paridad de la moneda local con el dólar permitirá constituir, dejando de lado cualquier distancia que pudiese haber en la fortaleza mundial de ambas monedas, una equivalencia 1 a 1 con los Estados Unidos.

Como elocuentemente lo expresará Menem, a partir de los datos favorables en el nivel de reservas monetarias en manos del Banco Central y la estabilización monetaria en un plano de igualdad “real” 1 a 1 entre el peso y el dólar estadounidense, ahora “tenemos una moneda que está a la par, y hasta quizás el peso valga un poco más que el dólar, la moneda más fuerte del mundo” (Página 12, 15 de junio de 1994). De ese modo, se vaciaba toda dimensión diferencial con este país, y junto con él, con los demás países “desarrollados”, consolidando, al mismo tiempo, la fortaleza de la moneda nacional.²³

Desde hoy, nos ponemos a la altura de los grandes países del mundo (En el momento de firmar el decreto de derogación del Austral y establecer la paridad 1 a 1 del peso con el dólar. *Página 12*, 17 de octubre de 1991).

Hemos conseguido la estabilidad y, a partir de la Convertibilidad, nuestro signo monetario tiene idéntico o mayor valor que cualquier otra moneda extranjera (29 de diciembre de 1993).

No hay un solo peso en la República Argentina que circule sin respaldo en oro y divisas que tenemos en el Banco Central [...]. Tenemos que acostumbrarnos a hablar también en nuestro signo monetario, que es uno de los signos más fuertes del mundo, actualmente. Por eso esta Argentina que renace. Por eso esta Argentina que se proyecta (22 de enero de 1993).

Pero a partir del éxito del Régimen de paridad cambiaria fija no sólo se consolidará la cadena equivalencial interna ya conformada, sino que el “significante unificador” (Laclau, 2005) Convertibilidad permitirá, al mismo tiempo, ampliar esa cadena. Para ello, debemos tener en cuenta que el Plan había sido acompañado de una fuerte rebaja de los encajes bancarios y del precio de los electrodomésticos. Estas medidas producirán un *boom* de inversión y consumo interno que permitirá, sólo durante el período marzo-diciembre de 1991, un crecimiento inédito de los insumos y de los bienes de capital del orden de los 473,64%, un aumento del 251,23% en la venta de artefactos para el hogar y del 149,31% en la venta de autos (*Síntesis informativa*, n° 322). En el período 1991-1994, el crecimiento en la venta de autos llegará al 304,6%, la venta de heladeras, aire acondicionado y lavarropas aumentará un 136,4%, y la de cocinas, calefones y termotanques en un 112,1% (Porta, 1995). Al mismo tiempo, se expandirá fuertemente el crédito hipotecario, incrementándose casi un 700% entre 1990 y 1994 (*Noticias*, 20 de

20 Estas cuestiones surgieron originalmente como resultado de una serie de entrevistas que realizamos en Capital Federal durante 2004 y que publicamos en 2008 en “Los cambios en la representación social de la Convertibilidad (1991-2001)” (Fair, 2008b).

21 Como bien señala e insiste Lacan (2008), “no hay ninguna realidad pre-discursiva. Cada realidad se funda y se define con un discurso”.

22 Este concepto, cuyo origen se encuentra en la noción de “cadena significante” de Lacan, hace mención al encadenamiento discursivo de diversos significantes alrededor del significante primordial o “significante vacío”, en este caso, el Régimen de Convertibilidad. Este tema se encuentra explicado en detalle en Laclau (1996).

23 Salvo expresa aclaración, los discursos citados a partir de aquí corresponden a alocuciones oficiales enunciadas por el presidente Carlos Menem durante su primer período de gobierno y registradas en el Cuaderno Oficial de los discursos presidenciales.

24 Resulta elocuente notar la abundante cantidad de ofertas publicadas en los diarios *Clarín*, *La Nación* y *Página 12* a partir de la puesta en vigencia del Plan de Convertibilidad, para viajar hacia todas partes de Europa, Estados Unidos (principalmente Miami), Punta del Este, Brasil, Cuba e incluso la ex Unión Soviética.

25 Para los sectores más pudientes, este “consumismo tecnológico” se expresará en la explosión de Internet, las agendas electrónicas, las computadoras portátiles y los teléfonos celulares; estos últimos llegaron a multiplicarse por 15 entre 1991 y 1994, alcanzando los 145.000 celulares vendidos (*Página 12*, “Cash”, 23 de enero de 1994 y *Noticias*, 20 de marzo de 1994).

26 En la misma línea, un afiche con la firma de Carlos Menem expresaba: “En estos 5 años el consumo interno aumentó más de un 30%. La estabilidad permitió que el poder adquisitivo del salario creciera un 25% y reapareciera el crédito para el consumo popular, beneficiando, así, a todos los argentinos” (*Clarín*, 8 de julio de 1994).

27 Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), los hogares pobres en el Gran Buenos Aires se reducirán de un 38,2% en octubre de 1989 a un 21,9% en mayo de 1991, alcanzando niveles del 16,3% en mayo de 1995. Al mismo tiempo, los índices de indigencia caerán, durante el mismo período, de 11,6% a 3,6%, recuperándose a 4,3% durante mayo de 1995. En cuanto a las personas pobres, los índices oficiales señalan una reducción del 47,3% al 28,9% y al 22,2%, respectivamente, al tiempo que las personas en situación de indigencia lo harán del 16,5% al 5,1%, expandiéndose levemente a 5,7%.

marzo de 1994), el mercado informático (impresoras, computadoras, etcétera), que crecerá un 200% entre 1990 y 1994 (*Clarín*, 3 de enero de 1995) y el turismo, principalmente al exterior.²⁴

En ese contexto, la “cadena equivalencial interna” del menemismo, es decir, la frontera interna de su identidad discursiva, se ampliará para incluir una serie de nuevos significantes constituidos por el ingreso masivo de inversiones extranjeras, el acceso al crédito barato y en cuotas para adquirir electrodomésticos, autos y viviendas, la posibilidad de viajar al exterior para hacer turismo y la incorporación a precios módicos de los adelantos tecnológicos de los países desarrollados.²⁵ En las nuevas circunstancias, y como recordará Menem:

Para aquellos que tienen falsa memoria, para aquellos que, como decimos en la calle, se “hacen los osos”, les quiero recordar que en 1988-89 un trabajador que quería comprar un televisor necesitaba 8 sueldos y pagarlo al contado. Ahora, un trabajador que quiere comprar un televisor necesita un solo sueldo y lo puede pagar en 12, 18 ó 24 cuotas. Hemos recuperado el crédito a partir de la confianza en la República Argentina (29 de septiembre de 1993).

Volvió el crédito a la República Argentina. Yo siempre pongo como ejemplo el caso de que antes un trabajador necesitaba ocho sueldos, es decir, ocho meses de sueldo para comprar un televisor. Ahora lo puede comprar con un solo sueldo y en cuotas de hasta 18 meses. En 1989 las fábricas de automóviles no superaban las 90.000 unidades por año; actualmente, estamos superando las 300.000 por año (25 de octubre de 1993).²⁶

Del mismo modo, al referirse a la paridad cambiaría establecida con la Convertibilidad, en una entrevista dada al diario *Clarín* el ministro Cavallo recordará:

La gente ha podido comprar muchos más automóviles que los que compraba antes, muchísimas más familias

han podido comprar un televisor extra, han podido viajar a distintos lugares de la Argentina o al exterior (*Clarín*, 15 de enero de 1995).

El fuerte incremento del consumo interno, que alcanzará índices inéditos del orden del 25,1% en 1991, 30,9% en 1992, 13,7% en 1993 y 18,2% en 1994 (*Síntesis Informativa*, n° 323), y de las inversiones en maquinaria y equipo, que se expandirán a niveles exorbitantes para nuestro país por el auge del crédito y la liberalización comercial (Grandes, 1999), permitirán, además, un fuerte e inédito crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI). Así, el PBI, que había caído un 6,2% en 1989 y crecido sólo un 0,1% en 1990, se incrementará un 8,9% en 1991, un 8,7% en 1992, un 6% en 1993 y un 7,1% en 1994 (*La Nación*, 15 de mayo de 1995). En ese contexto, que elevará fuertemente la productividad y la demanda laboral (*Síntesis Informativa*, n° 323), al tiempo que disminuirá relativamente los índices de pobreza,²⁷ el presidente podrá afirmar:

En sólo cuatro años y medio de Gobierno hemos conseguido esta transformación que, por ejemplo, ha llevado a la República Argentina a colocarse entre los cuatro países que más crecieron en estos últimos tres años en lo que hace a su Producto Bruto Interno. Ha subido la producción, reitero, ha crecido en forma significativa el consumo, han disminuido los índices de pobreza y se acrecienta la demanda laboral (24 de noviembre de 1993).

Del mismo modo, Cavallo se referirá también a los efectos del incremento del consumo y del crecimiento económico sobre el nivel de vida a partir del éxito del Plan de Convertibilidad:

Mejoró el nivel de vida de los argentinos a partir del aumento del nivel de ingresos y de consumo promedio. Si uno compara el consumo de la Argentina respecto del período 89-90, van a ver que todos los indicadores dan un aumento

del consumo de un 30% y esto tiene que ver con un crecimiento que ha tenido la economía en los últimos años en el orden del 26% del PBN (*Página 12*, 21 de enero de 1994).

Estas transformaciones económicas “tangibles”, que habían permitido un crecimiento inédito del PBI, la inversión y el consumo, le permitirán a Menem afirmar con júbilo:

Les quiero expresar la inmensa alegría que siento en estos momentos al compartir [...] un cambio en la República Argentina. Un cambio en su historia, un cambio en lo que hace a la cuestión económica. Un cambio en lo que respecta a la Argentina decadente, frustrada, descontrolada entre todos los sectores de la comunidad. Una Argentina que cambia y se reinserta con posibilidades de convertirse en un gran país, rector en algunos aspectos a nivel internacional (31 de julio de 1991).

Estamos abriendo y destrabando la economía, mediante una decisión política que también constituye un camino de integración y de inserción internacional [...]. [Esto implica] acelerar nuestro proyecto de incorporación a los cambios mundiales (7 de junio de 1991).

Además, le permitirán a Menem ampliar la cadena equivalencial interna a partir de la incorporación de los significantes “progreso”,²⁸ “modernización” y “crecimiento”, expresión de que la Argentina recuperaba su espacio de “afinidad natural” con las grandes potencias mundiales:

Una serie de dificultades externas e internas nos alejaron del camino del progreso económico, separándonos de los países con los que compartíamos afinidades naturales. Hoy, con alegría, puedo asegurar que hemos reencauzado nuestro país en la senda de la democracia política, el crecimiento económico y una ubicación internacional al lado de nuestros amigos (23 de noviembre de 1993).

En ese contexto, que lo acercaba a los cánones de consumo del “Primer Mundo”,²⁹ el Presidente afirmará en una entrevista, frente a la pregunta sobre qué creía que iban a decir los libros en un futuro sobre su legado político: “Van a decir que fui un Presidente que modernizó a la Argentina en el peor momento de su historia y la puso en el lugar que le corresponde. ¿Qué más pueden decir?” (*Clarín*, 24 de enero de 1993).

LA DOBLE OBJETIVACIÓN DE LOS HÁBITUS DE CONSUMO

La costumbre y el olvido son los signos de la integración en el organismo de una relación psíquica: toda una situación, por habersele vuelto al sujeto a la vez desconocida y tan esencial como su cuerpo, se manifiesta normalmente en efectos homogéneos al sentimiento que él tiene de su cuerpo.
Jacques Lacan, *Escritos I*

¿Qué hay de claro aquí? ¿Qué es lo que parece claro? Ante todo, lo que se puede ver y tocar.
Friedrich Nietzsche, *Más allá del bien y del mal*

Los *hábitus* han sido definidos por el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1991) como “principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente reguladas y regulares sin ser el producto de la obediencia a reglas”. A su entender, la importancia que adquieren estos principios radica en que “tienden a engendrar todas las conductas ‘razonables’ o de ‘sentido común’ [...] porque están objetivamente ajustadas a la lógica característica de un determinado campo del que anticipan el porvenir objetivo”.

Si seguimos a este autor, dejando de lado su rasgo caracterizado por cierta reminiscencia objetivista

28 La idea del progreso era, durante el siglo XVIII, una idea básicamente humanitaria y moral. En este sentido, el concepto se relacionaba con los avances ligados a la Ilustración, como el auto-dominio del hombre por medio de la razón y la educación. Con la creciente “economificación” general de la vida, el progreso pasó a identificarse con el progreso económico o técnico, quedando en un lugar secundario la idea humanitaria y moral (Schmitt, 1987 [1932]). En este sentido, como señalan Laclau y Mouffe (1987), “los discursos dominantes en la sociedad de consumo presentan a ésta como progreso social y avanzada de la democracia, en la medida en que permite acceder a bienes cada vez más numerosos a la vasta mayoría de la población”. Es precisamente en este último sentido, acentuado en las últimas décadas, en el que se inscribe la idea de progreso a la que nos referimos aquí.

29 En efecto, como lo resumirá el Canciller Guido Di Tella, “no somos el Primer Mundo en cuanto a ingresos per cápita, pero hemos adoptado sus cánones y conductas” (*La Nación*, 28 de agosto de 1991).

atribuible a sus influencias durkheimianas, podemos decir que los beneficios discursivos que promoverá la paridad cambiaria (acceso al crédito masivo, viajes al exterior, tecnología importada a bajo precio) se constituirán en los *hábitus* de consumo que transformarán al Plan de Convertibilidad en una realidad incontrastable de sentido común.³⁰ Este principio de sentido común que constituía la representación de una relación de igualdad “real” con la principal potencia del mundo alcanzará una objetivación práctica, debido a que terminará efectivamente con el flagelo de la hiperinflación, que licuaba los salarios de los trabajadores, pero también porque el 1 a 1 permitirá acceder a mejoras económicas que eran tangibles en la práctica cotidiana y concreta de amplios sectores sociales.³¹

Sabemos que la constitución de significantes va-cíos nunca es una simple construcción verbal. Por el contrario, los significantes deben materializarse de algún modo en la cotidianidad práctica del sujeto. Vimos anteriormente de qué modo se materializarán estos significantes en las prácticas de consumo masivas. Ahora bien, Laclau (2005) señala que estas prácticas materiales pueden, en algunos casos, adquirir “fijeza institucional”. En este sentido, vale la pena recordar que el 1 a 1 no sólo se objetivaba “en los cuerpos”, con los *hábitus* de consumo, sino que tenía, a su vez, un “anclaje” que se objetivaba “en las instituciones” (Bourdieu, 1991). En efecto, la paridad cambiaria estaba garantizada mediante un marco legal.³² Si tenemos en cuenta la “repetibilidad” instituyente y condicionante que caracteriza a toda ley (Derrida, 1997), podemos decir que la misma logrará ocultar sus “huellas” contingentes e históricas, para materializarse como una realidad objetivada cuyo soporte institucional actuará como su garantía efectiva (Zizek, 1992; 2001). En esas circunstancias, esta doble objetivación, corporal e institucional, transformará al régimen de Convertibilidad en una realidad

incontrastable de sentido común que potenciará su significación.

LA FUNCIÓN HEGEMONIZANTE DE LA METÁFORA UNARIA

Ahora bien, creemos que existe un último elemento que también contribuirá a la “sedimentación” (Laclau, 1993, 2005) y, por tanto, a la objetivación del significante Amo: la metáfora equivalencial 1=1. En efecto, como ha destacado en sus últimos trabajos Laclau (2005, 2006, 2008), la metáfora, lejos de ser una forma más de representar simbólicamente la realidad social, constituye un elemento central en toda construcción de hegemonías, ya que permite, mediante la combinación o “condensación”, en los términos de Freud (1979), la configuración de una “gramática de la objetividad” (Laclau, 2008). Pero ¿de qué modo es posible construir esta objetividad a partir del simple uso de la metáfora? Para intentar responder este punto debemos tener en cuenta la crucial reformulación del pensamiento freudiano llevada a cabo por el psicoanálisis lacaniano a partir de sus últimos seminarios.

En efecto, si Freud había descubierto a partir de su análisis interpretativo que los sueños expresan deseos inconscientes que se revelan mediante condensaciones y sustituciones, el estructuralismo de Lacan tomará las nociones de metáfora y metonimia, definidas originariamente por Ferdinand de Saussure (1961) como los ejes “paradigmático” y “sintagmático” del lenguaje, y redefinidas por Roman Jakobson (1985) como metáfora y metonimia, para señalar que las mismas comparten similar lógica que la planteada por Freud a partir de su interpretación de los sueños. En otras palabras, Lacan afirmará que la lógica del significante se expresa en el discurso mediante el uso de metáforas o condensaciones arbitrarias de los términos, y mediante metonimias o sustituciones de la parte por el todo que adquieren un sentido significativo. En dicho marco, tomará la noción de polisemia de la enunciación y de primacía del significante de la

30 La importancia de la creación de un “sentido común” que actúe como “cemento” de la sociedad tiene como antecedente a Antonio Gramsci (1977).

31 Entendemos, con Bourdieu (1984, 1999), que “la primera experiencia del mundo social es la de la doxa; adhesión a las relaciones de orden que, porque fundan de manera inseparable el mundo real y el mundo pensado, son aceptadas como evidentes”. Algunas de las cuestiones que trabajamos en este apartado las hemos recuperado de Fair (2009b).

32 Recuérdese que la Ley de Convertibilidad se aprobó en el Congreso por la vía legal y sólo una nueva ley sancionada por el Parlamento podía abolirla.

semiología de Mijaíl Bajtín y del estructuralismo de Saussure, para dar cuenta de la estructuración de las lógicas de la metáfora y la metonimia dentro de un lenguaje que las determina y les otorga un sentido coherente y revelador.³³ (Lacan, 1971-1972; 2008).

A partir de estos aportes cruciales desarrollados por el psicoanálisis lacaniano el sujeto sufre dos nuevas escisiones. En primer lugar, profundiza la idea original de Freud de trabajos como *El chiste y su relación con el inconsciente*, *Psicopatología de la vida cotidiana* y *El sueño como realización de deseos*, acerca del lenguaje como revelador de los deseos inconscientes de aquel sujeto que se pretende plenamente constituido y transparente. En segundo término, y más importante aún, permite dar cuenta de la construcción imaginaria del discurso como formador del inconsciente por la vía de lo simbólico. Es decir, no se limita a las clásicas contribuciones de Freud sobre la presencia del deseo inconsciente que se manifiesta mediante chistes, actos fallidos, lapsus verbales y sueños, sino que agrega que dentro de la construcción discursiva del lenguaje se encuentran presentes formaciones imaginarias que remiten indefectiblemente a deseos inconscientes del sujeto estructurados de manera coherente y significativa (“el inconsciente estructurado como un lenguaje”). Estas fantasías del inconsciente, que Lacan (1987, 2008) denomina “fantasmas”, se estructuran, entonces, mediante un discurso imaginario que les otorga un sentido coherente y pasible de ser interpretado mediante el análisis.

Ahora bien, lo que señala Lacan en su última etapa³⁴ es que estas metáforas que utiliza el sujeto cumplen una función significativa crucial, ya que permiten nombrar de forma inconsciente el Uno todo, esto es, el “rasgo unario” (Lacan, 1987) o, en los términos de Laclau (1996), el “orden comunitario como ausencia”. Es decir, que a partir de la utilización de metáforas se logra acceder por la vía de lo simbólico a la unidad imaginaria con la Cosa perdida. De este modo, recu-

perando la noción de nudo Borromeo que plantea Lacan (2008) entre lo Real, lo Simbólico y lo Imaginario (RSI), podemos decir que mediante la simbolización de metáforas se accede a una lógica de unidad imaginaria que “forcluye” lo Real del sujeto en una plenitud total y transparente.

Si analizamos ahora el caso del significante Convertibilidad y la utilización de la metáfora “1 a 1” que lo simbolizaba corrientemente³⁵ podemos notar que ésta representaba metafóricamente una igualdad total que unificaba fantasmáticamente a la comunidad. Ello se debe a que, como sabemos, en matemáticas 1 a 1 implica necesariamente una equivalencia. De este modo, como ya lo había notado Lacan (1971-1972) en su pertinaz crítica a la corriente cientificista de matriz positivista, el componente de falta, el elemento de ausencia constitutiva que permite hacer presente al sujeto a través del significante, se encuentra forcluido (evaporado). En su lugar predominará un puro Real que forcluirá al sujeto a partir de la ecuación unaria $1=1$, esto es, una igualdad transparente entre la moneda nacional y el dólar estadounidense, y su correlato, la fortaleza en un plano de igualdad absoluta de la Argentina y los Estados Unidos, que no permitirá hacer presente el componente de lo Real, reprimido del discurso.

En términos laclausianos, la metáfora equivalencial 1 a 1 hará prevalecer lo puro social “sedimentado” por sobre la posibilidad de su “reactivación” política (Laclau, 1993, 2005). En efecto, al constituirse la metáfora unaria en un plano de igualdad que no admite contradicciones, esto es, al conformarse el 1 a 1 en un plano de igualdad completa que carece del antagonismo constitutivo, de la necesaria división amigo-enemigo que permite hacer presente la reactivación que es propia de lo político –tal como había sido definido por Carl Schmitt (1987 [1932])–, predominará entonces una sedimentación de lo puro social apolítico. En este sentido, debemos tener en cuenta que, como señala

33 En ese contexto, cabe destacar que Lacan se alejará de la noción saussuriana del significante como plenamente “arbitrario”, para destacar que el mismo contiene cierta necesidad. Como señala Tzvetan Todorov (1982), más que arbitrario, el significante es inmotivado.

34 En efecto, existen en la obra de Lacan al menos dos grandes etapas: la estructuralista, signada por la primacía de lo simbólico, y la que podemos denominar postestructuralista, signada por el rompimiento definitivo con la concepción freudiana inicial a partir de la noción de lo Real. Como señala Daniel Gutiérrez Vera (2004), especialmente a partir del Seminario XVII sobre los “Cuatro discursos” y hasta el Seminario XX, aunque también en otros trabajos complementarios como “Radiofonía y televisión” y el llamado “Discurso en Roma”, su concepción crítica se desplazará desde el análisis de la primacía de lo simbólico como formador del lazo social a la existencia de lo Real del síntoma que impide a todo sujeto constituirse como tal de manera definitiva.

35 Durante la década del noventa se solía hablar de “el 1 a 1” como equivalente de la Convertibilidad y también de la igualación absoluta entre el peso y el dólar.

Laclau –aunque ya lo había notado también Derrida a partir de los aportes heideggerianos–, toda objetividad sólo es posible limitando la opción de su contingencia y arbitrariedad constitutivas. En otras palabras, lo puro social que denominamos la realidad social sólo es posible obstruyendo la posibilidad latente de que el antagonismo reactive lo sedimentado. En los términos lacanianos, la realidad sólo es posible forcluyendo el componente de lo Real por la vía de lo simbólico.

En este caso, la metáfora 1 a 1 tendrá una fuerza propia que le permitirá nombrar la falta constitutiva, el elemento de unidad imaginaria entre la moneda de Argentina y la moneda de Estados Unidos, en la coherencia lógica de su enunciado. De esta manera, sin la presencia real del antagonismo, se conformará imaginariamente una objetividad que unificará a nuestro país con la mayor superpotencia mundial y, por añadidura, con el resto de los países desarrollados en un plano de absoluta igualdad. En términos de Lacan (2008), a partir de las prácticas discursivas de consumo y la presencia de la metáfora unaria 1 a 1, el significante Convertibilidad permitirá acceder al “goce del cuerpo”, al “goce puro del ser”, situándose en el “rasgo unario”. Es precisamente a partir de esta función crucial que tendrá la metáfora del 1 a 1, de sustituirse en un plano de necesidad, borrando la presencia de su contingencia, que la misma logrará constituir una gramática de la objetividad.

Según nos recuerda Bourdieu (1984), “el reconocimiento de la legitimidad más absoluta no es sino la aprehensión como natural del mundo ordinario que resulta de la coincidencia casi perfecta de las estructuras objetivas con las incorporadas”. Dejando a un lado la noción objetivante de la posición en la estructura que aún continúa teniendo en última instancia el enfoque bourdeano, podemos decir que en este caso será la conjunción entre la fijeza institucional del marco legal y los *hábitus* de consumo incorporados en los cuerpos los que, sumados a la eficacia de la metáfora

unaria 1 a 1, objetiven o sedimenten (parcialmente) el orden social. La consecuencia de ello será la naturalización, y por lo tanto la legitimación, del discurso menemista de la modernización e inserción de la Argentina al mundo, lo que se vio potenciado, a su vez, por el ingreso masivo de inversiones extranjeras.

A MODO DE CONCLUSIÓN

En el transcurso de este trabajo se buscó indagar acerca de lo que definimos como las prácticas discursivas de consumo del menemismo, partiendo de diferenciarnos de los estudios que analizaron el tema desde enfoques de tipo socio-antropológico y sociocultural, y colocando el eje en la construcción que desde el discurso presidencial se efectuó para legitimar estas prácticas discursivas. Según se desprende del análisis realizado, estas prácticas resultaron cruciales para legitimar el discurso presidencial, al permitirle a vastos sectores sociales que hasta entonces se hallaban muchas veces limitados o excluidos el acceso masivo a bienes de consumo, como la posibilidad de contar con crédito barato para adquirir viviendas, electrodomésticos y automóviles, viajar al exterior para hacer turismo y adquirir tecnología importada de los países más desarrollados a precios módicos.

En ese contexto, sólo posible a partir de la instauración y el fuerte éxito del Plan de Convertibilidad, el discurso presidencial lograría consolidar la frontera política constituida en una relación de exclusión a los significantes pobreza, involución, postración, atraso y estancamiento, todos elementos vinculados al período alfonsinista y, al mismo tiempo, ampliar y fortalecer la cadena equivalencial interna a partir de la incorporación de los significantes progreso, modernización y crecimiento. Asimismo, se observó que estas prácticas de consumo masivas podían ser entendidas como lo que Bourdieu denomina *hábitus* de consumo, y se constató la función clave ejercida por su instauración,

que no sólo legitimó al discurso presidencial sino que incentivó, además, la creación de una lógica de sentido común que potenció su fuerza. Ello se debe a que, como se desarrolló, los *hábitus* se materializaban, y por lo tanto, objetivaban, en los cuerpos, con el acceso “real” y “tangible” de sus prácticas, pero también se materializaban y objetivaban en las instituciones, ya que su permanencia estaba garantizada por un ley cotidianamente objetivada en su repetibilidad.

Finalmente, se señaló la función hegemónica ejercida por la sedimentación de la metáfora equivalencial 1=1. Esta metáfora unaria se presentó como un equivalente absoluto que carecía de la alteridad constitutiva. De este modo, coadyuvó a forcluir la presencia del sujeto político antagonico en un puro real objetivo que permitía acceder imaginariamente al rasgo perdido de la Cosa. Si tenemos en cuenta, además, la relevancia fundamental adquirida por las prácticas de consumo masivas durante la década de los noventa, período de auge mundial de la filosofía utilitarista neoliberal, podemos concluir que, especialmente a partir del éxito del 1 a 1, las prácticas discursivas de consumo resultaron uno de los elementos cruciales para entender el éxito social del menemismo, al fomentar una objetivación de sentido común que, materializada de forma “real” en el cuerpo, contribuyó a la sedimentación y hegemonización social de su discurso de reforma estructural iniciado en 1989.

BIBLIOGRAFÍA

ABOY CARLÉS, Gerardo, *Las dos fronteras de la democracia argentina*, Homo Sapiens, Rosario, 2001.

ANDERSON, Perry, “Neoliberalismo: balance provisorio”, en Sader, Emir y Gentilli, Pablo (comps.), *La trama del neoliberalismo*, Oficina de publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires, 1997.

AUSTIN, John, *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona, 1998.

BOURDIEU, Pierre, *La distinción*, Taurus, Madrid, 1999.

_____, *El sentido práctico*, Taurus, Madrid, 1991.

_____, *Sociología y cultura*, Grijalbo, México, 1984.

CANITROT, Adolfo, “La macroeconomía de la inestabilidad. Argentina en los ‘80”, en *Boletín informativo Techint*, nº 272, Buenos Aires, 1992.

DE SAUSSURE, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Losada, Buenos Aires, 1961.

DELEUZE, Gilles, “Postdata sobre las sociedades de control”, en Ferrer, Christian (comp.), *El lenguaje literario*, Nordan, Montevideo, 1991.

DERRIDA, Jacques, *Fuerza de ley. El fundamento místico de la autoridad*, Tecnos, Madrid, 1997.

Discursos oficiales del presidente de la Nación doctor Carlos Saúl Menem, Dirección General de Difusión, Secretaría de Medios de Comunicación, Presidencia de la Nación, República Argentina (varios tomos).

DOTTI, Jorge, Entrevista en *El río sin orillas. Revista de Filosofía, cultura y política*, nº 1, Buenos Aires, octubre de 2007.

EZCURRA, Ana María, *¿Qué es el neoliberalismo?*, Ideas, Buenos Aires, 1998.

FABBRI, Paolo, *El giro semiótico*, Gedisa, Barcelona, 2000.

FAIR, Hernán, “El Estado y los trabajadores durante el primer gobierno de Menem en Argentina (1989-1995)”, en *Estudios Sociológicos*, Vol. 27, nº 80, El Colegio de México, mayo-agosto de 2009a.

_____, “Una revisión crítica de los estudios sobre el menemismo”, en *Estudios digital*, nº 21, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, marzo de 2009b.

_____, “El rol del Plan de Convertibilidad en la articulación de los grandes grupos empresariales. Un estudio de caso del primer gobierno de Menem”, en *Documentos y aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, nº 10, Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, noviembre de 2008a.

- _____, "Los cambios en la representación social de la Convertibilidad", en *Querencia. Revista de investigación psicoanalítica*, nº 11, Facultad de Psicología, Universidad de la República Oriental del Uruguay, noviembre de 2008b.
- FEIJOO, María del Carmen, "Los gasoleros como estrategia de consumo de los NUPO", en AA.VV., *Cuesta abajo*, Losada-UNICEF, Buenos Aires, 1993.
- FREUD, Sigmund, "El trabajo del sueño", en *La interpretación de los sueños*, Tomo IV, Capítulo VI, Amorrortu, Buenos Aires, 1979.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, "Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular", en *Nueva Sociedad*, nº 71, Fundación Friedrich Ebert, marzo-abril de 1984.
- GÓMEZ, Mariana, "La década de los noventa en Argentina. Ideología y subjetividad en la sociedad menemista", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Año 9, nº 61, Tenerife, 2006.
- GRANDES, Martín, "Inversión en maquinaria y equipos: un modelo econométrico para la experiencia Argentina 1991-1998", Secretaría de Programación Económica, Ministerio de Obras y Servicios Públicos, Buenos Aires, 1999.
- GUTIÉRREZ VERA, Daniel, "La textura de lo social", en *Revista Mexicana de Sociología*, Año 66, nº 2, abril-junio de 2004.
- HADIDA, María Eva y PÉREZ, Soledad, "Las campañas electorales de la década del '80. Alfonsín y Menem", en *Argentina Reciente*, Año 1, nº 1, Buenos Aires, 1999.
- ISLA, Alejandro; LACARRIEU, Mónica y SELBY, Henry, *Parando la olla*, Norma-FLACSO, Buenos Aires, 1997.
- JAKOBSON, Roman, *Ensayos de Lingüística General*, Planeta, Barcelona, 1985.
- KAROL, Jorge, "La clase media a través de la hiperinflación", en AA.VV., *Cuesta abajo*, Losada-UNICEF, Buenos Aires, 1993.
- LACAN, Jacques, *Seminario XX: Aun*, Paidós, Buenos Aires, 2008.
- _____, *Seminario XVII: El reverso del psicoanálisis*, Paidós, Buenos Aires, 2006.
- _____, *Seminario 11: Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*, Texto establecido por Jacques Alain Miller, Paidós, Buenos Aires, 1987.
- _____, *Seminario XIX: Ou pire*, edición íntegra (inédito), 1971-1972.
- LACLAU, Ernesto, *Debates y combates. Por un nuevo horizonte de la política*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008.
- _____, *Misticismo, retórica y política*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2006.
- _____, *La razón populista*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2005.
- _____, *Emancipación y diferencia*, Ariel, Buenos Aires, 1996.
- _____, *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1993.
- _____ y MOUFFE, Chantal, *Hegemonía y estrategia socialista*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1987.
- LOZANO, Claudio y FELETTI, Roberto, "La economía del menemismo. Cambio estructural, crisis recurrentes y destino incierto", en AA.VV. *El Menemato*, Letra Buena, Buenos Aires, 1991.
- MANGONE, Carlos y WARLEY, Jorge, "El discurso político", en Mangone, Carlos y Warley, Jorge (eds.), *El discurso político. Del foro a la televisión*, Biblos, Buenos Aires, 1994.
- MARTUCELLI, Danilo y SVAMPA, Maristella, *La Plaza vacía*, Losada, Buenos Aires, 1997.
- MENEM, Carlos y DUHALDE, Eduardo, *Libro azul y blanco*, Línea Argentina, Buenos Aires, 1989.
- MUÑOZ, María Antonia y RETAMOZO, Martín, "Hegemonía y discurso en la Argentina contemporánea. Efectos políticos de los usos de 'pueblo' en la retórica de Néstor Kirchner", en *Perfiles latinoamericanos*, nº 31, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México, 2008.

OLSON, Mancar, *La lógica de la acción colectiva*, Linusa, México, 1992.

PALERMO, Vicente y NOVARO, Marcos, *Política y poder en el gobierno de Menem*, Norma-FLACSO, Buenos Aires, 1996.

PORTA, Fernando, "Argentina: cuatro años con tipo de cambio fijo. ¿Ajuste estructural o ajuste recesivo?", en *Revista de Ciencias Sociales*, n° 3, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 1995.

Revista *Síntesis informativa, económica y financiera*, n° 322 y 323, Banco Provincia, Buenos Aires, 1995.

RIVERA, Silvia, "La influencia del giro lingüístico en la problemática de las ciencias sociales", en Díaz, Esther (ed.), *La ciencia y el imaginario social*, Biblos, Buenos Aires, 1998.

SCHMITT, Carl, *El concepto de lo político*, Alianza, Madrid, 1987 (1932).

SVAMPA, Maristella, *La sociedad excluyente*, Taurus, Buenos Aires, 2005.

TODOROV, Tzvetan, "Sinécdoques", en AA.VV. *Investigaciones retóricas II*, Ediciones Buenos Aires, Barcelona, 1982.

VATTIMO, Gianni, "Posmoderno, ¿una sociedad transparente?", en Ardití, Benjamín, *El reverso de la diferencia*, Nueva Sociedad, Caracas, 2000.

WITTGENSTEIN, Ludwig, *Investigaciones filosóficas*, Crítica, Barcelona, 1988.

WORTMAN, Ana, "Aproximaciones conceptuales y empíricas para abordar identidades sociales juveniles y consumos culturales en la sociedad argentina del ajuste", *Documento de trabajo n° 24*, II.GG., Buenos Aires, agosto de 2001.

ZIZEK, Slavoj, *El espinoso sujeto*, Paidós, Buenos Aires, 2001.

_____, *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1992.

EPC

Ediciones de Periodismo y Comunicación



Medios de comunicación en la Argentina. Diagnóstico y prospectiva. Tomo I y II **Alejandro Verano (editor)**

¿Los medios son garantes de la transparencia frente a la opacidad de la política? ¿Es la noticia una mercancía? ¿La opinión pública es un espacio sagrado? Este libro propone volver a discutir sobre los medios y replantea para esto algunos ejes fundamentales. En primer lugar, se debate acerca de la reedición de la idea según la cual el periodismo presenta la verdad “tal cual es”, argumento que parecía no volver a tener valor frente a las reiteradas denuncias sobre el carácter manipulador de las agendas. En segundo lugar, se cuestiona la concepción de la noticia como mercancía, discurso que ya no se oculta sino que, por el contrario, se proclama cuando se propone a los propios consumidores como reguladores del sistema de medios. Por último, se plantea la elaboración que efectúan los medios respecto a lo que denominan “la opinión pública”, algo que desde los espacios académicos se concibe como una construcción clasista realizada desde relaciones de poder asimétricas. En suma, el libro ofrece una cuidada compilación en la que distintos investigadores abordan, entre otros tópicos, las conflictivas relaciones entre Medios de Comunicación y Estado, Medios de Comunicación y Ciudadanía, Medios de Comunicación y Discriminación y Ley de Radiodifusión.

Perspectivas

Arte y técnica. Reflexiones acerca de la literatura y los nuevos medios en Argentina

Diego Vigna

Diego Vigna es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), becario de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y doctorando en Estudios Sociales de América Latina en el Centro de Estudios Avanzados (UNC).

Resumen

Los dos núcleos que aquí se presentan, literatura y nuevas tecnologías de publicación, forman una zona compleja donde confluye este trabajo. La palabra y su reproducción técnica obligan en el comienzo a iniciar este camino desde los términos en sí, repasando las nociones históricas sobre la técnica pero sin dejar de anclarlas en el presente, teniendo en cuenta que hoy se habla en todos los ámbitos de *tecnología*. Partiendo de tales nociones nos interrogamos sobre una cuestión específica: ¿cómo pensar la irrupción en clave literaria del formato *blog*? En una primera instancia, puede pensarse que los *blogs* mantenidos por escritores se constituyen como espacios donde a primera vista conviven un lenguaje *poético*, inherente al trabajo literario, y un lenguaje eminentemente *técnico*, inherente a la naturaleza del medio, que excede al formato en sí. Esta situación abre intersticios donde buscar señales hacia el trabajo de filósofos de la técnica. Proponemos aquí un acercamiento a la problemática sobre la reproducción técnica en relación a las prácticas literarias que se observan hoy en el trabajo de algunos escritores argentinos.

Palabras clave: arte – técnica moderna – hacer técnico – blogs de escritores

Keywords: art – modern technique – technical madeing – writers' Blogs.

Abstract

The main purpose of this paper is to make some reflections on the complex mixed area of literature and new publishing technologies. The journey starts discussing the words itselfs, reviewing the historical notions about technology from the present days, taking into account that today people speaks everywhere about *technologies*. Specificaly, we focus our thoughts on the appearance of literary uses in a blog format.

At a first glance, we might think that blogs are maintained by writers as spaces that often reflects a poetic language, inherent to literary works, and highly technical language, specific to this kind of media, which itself exceeds the format. This situation open cracks where we could look for outputs to philosophers of technology's thinking.

We propose an approach to the problem concerning reproduction art on literary practices seen today in the work of Argentine writers.

Recibido: el 10-5-2010 / Aceptado: 19-7-2010

La problemática que aborda este trabajo se centra en una investigación más amplia sobre las relaciones que pueden establecerse entre la literatura como sistema de producción y recepción de obras literarias y el formato de publicación web denominado *blog*, teniendo en cuenta que tales relaciones merecen una atención mayor a partir de la “explosión” que se observa en la actualidad. Esta situación anima a repensar la actividad literaria desde sus aspectos constitutivos, tanto en lo que respecta a las funciones de autor y lector –y sus modos de interacción– como en relación con la obra literaria misma, y por esa razón se propone pensar la irrupción del formato *blog* dentro del campo literario en clave sociohistórica, poniendo en discusión los aspectos sociales y los aspectos “técnicos” del fenómeno, complementados entre sí y recurrentes en los perfiles teóricos que analizan las nuevas tecnologías de la comunicación.

En este sentido, la pregunta sobre por qué abordar las relaciones entre las nuevas tecnologías de la comunicación y la literatura desde una perspectiva sociohistórica encuentra su fundamento en el hecho de que estas relaciones no pueden pensarse al margen de la inserción de los soportes web en todos los ámbitos de la vida social, como un hecho que ejerce una influencia dominante en relación con la cultura. Por esa razón, la pregunta anterior no hace más que resaltar la importancia de –por lo menos– discutir cualquier tendencia analítica que pretenda imponer una ruptura radical con lo anterior, esto es, que ignore toda etapa previa de la experiencia social, como también subestime las prácticas letradas anteriores y deje de lado los desarrollos teóricos precedentes sobre el vínculo, fundamental, entre el arte y la técnica. Aquí se intenta poner el acento.

A pesar de que el arte y la comunicación no están ligados esencialmente a algo “técnico”, tal como afirma Héctor Schmucler (2008), hoy el “clima de época” hace que sea casi imposible no referirse a la técnica

para abordar una problemática de esta naturaleza: casi todas las disciplinas artísticas –y todas las formas de comunicación– incorporan hoy a la técnica, no sólo cuando intervienen artefactos o dispositivos técnicos sino, fundamentalmente, cuando se constituye como un modo de concebir y hacer el mundo. Y ese clima de época, como parte constitutiva del *pensar* y el *hacer* técnico, incluye la cuestión del contacto. Las técnicas de vinculación con el otro, el estar-en-contacto permanente, cumplen un papel primordial en la sociedad actual, que excede a la *idea* de comunicación que impera entre mercados globales y flujos de información y alcanza a toda forma de difusión del arte. La reflexión, entonces, también pasa por encima a lo social, y exige repensar lo esencialmente humano, y viceversa: lo humano como constituyente de lo social. Dos cuestiones que no están escindidas: las condiciones relacionales, de convivencia entre individuos, por un lado, y la convivencia entre los individuos y los dispositivos técnicos –el hombre y su paisaje–, por otro.

Este pretende ser el comienzo. Retomar las voces de quienes se han interrogado por la naturaleza original de la noción de *técnica* para así analizar la naturaleza de la técnica moderna, aun cuando la situación actual hubiese resultado impensada para los teóricos precedentes. Luego, a partir de dichas nociones, ofrecer líneas de contacto con el problema específico de investigación, para reflexionar sobre el valor de la palabra y sobre la literatura que circula en nuestros días, y donde los formatos web se encuentran en pleno auge. Ahora bien, ¿cómo pensar la irrupción del formato *blog* en clave literaria? En una primera instancia puede pensarse que los *blogs* mantenidos por escritores se constituyen como espacios donde a primera vista conviven un lenguaje *poético*, inherente al trabajo literario, y un lenguaje eminentemente *técnico*, inherente a la naturaleza del medio, que, como retomaremos, excede al formato en sí. Esta situación, sin mencionar las contradicciones que surgen al es-

cindir –pero no aislar– las nociones heredadas de *tejne* y *poiesis* como partes de una misma *entidad*, “exige” por lo menos algunos interrogantes y abre intersticios donde buscar señales hacia el trabajo de filósofos de la técnica.

Por ejemplo, si acudimos a las ideas de Lewis Mumford (1961) sobre el arte y la técnica de mediados del siglo xx encontramos ya algunos retazos de dicha separación. Mumford concibió al arte y a la técnica moderna como dos impulsos antagónicos en la esencia del hombre, donde por un lado interviene la facultad creadora del artista, subjetiva, compuesta de dudas, claroscuros y una recurrencia permanente a la imaginación, y por otro el impulso técnico, objetivo, basado en la exactitud y regido por la noción de eficacia. Para Mumford, en su época ya se manifestaba un predominio evidente del impulso técnico, y esto no puede desligarse de lo que hoy sucede con los nuevos dispositivos de intercambio de información y con las prácticas que se sustentan en la digitalización y la conversión de todo lo existente a elementos de un código binario, multiplicado, inconcebible en la posibilidad de la duda (Schmucler, 2008).

Hablamos de la práctica literaria y del auge de la digitalización, esta última ajena a las pausas y a las distancias que han caracterizado a la producción y a la recepción de textos; pero a su vez no puede ignorarse la contraparte, que Martin Heidegger (1984 [1957]) encontraría como una suerte de salvación dentro del peligro: ¿puede la literatura convivir y “crecer” con los dispositivos digitales de publicación? Lo cierto es que hoy en los *blogs* de escritores no sólo se publica literatura. Las apropiaciones que se observan del formato son diversas, y pueden encontrarse casos donde efectivamente se publican textos de ficción, en general fragmentarios –cuentos, relatos o ensayos breves–, como también textos de otros autores, tomas de posición –desde la misma práctica escrituraria– sobre el formato mismo, o difusión de eventos literarios.

En tal sentido, los puntos clave de estas reflexiones no dejan de atravesar las preguntas formuladas por Schmucler respecto del *pensar* y el *hacer* técnico, que podemos adecuar a esta problemática: para qué –por qué– utilizar este formato, para qué publicar literatura en formatos web cuando ya se observa una obra consolidada o incipiente en soportes impresos. Existe, en relación a esto, una tendencia bastante difundida por algunos teóricos convencidos del progreso tecnológico como “espejo” del progreso humano que proyecta el fin –tarde o temprano– de la literatura impresa, producto de una supuesta democratización en el proceso de edición, de una neutralización de sus costos y del actual advenimiento de *nuevas formas* de escribir y de leer con los nuevos formatos. Creemos, sin embargo, que lo único que reproducen esos augurios son más puntos oscuros a la hora de repensar la práctica literaria.

Literatura y nuevas tecnologías de publicación, los dos núcleos que aquí se presentan y donde confluye este trabajo, forman una zona compleja, de contornos difusos. La palabra y su reproducción técnica obligan a iniciar este camino desde los términos en sí, en el contexto que hoy nos atraviesa, para reflexionar sobre el recorrido que otros han trazado pero sin dejar de anclar el presente. Repasar las nociones históricas sobre la *técnica*, teniendo en cuenta que hoy se habla en todos los ámbitos de *tecnología*, es en algún punto esclarecedor. Se propone para el final un acercamiento a la problemática de investigación: la reproducción técnica en relación con las prácticas literarias que se observan hoy en el trabajo de algunos escritores argentinos.

TÉCNICA Y TECNOLOGÍA EN NUESTROS DÍAS

Revisar los términos, y dar cuenta de sus “mutaciones” de significado en las últimas décadas del siglo pasado, es también revisar lo que Daniel Cabrera

(2006) ha llamado la “constelación imaginaria” que opera en nuestros días, y que permite contextualizar las reflexiones vertidas históricamente sobre el problema de la técnica moderna. Cierto es que hoy, toda noción de *técnica* se relaciona con el desarrollo de teorías científicas y de las aplicaciones que de allí derivan, lo que según Cabrera genera una estrecha relación entre los términos *ciencia* y *técnica*, al punto de que suelen considerarse como equivalentes o se requieren mutuamente. La pregunta es cómo se llegó a tal equivalencia.

Es interesante el desarrollo teórico que este autor llevó a cabo para dar cuenta de los cambios en los discursos públicos a partir de la segunda mitad del siglo xx, en los que se puede observar cómo la noción de *técnica* devino en la noción de *nuevas tecnologías*, así como la noción de *progreso* se convirtió en *desarrollo*. En el centro de esa “constelación imaginaria” que tomó forma en las últimas décadas se revela el eje de la problemática, donde interviene fuertemente una noción constitutiva para nuestros objetivos: la *comunicación*, como postulado, según Cabrera, de nuevos sueños y esperanzas colectivas. La *comunicación*, postulada en todos los ámbitos, y junto a ésta la *técnica*, que ingresa en una nueva etapa bajo el nombre de *nuevas tecnologías*, noción dirigida especialmente al mercado (Castells, 2000).

Este “viraje” en los términos, con la presencia de fondo del mercado como fin último de cualquier proceso, impuso para Cabrera un nuevo tipo de mentalidad “gerencial” orientada sin obstáculos hacia el futuro y centrada, justamente, en la pancomunicación y el “tecnologismo”. La materialización que este autor encuentra en los discursos actuales está representada por lo que hoy se denomina “nuevas tecnologías de la información y la comunicación”, que “bajo el rótulo de lo nuevo reinstalan la técnica en clave de comunicación y a la comunicación en clave técnica”. El término “social”, abarcador, que se adjudica la irrupción de di-

chas tecnologías es el de “sociedad de la información”, trabajado y difundido por Manuel Castells desde principios del siglo xxi. En este sentido, Schmucler (1997) también hace referencia a la terminología: remarca tanto la rapidez con la que se expandió esa denominación como la docilidad manifestada por el imaginario colectivo: “Sin resistencia –sostiene–, sociedad de la información se volvió *doxa*, opinión corriente”.

Ahora bien, la pregunta que puede esbozarse a partir de lo anterior se relaciona con la fundamentación del cambio: ¿adónde se remite Cabrera para explicar el “traspaso” de la *técnica* a la *tecnología* y las variaciones de significados? Al diccionario mismo. Dice el autor:

El vocablo “tecnología” como “conjunto de *conocimientos* propios de un oficio mecánico o arte industrial” o “tratado de los términos técnicos” pasó a designar durante el siglo xx el “conjunto de los *instrumentos* y *procedimientos* industriales de un determinado sector y producto”. De su significación apegada a la etimología de tecnología, “saber o conocimiento sobre...”, pasó a nombrar a los propios instrumentos técnicos, reemplazando la significación de la palabra “técnica” por otra de supuesta mayor extensión.

De este modo realiza una distinción indispensable para comenzar a reflexionar ordenadamente sobre la problemática –heredada– de la técnica moderna: explicando, hoy, la relación entre técnica y tecnología, y sumando asimismo la irrupción del verbo “tecnificar” –a partir de la segunda mitad del siglo xx– como una acción que ya no se refiere al arte o a la habilidad del *hacer* (tal la distinción antes mencionada, que marcaron pensadores como Mumford, Heidegger o Ellul para señalar diferencias entre la técnica concebida como producto del “hacer humano” en su desarrollo y la técnica concebida en la instrumentalidad moderna), sino a “introducir” procedimientos técnicos y a hacer algo más “eficientemente”.

Técnica, entonces, como un término más amplio que abarca desde las habilidades y conocimientos propios de un oficio hasta los aparatos mecánicos. *Técnica* moderna que encuentra en la máquina su mayor realización. En este sentido, y aunque la máquina en sí se constituye como el aparato concreto que se rige por las leyes de la mecánica, para Cabrera –que toma la palabra de José Ortega y Gasset– se convirtió en “la metáfora con la que se pretendió entender el universo y el propio hombre. Por ello, la técnica de la modernidad supone una visión maquina del hombre y del mundo”. *Tecnología*, por su parte, como “técnica basada en conocimientos científicos” y, en consecuencia, equivalente en muchos contextos a la técnica, a partir de que nuestra técnica, la que hoy reproducimos, deriva de teorías científicas y de sus aplicaciones.

Así, partiendo de distinciones de origen y de equivalencias hoy pertinentes para el análisis, es que intentamos recuperar la *esencia* de la técnica: “Lo que hace de la técnica ser lo que es”, que “implica adentrarse en su significación social en tanto hacer” (Cabrera, 2006). Porque lo verdaderamente decisivo de su presencia es que impone la aparición de un tipo de mirada y de consideración sobre *lo más humano de los humanos*. La técnica, tal como señala Cabrera citando a los autores mencionados, “es un modo de interpretar el mundo de lo humano”. O en palabras de Jaques Ellul (1990 [1960]), “la técnica es fundamentalmente un uso, es el mejor modo de hacer una cosa”.

Existe, por tanto, una necesidad de repasar estos términos, de saber sobre qué estamos tratando. Y para ello es necesario recuperar el trabajo de los que se han interrogado sobre la *esencia* de la técnica, las reflexiones sobre el sentido del *hacer del hombre* que ofrece un perfil filosófico a la cuestión. Pero tal como señala Cabrera, éste no es el único perfil que merece ser tratado, por lo menos al margen de otras interpretaciones. La influencia de la técnica moderna

condujo a la reflexión en varios rumbos, dentro de los cuales conviene señalar dos: el filosófico, pensando la importancia de la técnica como un nuevo estadio de la civilización que hace necesario reflexionar desde lo puramente humano, desde la posición del hombre frente al mundo, y el sociológico, referido a la posibilidad de interpretar la técnica como un fenómeno social; en palabras de Cabrera, “como la materialización y síntoma de la sociedad contemporánea”.

Aunque aquí sería imposible cubrir todo el abanico mencionado, creemos que de cara a una investigación no puede dejarse de lado la complementariedad de esas dos interpretaciones. Como sostiene este autor, reflexionar sobre la técnica *en* la sociedad es indispensable, sin dejar de reflexionar sobre “la sociedad patente *en* su técnica”. A continuación, algunos conceptos que permiten dar cuenta de esa necesidad mutua, que a su vez ofrece herramientas teóricas, para luego repensar la cuestión del arte en su estado actual (en nuestro caso, la literatura y sus formatos de publicación).

LA TÉCNICA MODERNA COMO PROBLEMA FILOSÓFICO Y SOCIOLÓGICO

La técnica en la sociedad y la sociedad en la técnica. Como señalamos, el hecho de concebir una interpretación filosófica sobre los distintos aspectos de la técnica encuentra su fundamento en que la “versión” moderna de técnica –en contraposición a la noción de técnica antigua, la *tejné*, ligada a la *poiesis* y por lo tanto a los actos de creación de los hombres– implica una visión, una manera de especificar actitudes, de imponer objetivos sociales o, dicho de otro modo, una forma social de pensar y hacer (Ellul, 1990 [1960]). Es el *pensar* técnico y no sólo el aparataje de la técnica –los dispositivos incorporados a nuestras tareas diarias– lo que constituye el núcleo significativo de estas reflexiones (Schmucler, 1997).

Tal como sostiene Ellul, la discusión sobre la técnica no es propia de la modernidad en sí, pero fue en la modernidad cuando se impuso la necesidad de formular interrogantes a partir de la irrupción avasallante que tuvo en la sociedad como forma *total* de organización. Según el autor, ningún hecho social, humano o espiritual tiene tanta importancia en el mundo moderno como el hecho técnico. Si tomamos este punto de vista, la complementariedad entre la interpretación filosófica y la sociológica se vuelve evidente, por lo menos en una primera indagación sobre el problema, porque cualquier pregunta sobre el sentido social que adquiere el *pensar técnico* considera la presencia de la técnica no sólo en la vida cotidiana sino, fundamentalmente, en la imaginación y en las esperanzas colectivas (Cabrera, 2006).

Desde el campo de la comunicación, y en estrecha cercanía con nuestro tema, esta relación permite poner el acento en la función de los medios de comunicación como instrumentos de “coordinación y velocidad de circulación social” dentro de la línea del estudio hecho por Mumford sobre el reloj; esto es, entendiendo a los medios como instrumentos para “mostrar y comunicar” una noción de tiempo específica (Cabrera, 2006) y como una forma compartida y dada de hacer las cosas. En este sentido, el hecho de que Mumford haya considerado al reloj como una máquina omnipresente, tanto en los lugares públicos como en la vida privada, exige “atar” algunos cabos y contrastar un análisis semejante con la situación actual, un recorrido entre las máquinas que predominan en nuestros escenarios: hoy la búsqueda parece no diferir demasiado del revelador trabajo de Mumford, y lo que conocemos como *ordenador* –o el protagonismo de las pantallas– también reproduce una omnipresencia semejante.

Pero antes de pensar en la omnipresencia de las máquinas en la actualidad podemos preguntarnos qué implica pensar la técnica en un sentido filosófico.

¿Por qué volver a reflexiones que ya lejos han quedado de la “explosión” actual? La primera respuesta ya fue esbozada: pensar la técnica desde la filosofía es reflexionar desde los sujetos que le dan entidad. Ir a la raíz. De eso se ocuparon los pensadores románticos, en la base de la filosofía de la tecnología (Mitcham, 1989). Y la respuesta para la segunda cuestión puede esbozarse a partir de estas palabras de Schmucler (2008): porque pensar la técnica en el contexto actual desde lo precedente es preguntarse “por qué hemos llegado así a esto”.

NOCIONES “ROMÁNTICAS”

Es interesante la afirmación de Carl Mitcham (1989) sobre la “razón de ser” de la filosofía de la tecnología que difundieron los pensadores “románticos”. Según el autor, ésta puede leerse en su conjunto como una serie de intentos por discutir o defender la primacía de lo no-tecnológico; esto es, rescatar los vínculos con el arte, la literatura, la ética, la política o la religión para reforzar los conocimientos que se originaron al margen del desarrollo tecnológico; como una forma de la memoria.

Para eso, resume las palabras de autores que tienen varios puntos de contacto entre sí, pero que a su vez ofrecen distintos matices de originalidad. Entre otros, de Mumford, y su idea de que la esencia humana no es el *hacer* sino el *inventar* o *interpretar*, y que la elaboración de la cultura simbólica por medio del lenguaje es “incomparablemente más importante” para el desarrollo humano que el avance tecnológico-materialista de la humanidad; pasando por Heidegger y su perspectiva ontológica de la técnica moderna como un género de verdad o de *desocultar*, que provoca al hombre y a la naturaleza y es ajeno a la neutralidad que se le quiere atribuir desde las posturas instrumentales; hasta Ellul, que definió a la técnica como “la totalidad de métodos que racionalmente alcanzan la eficacia absoluta, o que apuntan a ella, en

una etapa dada de desarrollo y en todos los campos de la actividad humana". Éste último también señaló algo ineludible: la cualidad fundamental de la técnica moderna de "venderse" como creadora de vínculos entre los hombres. Según sus palabras, "todos los que actúan siguiendo la misma técnica, están ligados entre sí por una tácita fraternidad", fraternidad que Cabrera encuentra como producto de un mismo uso y una misma actitud ante la realidad.

El contraste de estas nociones críticas hace brotar algunos conceptos fundamentales para pensar la relación entre arte y técnica en la sociedad actual: por un lado, la interpretación, la facultad inventiva; por otro, la eficacia, la precisión, la ilusión de movimiento *constante*, la cultura de lo universal y compartido. Estos conceptos permiten pensar en la incidencia de estas formas de concebir el mundo en el todo social: en cómo se traducen estas tensiones en procesos sociales de producción, circulación y apropiación de los aparatos e instrumentos (Cabrera, 2006).

NOCIONES SOCIOLOGICAS

Con estas nociones intentamos acercarnos un poco más a la problemática mencionada en el comienzo: "bajar a tierra" las reflexiones en el marco de la relación entre el arte y su difusión en los nuevos medios, e incorporar las discusiones sobre la supuesta neutralidad o no de los dispositivos técnicos. Tal como afirma Cabrera, toda sociedad crea su mundo, y en esa creación la técnica no es ni instrumento ni causa, sino dimensión constitutiva de la sociedad creada. Un *espejo* de los productos y esperanzas colectivos. En ese sentido, y en tanto partícipes como dimensión constitutiva de lo social, los objetos técnicos no pueden ser concebidos como "instrumentos neutros utilizados por la sociedad capitalista para realizar sus fines", porque de ese modo se los abstrae de su tecnicidad elemental y, en consecuencia, de su utilidad para el sistema; como señala el autor, sería erróneo

pensar que los objetos técnicos pueden ser utilizados con "otros" fines sociales que los que le dieron origen. Tal interpretación marca una correspondencia entre este modo de concebir la técnica moderna y el sistema imperante, por lo que las reflexiones críticas se constituyen como directamente apuntadas a esta forma de capitalismo actual.

Para completar lo anterior, Cabrera toma palabras de Cornelius Castoriadis y expresa que las máquinas "son lógica y realmente imposibles fuera del sistema tecnológico que ellas mismas constituyen; son 'encarnación', 'inscripción', presentificación y figuración de las significaciones esenciales del capitalismo". Relacionar, entonces, técnica y sociedad en estos términos es un paso ineludible para ser conscientes de que la "neutralidad" atribuida a los objetos técnicos es ilusoria. Tal como afirma Cabrera, gran parte de los pensamientos sobre la técnica moderna invocan la neutralidad de los aparatos, y esa neutralidad es la que luego, desde el sentido común, se considera como un "dato de la realidad" y permite la difusión de discursos que justifican la presentación de la técnica como un "instrumento" del hacer humano, desligándolo de su origen. Pero desligar la técnica de su origen social es *quitarse las ropas* de la responsabilidad, algo que el capitalismo ha sabido ejecutar desde múltiples variantes. Por esa razón Cabrera apela a esta relación fundamental: "El *sentido-destino* de la técnica, como el de todos los asuntos humanos, está en su origen social".

Quizás la tradición que más haya tratado estas nociones sociológicas sobre el problema de la técnica sea la marxista. Este enfoque toma otros caminos respecto de los románticos antes mencionados, ya que su atención no recae sobre el cuestionamiento de la tecnología en sí, partiendo de la capacidad creadora e imaginativa del hombre, sino que reproduce el análisis y la crítica desde las relaciones sociales (Mitcham, 1989). La Escuela de Frankfurt, con sus principales ex-

ponentes a la cabeza (Adorno, Horkheimer, Marcuse), ha forjado una tradición crítica en este sentido, cuestionando a la tecnología y al contexto social en el que se inserta, a partir de los procesos de producción y circulación en el sistema capitalista.

Sin embargo, tal como afirma Cabrera, estas nociones sirven para sentar una base sólida de ideas que permita entender de *dónde viene* esta problemática, para observarla luego desde múltiples aristas. Lo cierto es que la complementariedad evidente en estas críticas, sea hacia la tecnología en sí o hacia el seno social que reproduce el entorno donde se erige tal “desarrollo”, no debe arribar a conclusiones radicales para no simplificar estas tensiones: defender lo *no-técnico* no debería constituirse *sólo* como un ataque de lo *técnico* en cuanto tal, como única contrarrespuesta posible. En la actualidad esto es importante para no perder contacto con la realidad, y para no anular este repaso de nociones precedentes en el contexto en que vivimos. Por esa razón recuperamos tres nombres citados en el comienzo: Mumford, Ellul y Heidegger. Los tres han explicitado una suerte de salida o, dicho de otro modo, de anclaje que excede a la temporalidad, justamente porque apela a las facultades humanas. La invención y la creación como sostenes.

LAS FORMAS DE SER DE LO TÉCNICO Y LA SALVACIÓN EN MEDIO DEL PELIGRO

Para Heidegger (1984 [1957]) el peligro de la técnica estaba representado por la ausencia de interrogación y, por tanto, por la ausencia del pensamiento. La amenaza, según creía, estaba en la técnica “introducida” en la esencia del hombre; en la imposibilidad de cualquier individuo de retrotraerse a un “desocultar” más originario, a una verdad más inicial. Sin embargo, para este autor la conciencia del peligro implicaba a su vez la consideración de su salvación. ¿Cómo entrever esa salvación? Apelando a la *esencia*. “Si miramos

la ambigua esencia de la técnica, entonces veremos la constelación, la marcha estelar de lo misterioso (...) Frente a ello sólo cabe la serenidad para con las cosas y apertura al misterio”. Serenidad, en palabras de Cabrera, como “uso de los objetos técnicos de forma apropiada y manteniéndose tan libre de ellos que en todo momento sea posible desembarazarse de ellos”. Para que una actitud semejante sea posible Heidegger propuso evitar el “pensar calculador” y recuperar lo que denominó la “reflexión meditativa”, que preferimos traducir con otra consigna: retornar a la palabra.

Ellul, por su parte, también sustentó su crítica a la técnica desde una posición similar. Según su análisis, el siglo xx ofreció la posibilidad de distinguir entre lo que llamó la “acción técnica” y el “fenómeno técnico”. Las acciones técnicas como variadas, tradicionales y limitadas por la diversidad de contextos en las que pueden tener lugar, mientras que el fenómeno técnico –o, según Mitcham, la técnica– como *uno solo*, que constituye “la única forma moderna de fabricar y utilizar artefactos que tienden a dominar e incorporar en sí mismos todas las otras formas de la actividad humana”. Desde este punto de vista, Mitcham encuentra como desafío para ese “fenómeno técnico” el de resistirse a subordinarse a las disposiciones no-técnicas, lo que produce que muchas otras acciones se expliquen al final como formas tecnológicas. Según el autor, este cuestionamiento de “un modo de ser en el mundo” era reconocido por Ellul como una apuesta: nada menos que la apuesta del siglo, fundada en lo que él consideraba como el reemplazo del ambiente natural por el ambiente técnico.

Por último, Mumford propuso su *forma de cuestionamiento* en una dirección similar a la anterior, con categorías que son claramente comparables a las de Ellul. A su entender, la *forma de ser* de lo técnico en el mundo moderno podía resumirse en una distinción entre dos tipos básicos de tecnologías: la politécnica y la monotécnica. La primera, tal como las “acciones” de

Ellul, sería la forma primordial de acción: determinada por la lógica y por la historia, la técnica estuvo originalmente “orientada hacia la vida, no centrada en el poder”. Según Mitcham, este tipo de tecnología está en armonía con las distintas necesidades y aspiraciones de la vida, y funciona con la intención de llevar a cabo una diversidad de potencialidades humanas. La monotécnica, por el contrario, se basaría en la inteligencia científica y en la producción cuantificada, dirigida hacia la plenitud material, la expansión económica y el poder.

Esta última distinción de Mumford, en el marco de sus estudios sobre lo que llamó “las artes simbólicas y la técnica”, y en estrecha relación con las nociones de *tejne* y *poiesis*, busca separar de modo racional dos formas de ser de la tecnología, una de las cuales es inherente a la naturaleza humana mientras que la otra no (Mitcham, 1989). El trabajo de Mumford, entonces, no busca un rechazo simplista de toda tecnología, sino que intenta “desmitologizar a la técnica como una mega entidad que absorbe cualquier experiencia humana”, para reorientar las actitudes mentales: en otras palabras, transformar el modo de ser monotécnico. Este ejemplo sirve para reflexionar sobre la existencia de otros modos de pensar la tecnología en el arte, aun hoy. Tal como afirma Mitcham, “la tecnología ha de ser promovida cuando contribuye a engrandecer lo que Mumford llama el aspecto ‘personal’ de la existencia”. La salvación, entonces, fue marcada a veces elípticamente por estos ejemplos y otras veces de modo explícito, pero siempre en una dirección: la que muestra el retorno a lo simbólico, el retorno a la palabra.

Schmucler (2008) ha realizado una crítica fundamental sobre la pérdida en el valor de la palabra, y también propone un retorno a sus cualidades, una restauración de los valores que le son inherentes: recuperar su *grosor*, su naturaleza ambigua, su reproducción a partir de dudas y equívocos, su condición de generar

conocimiento a partir de múltiples búsquedas. No es necesario “escarbar” demasiado allí para encontrar una reivindicación de las amplitudes del lenguaje: combatir los valores que hoy se le adjudican a la irrupción de nuevos medios de comunicación –la celeridad, la precisión, la transparencia– con valores más acordes a la naturaleza de las personas, como son los que nos interesan desde el terreno del arte, y específicamente de la literatura. La salvación desde estas perspectivas: poner el acento en la palabra.

¿Cómo afrontar ese retorno, esa intención, desde este contexto de trabajo? ¿Cómo “leer” los aspectos adversos o conciliadores de estas ideas en el marco de la naturaleza de los formatos web? Aquí es donde se producen los interrogantes más complejos, por la naturaleza del formato *blog* y por la situación de enfrentar el análisis de ciertos espacios virtuales que son mantenidos por escritores, aunque éstos se preocupen por publicar sus obras en soportes impresos. Tenemos la convicción de que el lenguaje verbal es, hoy, sustento firme y protagonista de esta *cibercultura* que todo lo envuelve, y compartimos la afirmación de Daniel Link (2005) de que la *cibercultura* establece una alianza mucho más fuerte con la vieja cultura letrada que con la cultura audiovisual. Pero ¿qué lugar ocupa la literatura en medio de estos nuevos dispositivos de publicación?

LOS BLOGS DE ESCRITORES, O LA PALABRA EN EL MEDIO

Es evidente que se está produciendo una convivencia entre el trabajo de los escritores y los nuevos medios de comunicación, y que desde ese punto de vista todo análisis debe hoy tener en cuenta las vicisitudes que se desprenden de esa convivencia. En ese sentido, la literatura parece convivir sin problemas aparentes con la *máquina-objeto* omnipresente en la actualidad: el ordenador, y de hecho los *blogs* de escritores son un reflejo de ello. Ahora bien, ¿qué

aportan estos nuevos espacios?, o ¿dónde reside la novedad o la supuesta aparición de nuevas formas de leer y escribir?

También es evidente que hablar de posibilidades de convivencia difiere de algún tipo de posible crecimiento, y más aún cuando las intenciones que circulan entre los que proponen una ruptura a favor de los nuevos medios se caracterizan por prescindir de los formatos de publicación precedentes, dejando de lado las formas establecidas de la literatura o planteando comparaciones lábiles. En este sentido, la primera razón para desconfiar de un “crecimiento” o de una irrupción estética innovadora respecto de la creación literaria en la web reside en el impulso de separar dicho ámbito de las formas de publicación tradicionales: sobre todo del papel. Pero estos primeros esbozos no se pueden sustentar si antes no se realiza un relevamiento de los *blogs* en cuestión, fundamentalmente porque allí es cuando brota la “salvedad” más importante: entre los escritores, la apropiación del formato *blog* no es homogénea a la hora de darle un “uso” literario.

Si avanzamos a partir de lo que sucede en Argentina con los espacios web de escritores consagrados o en vías de consagración –esto es, aquellos que ya ostentan una obra publicada en soporte impreso–, en el mantenimiento periódico de dichos sitios se encuentran múltiples variantes: no todos los autores parecen administrar sus espacios con los mismos propósitos. Esto no sólo se observa en la palabra personal de los escritores, sino en la naturaleza de los textos que publican. Pueden citarse los casos de Sergio Chejfec¹ (publicado por Clarín-Alfaguara), Pedro Mairal² (ganador del Premio de Novela Clarín 1997, que ha publicado en grupos editoriales de la talla de Alfaguara y Planeta), Oliverio Coelho³ (publicado por grupo editorial Norma), Eduardo Berti⁴ (editado por Tusquets, Emecé y Norma) o Daniel Link⁵ (que ha publicado obras en Adriana Hidalgo, Emecé, Norma y Mansalva, entre otras).

Exceptuando el caso de *El señor de abajo*, el *blog* que Mairal comparte con sus heterónimos, los demás son espacios explícitamente personales, y allí se pueden observar, en principio, algunas cuestiones interesantes. En primer lugar, que la literatura “propia” en cuanto tal, los textos de los mismos autores que podrían enmarcarse dentro de los géneros ficcionales o del ensayo crítico, alternan casi en la misma proporción que otros textos de distinta naturaleza, entre los que es muy común encontrar citas. En este sentido, las citas o referencias a otros autores (lo que puede observarse en los ejemplos de Berti, Link y Mairal) son parte protagonista en el contenido de los sitios, como un tipo de “vínculo” a otros espacios textuales de la web, dentro de las distintas variantes que existen en el formato *blog* para “comunicar” un espacio con otro, a partir de sus características particulares (entradas ordenadas en forma cronológica inversa, que pueden ser comentadas por los lectores; enlaces o hipervínculos que permiten acceder a contenidos ajenos al espacio; vínculos inmediatos a otros *blogs*, etc.). Por otra parte, y en lo que podría considerarse erróneamente como un movimiento inverso, la tendencia a la construcción de sentido a partir de referencias a otros autores también se observa en el trabajo de los mismos autores: en varios de los ejemplos, los textos personales que los autores publican en sus espacios generalmente aparecen allí luego de haber sido publicados en otros medios impresos, se trate de libros, revistas literarias o suplementos culturales. Esto puede leerse como una tendencia a citarse a sí mismos.

El caso de Oliverio Coelho, en relación con lo anterior, es concluyente. Coelho mantiene su espacio personal en la web con textos de su autoría que salen publicados en otros medios, en su mayoría impresos. De ese modo constituye su presencia como autor en su *blog* a partir de reproducir el trabajo que realiza en otros medios subsidiariamente a su “papel” como escritor de ficción, ya que los textos que re-produce

1 Blog del autor: www.parabolaanterior.wordpress.com

2 Blogs del autor: www.pedromairal.blogspot.com y www.elseniordeabajo.blogspot.com

3 Blog del autor: www.conejillodeindias.blogspot.com

4 Blogs del autor: www.bertigo.blogspot.com y www.eduardoberti.com

5 Blog del autor: www.linkillo.blogspot.com

pueden enmarcarse, en su mayoría, dentro de la crítica literaria. El espacio de Link, por su parte, ofrece una complejidad mucho mayor: allí se subdivide el contenido publicado en un gran número de etiquetas o secciones que van desde la cobertura televisiva a fragmentos de ensayos o narraciones que oscilan entre la ficción y los relatos documentados. La mayor parte de los textos propios publicados también son reproducciones de medios impresos.

Estos *blogs* mantenidos por escritores argentinos son espacios heterogéneos, donde la palabra opera *en medio* de un abanico de contenidos dispares que resaltan ante todo la facilidad para comunicar textos a primera vista inconexos. Estos textos “abren” el campo hacia otros espacios y núcleos de sentido, generando un movimiento de “ramificación” de discursos en lugar de la tendencia de “ensimismamiento” o de fuerza “centrípeta” que algunos le atribuyen a la *experiencia* literaria, tanto en el lugar del autor como en el del lector, en los soportes impresos. Pero si estos espacios han aparecido con tanta fuerza en el campo literario ¿dónde residen sus certezas? ¿Qué otra cualidad se sobrepone a la heterogeneidad mencionada? La respuesta podemos encontrarla en la naturaleza relacional del formato. La posibilidad del vínculo en sus distintas variantes es lo primero que decanta, tanto para la función del autor como para el lector.

Los *blogs* citados –y otros no mencionados aquí– se constituyen en su mayoría como espacios personales, hecho que se ha encerrado en la denominación “bitácoras personales” o también, apuntando hacia la autorreferencialidad que ostentan, en la denominación “diarios éxtimos” (Fumero, 2005); incluso aunque forman parte de una idea de *comunidad* entre los administradores de estos espacios, por un lado, y en cierto punto entre los lectores y los autores de estos *blogs*, por otro. Esto resaltaría lo que algunos teóricos dedicados al estudio funcional del formato –como Antonio Fumero y Oliver Wrede– han definido como una

doble cualidad del *blog*: personal y relacional. En este sentido, comienzan a intervenir algunos conceptos desprendidos de esas relaciones, como los de *estrategia de grupo* y *jerarquías de visibilidad*. Si tomamos la palabra de Renato Ortiz (2005), podríamos hablar de un ámbito donde los individuos han encontrado una forma de modelar sus identidades “profesionales” y sus modos de ser en el “terreno” literario virtual: un recorte particular de lo que Ortiz llama el “mercado como instancia de socialización”.

Estos espacios de escritores como “marcas personales” se insertan a su vez en un colectivo que parece funcionar como una sumatoria de espacios contiguos y al mismo tiempo *tejidos*, pero que terminan constituyéndose como piezas que compiten por jerarquías de visibilidad. Ahora bien, esta idea de espacio formador de vínculos desde la posición autoral se encuentra reforzada por otro fenómeno que se asigna con exclusividad a los formatos web respecto de los impresos: la simultaneidad en el proceso de producción y recepción de los textos. Entre el *blog* y el formato literario por excelencia, el libro, algunos teóricos insisten en marcar la distancia *esencial* a partir de esa condición de inmediatez que el libro no “absorbe”.

Desde lo *personal*, no es necesario ahondar en las posibilidades que un libro como objeto soporte de un texto literario ofrece, y de las distintas formas de la intimidad que allí se ponen en juego. Pero esa cualidad relacional asignada a un texto literario parecería “explotar” en los *blogs* según una reinterpretación de las relaciones entre autor y lector, y supuestamente así obtendría una fuerza inusitada en la inmediatez que propone el formato (un texto puede ser comentado, y puede ser comentado inmediatamente después de ser leído, se trate de opiniones de los lectores o de respuestas a esas opiniones por parte de los autores). Esto –vale mencionarlo a partir de la heterogeneidad– siempre y cuando los escritores-administradores de los *blogs* así lo permitan, de acuerdo a los límites que

6 Con esta definición queremos referir los rasgos que definen a un texto literario en su naturaleza. Siguiendo a Jan Murakovsky (1977), tomamos a la práctica literaria como el ejercicio de creación de textos *literarios*, esto es, textos donde se entrecruzan distintas funciones que definen su estructura pero donde la función dominante es la estética. Según el autor, la función estética predomina por sobre otras que pueden estar presentes en el espacio textual, por lo que esto no desliga al texto literario de otras funciones que pueden operar en su interior; otros hechos de la vida social que quizás no están integrados a la esfera del arte pero que son designados como simbólicos. En relación con esto último, y vale aclararlo, Murakovsky sostiene que no hay un límite fijo entre la esfera estética y la extraestética.

7 Al referirse a los escritores que administran estos espacios, la traductora y poeta Cecilia Pavón (2008) dijo: "Suele criticarse mucho lo que se escribe en la blogósfera o en los fotologs, pero creo que esas críticas se hacen con parámetros válidos para otro tipo de cultura. Los *blogs* e Internet tienen que ver sobre todo con la idea de comunidad y los artistas incluyen ahí, como elemento básico, la conversación y la conexión. Y eso cambia la idea del creador solitario, que viene del romanticismo.

8 Dentro de este análisis también es imprescindible recuperar una noción fundamental del pensamiento benjaminiano: la noción de aura. En el marco de este trabajo es importante repensar la potencia aurática, pero en relación con este momento del arte y de la cultura letrada. ¿Es posible pensar el aura en el proceso

ellos mismos disponen para permitir o no dichas posibilidades de intercambio.

Lo cierto es que los vínculos a otros espacios web y las "solidaridades" entre los mismos autores (fomentadas o no por los vínculos entre sus propios *blogs*) se sostienen, inicialmente, desde esa posición: la producción y difusión de los textos, que desde su administración crea, a partir de las posibilidades del formato, lectores comunes o compartidos. Si pensamos esto desde las *estrategias de grupo* para aquellos casos que ofrecen vínculos en todas sus variantes, estos espacios obtienen su visibilidad casi mayormente gracias a esos lazos comunicantes, "pensados" entre los autores y consolidados, si prosperan, en la intervención de los lectores (algo que podríamos comparar con los ambientes generados antaño en las revistas culturales o literarias, aunque las estrategias deban pensarse, hoy, desde espacios individuales).

EL HACER CREATIVO Y EL HACER TÉCNICO EN LOS BLOGS

Lo que no podemos afirmar a partir de lo anterior es el verdadero protagonismo que se le da al trabajo literario en cuanto tal, más allá de si los recursos predominantes son ficcionales o documentales o si se establecen –o proponen– otras experiencias estéticas: cuál es el lugar que ocupa la práctica literaria en sí misma,⁶ lo que hemos heredado como la *atmósfera* de la literatura moderna, en el vaivén –esencial– que opera entre el proceso de creación artística (en el sentido del impulso original, interno, de creación) y los tiempos que exige el proceso de interpretación desde la lectura, con sus *pausas* y sus *soledades* intervinientes. Las afirmaciones, en todo caso, deberían ser prudentes a partir de lo que se observa, y "ubicar" a los *blogs* de escritores más como dispositivos de publicación y vinculación con un sector del campo literario que como dispositivos de creación literaria y posibilidades desconocidas de lectura; es decir, alejar al formato de la "obligación" de reinventar nuevos

modos de hacer y de leer literatura,⁷ más allá de la novedad que implican las nuevas posibilidades técnicas que propone el formato.

Es de este modo como surge la necesidad de no separar a este nuevo formato de los soportes impresos: hacerlo significaría desviar el foco de la discusión y perder de vista que los escritores trabajan para publicar una *cierta clase* de textos en papel y *otra distinta* en los *blogs*, dejando de lado la complementariedad que le da sentido a la convivencia entre los nuevos formatos y los precedentes. Sin duda, la sola presencia de *blogs* mantenidos por escritores con una obra ya publicada en papel *rompe* con algo, por las características y las funciones que propone el formato, y genera nuevas formas de circulación, de contacto entre las partes protagonistas y, en consecuencia, nuevas formas de *generar poder*: esto a partir de la "administración" estratégica de los vínculos. En ese punto reside la expansión de una *manera de ser técnica* de la práctica: en la incorporación del trabajo literario al seno *mayor* de la cultura técnica; en la propuesta de un vínculo permanente; en esa ilusión de que la simultaneidad y la interacción de autores y lectores da como resultado una faceta mucho más *conveniente* para el proceso de producción y recepción de literatura.

En relación con esto último, existe una realidad inherente a la práctica escrituraria que hoy intenta eludir pero que debe ser sostenida casi con crudeza: el ejercicio de la literatura, tanto en la lectura como en la producción, es y ha sido en su desarrollo un ejercicio solitario. Son muy concretos –o aislados– los casos que sientan antecedentes de un trabajo colectivo y simultáneo, por lo menos en el devenir de lo que conocemos como literatura moderna. Esto merece un análisis más minucioso, que debe ocuparse tanto de la figura de autor y de su reconocimiento como tal, como del concepto de obra y de la "extensión" –o no– de sus límites.⁸ Pero intentamos que se sepa interpretar esta afirmación: no pretendemos sostener que las

formas heredadas de la literatura fomenten una postura individualista, y que su “devenir” atente contra los vínculos sociales: el acto creador, de hecho, es un momento incompleto y abstracto de una producción hasta tanto no suponga la intervención de la lectura, es decir, hasta que no intervengan dos agentes distintos (Sartre, 2003 [1950]). En ese sentido, la literatura “despliega” un valor social que es ineludible como espejo de lo que sucede en la historia de las personas y sus experiencias. Sin embargo, lo que intentamos plantear como problema de discusión es que todo “llamamiento” resultante –para decirlo en términos sartreanos–⁹ es producto de un desencadenamiento íntimo, que comienza en el lugar de la producción y encuentra su sentido en el lugar de la recepción, pero que opera en cada conciencia con su propia temporalidad y sus propias reglas.

La interpretación y asimilación de una obra literaria, tal como sucede en la mayor parte de las disciplinas artísticas, parece nacer de un cimbronazo interno; comienza con un estado cambiante en las fibras más íntimas de quien se dispone a cambiar, o no, pero que se enfrenta a la posibilidad de *ser sorprendido*, al proceso de experimentar el cruce misterioso entre las experiencias propias, los propios miedos y anhelos, y una obra específica que emerge al mundo propio muchas veces como una revelación. Allí es donde toma una fuerza inusitada el proceso creador, que no puede *ser* si no participan sus *polos* de producción y recepción, cada cual con sus interrogantes a cuestas. En este sentido, el ejercicio primero de la literatura es solitario. Ese origen reside en encontrarse a sí mismo, tanto para quien crea como para quien ofrece su cuerpo y su espíritu a una posible revelación. Y esto es, quizás, lo que hace “ruido” frente a la noción actual de velocidad y de interacción permanente: frente al supuesto valor –un *vértigo creativo*, un dinamismo esencial– que la simultaneidad inaugura hoy para las nuevas formas de la literatura.

CIERRE

Si retomamos los primeros apartados de este trabajo, podemos afirmar como primera aproximación al problema que los *blogs* de escritores –sitios interesantes en el marco del análisis que planteaba Mumford: la relación entre la cultura técnica y las artes simbólicas– aún están lejos de constituirse como espacios *decisivos* de creación personal, en el sentido puramente artístico, o de instalar nuevas experiencias de lectura –más activa o creativa– a partir de la posibilidad de inscribir distintas voces en un mismo soporte de publicación. Esta consideración, naturalmente, está inclinada hacia una concepción romántica de la realización artística personal, que los pensadores aquí citados encontraban en peligro.

La razón que parece infundirle una energía distinta a gran parte de los *blogs* administrados por escritores, y por la que se distinguen en el campo literario actual, tiene más que ver con su naturaleza, como una muestra más del protagonismo que hoy ejerce la cultura técnica en las disciplinas artísticas: estos espacios se han posicionado como vehículos informales de un *hacer* técnico a partir del trabajo con la palabra; sitios en permanente movimiento donde se buscan y establecen vínculos entre las partes y se fomenta una ansiedad –una búsqueda de cambios de hábitos– desde la “temperatura” del medio.¹⁰ Ansiedad desprendida de la ilusión del diálogo constante, y de una necesidad de actualización periódica que mantenga a todos *con vida*.

La “extrañeza” apuntada en el comienzo, a partir del modo en que algunos escritores se han apropiado del *blog* para conformar otra faceta del trabajo profesional, toma cuerpo en el enorme abanico de elementos que allí pueden observarse, y que obligan a repensar los conceptos heredados de las instituciones y las prácticas literarias precedentes. El *hacer técnico* se materializa en la naturaleza del formato, pero

literario? En *Arte y técnica*, Mumford se ocupa de la técnica en los dominios del arte y utiliza como ejemplo, al igual que Walter Benjamin, a la pintura. El desafío, entonces, se encuentra en el traslado a la palabra. La producción y recepción de obras literarias también involucra sensaciones donde opera una cierta *lejanía*, quizás a raíz de la presencia o no de un *sentido de totalidad* fundamental para cerrar el círculo de una obra. En este último sentido, la figura del lector es central para reflexionar sobre esa potencia aurática; sobre la atención contemplativa que genera una obra de esta naturaleza. Estas percepciones no pueden evadirse, y menos en relación con las características de los nuevos formatos de publicación digitales.

⁹ “Ya que la creación no puede realizarse sin la lectura, ya que el artista debe confiar a otro el cuidado de terminar lo comenzado, ya que un autor puede percibirse esencial a su obra únicamente a través de la conciencia del lector, toda obra literaria es un llamamiento. Escribir es pedir al lector que haga pasar a la existencia objetiva la revelación que yo he emprendido por medio del lenguaje” (Sartre, 2003 [1950]).

¹⁰ “Entre los aspectos que me interesan de los *blogs*, quizá el primero es que me parece un medio caliente y cambiante. Uno se mete en un *blog* y espera que haya cambiado; o siente la desilusión de meterse en un *blog* y descubrir que está abandonado desde hace un año. Se suele hablar de la televisión como un medio caliente, a diferencia del cine que es un medio frío. Caliente en el sentido que se actualiza y habla de la actualidad y está todo el tiempo cambiando, en diálogo

fundamentalmente en los *modos de ser* de quienes participan. Así intervienen valores y pautas de interacción que son comunes a los nuevos medios de comunicación por redes, donde se reproduce una idea que sitúa a los formatos de publicación web como polos de resistencia frente a las desigualdades del mercado editorial, y específicamente la afirmación del *blog* como el modo más barato, masivo y versátil de producir y difundir literatura, sin la mediación de terceros (es decir, un estado de *conexión total*). Un *hacer técnico* que se hace palpable en la cualidad de “vender” al espacio como un *nexo creador de vínculos entre los hombres*, que actuando bajo parámetros comunes –según la palabra de Ellul– puede ligar a éstos en una “tácita fraternidad”. Una fraternidad que, evidente por los mismos escritores, no puede desligarse de un cierto aire de precariedad que propaga el medio y que hasta ellos mismos reproducen –en los hechos, en sus instancias de publicación– cuando puján por ocupar un sitio visible en la industria editorial: lo que verdaderamente parece no negociable.

Pero para que este análisis pueda ser interpretado a partir de las tensiones y complementariedades señaladas, y para no caer en la necedad, falta la contraparte: esto es, los trazos, las huellas de un *hacer poético* que también se observa en el trabajo realizado por algunos escritores en sus *blogs* –como el caso de Chejfec–, y que permite pensar en la *convivencia* de los impulsos objetivos y subjetivos que Mumford abordó en su análisis sobre el arte y la técnica. ¿Cómo pensar una suerte de “salvación” en términos románticos que involucra al trabajo de un escritor en la red? ¿Dónde se debe situar el análisis para comprender otra mirada sobre este problema?

La idea de un *hacer poético* toma otro matiz si al trabajo de un escritor en la web se lo considera desde otra óptica. Algo así como encerrar la heterogeneidad mencionada en una condición primera de la utilización del formato: existen *blogs* cerrados y *blogs* abier-

tos que, aunque son piezas que compiten en el seno de un mismo sistema, pueden reproducir distintas posturas de comportamiento, modos de ser dispares entre los hombres, y entre los hombres y sus prácticas. Las búsquedas de inclusión y de pertenencia guiadas por el sentido de la eficacia, las estrategias fundadas en la visibilidad y en la conexión permanente, se corresponden con los casos donde el peso de los símbolos –la palabra y sus texturas, y la narración en sí misma como modo de construir(se)– se subordina al peso del contacto. Sin embargo, ciertos ejemplos permiten pensar en otras posibilidades, ya más cerca del formato como *obra* –el *blog* como proceso estético, como obra en sí misma– que como sitio de reunión o disparador de discusiones desde y sobre el campo literario. Lo que se encuadraría en la definición de *blog cerrado* podría significar un acercamiento a esta idea.

En su espacio *Parábola Anterior*, Chejfec no permite la inclusión de comentarios para sus publicaciones, y no ofrece ningún dispositivo de vinculación con otros espacios. Allí se hace palpable la jerarquía que ostenta la figura del escritor: si el lector pretende participar lo debe hacer por un vínculo supuestamente “mediado”, tal como sucede con los textos impresos. Pero esa jerarquía individual, alimentada por la misma figura del autor, también deja ver una instancia de experimentación a partir de las publicaciones: Chejfec sí publica textos literarios, tomando a esta definición como textos donde la función estética predomina por sobre otras funciones (Murakovsky, 1977). Los textos que publica en su espacio reproducen fragmentos de obras incompletas, interrogantes sobre estructuras narrativas, finales de obras ya editadas en papel y hasta fragmentos de esas mismas obras, recortados por el autor arbitrariamente. Este modo de afrontar la práctica escrituraria en un soporte digital abre el “panorama” analítico: deja entrever otro camino. Y pensar la administración del formato como un *proceso en sí mismo* de creación personal, una suerte de búsqueda

go constante con el presente. En este sentido me parece que los *blogs* son un medio caliente, por donde pasan hoy las discusiones más interesantes, a diferencia de los suplementos donde las discusiones a lo mejor llegan tarde, frías; o incluso los libros, donde hay discusiones que también llegan un poco tarde. En los *blogs* hay una demanda de dinamismo por parte de los lectores” (Mairal, 2006).

sistematizada y periódica, un “borrador” destinado a ser leído por otros –objetivando la experiencia del autor– que complementa la producción impresa de textos literarios, puede hablar de una reformulación en el *hacer poético* del escritor que experimente con otras distancias entre la conciencia de la propia obra y la obra en sí, y que alimente otros tiempos y otros hábitos en la cotidianidad del proceso creativo.

El *hacer poético*, entonces, como una *intención*. Algo que se acerca más a la naturaleza del proceso creativo, tanto para el autor como para el lector. La intención de tensar las posibilidades del lenguaje y de reflexionar sobre la escritura desde la escritura misma, como también de reflexionar sobre la noción de *obra* y sus objetivos desde una instancia distinta –y paralela– de publicación: los soportes digitales, a pesar de que la “dureza” de la pantalla para la lectura no pueda competir aún con la amabilidad de los soportes impresos, hecho que se observa en la preeminencia de formas textuales fragmentarias por sobre la búsqueda de una *totalidad* o una *continuidad* de sentido en los textos. Esa posibilidad de afrontar el proceso de creación está relacionada con el camino propuesto por los autores citados: quizás no exista mejor panorama para la relación actual –y complementaria– entre estos soportes digitales y el devenir de la literatura que el de re-discutir la concepción íntima sobre el *hacer*; esto es, repensar cuantas veces sea necesario la concepción de la técnica desde las facultades individuales del artista –sus tensiones– y desde las condiciones de recepción.

En la compleja zona de pensamiento que se abre entre las diversas apropiaciones de *la máquina* y la concepción técnica o *maquinal* del hacer humano, lo que intentamos con esta aproximación al problema es rescatar aquellos usos de la máquina que nos permitan esclarecer sus contextos de tradición: “ver” dónde se originan dichos usos para luego “acolchar” lo heredado en el momento actual de estos me-

dios y en el devenir –en este caso– de la literatura. Sin duda quedan muchas cuestiones por abordar. Bajo el problema de las apropiaciones persiste el “hueso”: la des-ocultación de ese problema de fondo es, más allá de lo que se pueda concluir con el trabajo empírico, el nexo siempre presente entre el arte y el mejoramiento del hombre en tanto hombre. Ese problema que subyace, la concepción eminentemente técnica de las relaciones y del arte, brinda la posibilidad de imaginar siempre *otro* modo de hacer las cosas; formas donde la producción artística y su recepción sigan remitiendo a lo más visceral y sensible de las personas, aunque esto salga del foco del análisis de los casos y parezca una reflexión romántica, al margen de los márgenes ya trazados.

BIBLIOGRAFÍA

- CABRERA, Daniel, *Lo tecnológico y lo imaginario*, Biblos, Buenos Aires, 2006.
- CASTELLS, Manuel, *La era de la información. La sociedad red*, Vol. 1, Alianza, Madrid, 2000.
- ELLUL, Jaques, *La edad de la técnica*, Octaedro, Barcelona, 1990 [1960].
- FUMERO, Antonio, “El abecé del universo *blog*”, en *Telos* Nº 65, Madrid, octubre-diciembre de 2005.
- HEIDEGGER, Martin, *Ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Chile, 1984 [1957].
- LINK, Daniel, “Si a algo equivale Internet es a la escritura y, por lo tanto, a la cultura letrada”, entrevista en *Educ.ar*, www.portal.educ.ar, septiembre 2005.
- MAIRAL, Pedro, “El blog y la ansiedad”, en www.elseñordebajo.blogspot.com, septiembre de 2006.
- MITCHAM, Carl, *¿Qué es la filosofía de la tecnología?*, Anthropos, Barcelona, 1989.
- MUMFORD, Lewis, *Arte y técnica*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1961.
- MURAKOVSKY, Jan, *Escritos de estética y semiótica del arte*, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.

ORTIZ, Renato, *Otro territorio*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2005.

PAVÓN, Cecilia, Entrevista, en *Perfil*, Suplemento Cultura, 10 de agosto de 2008.

SARTRE, Jean Paul, *¿Qué es la literatura?*, Losada, Buenos Aires, 2003 [1950].

SCHMUCLER, Héctor, "La comunicación desde la reflexión sobre la técnica", curso de doctorado del Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, noviembre de 2008.

_____, *Memoria de la comunicación*, Biblos, Buenos Aires, 1997.

SIBILIA, Paula, *La intimidad como espectáculo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2008.

WREDE, Oliver, "Are blogs different to forums?", en www.wrede.interfacedesign.org, mayo de 2005.

El usuario en la era de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC)

María Chehín

María Chehín es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Tucumán (UNT) y Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Resumen

Evitando caer en cualquier forma de determinismo tecnológico, resulta indudable que las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) abrieron un abanico de posibilidades todavía inconmensurables, al posicionarnos frente a medios que, técnicamente, no tienen limitaciones espaciales y cuya utilización constantemente desafía y quiebra límites, deconstruye y reconfigura identidades, tanto individuales como colectivas.

Este trabajo aborda el cambio de paradigma que produce el avance irrefrenable de las NTIC en nuestras sociedades, el pasaje de audiencia a usuarios, de consumidores a productores de información, y la reformulación de las nociones de lo público y lo privado, lo que se traduce en un análisis de la comunicación digital como resultado de prácticas comunicacionales situadas que ocurren en relación con condiciones sociales y culturales concretas.

Palabras clave: audiencia – usuario – prosumidor – mediaciones – NTIC – público y privado

Keywords: audience – user – prosumer – mediations – ICTs – public and private

Abstract

Avoiding to fall down in any form of technological determinism, it turns out undoubted that the new technologies of the information and the communication (ICTs) opened a range of still immeasurable possibilities, on having positioned ourselves opposite to media that, technically, do not have spatial limitations and which utilization constant defies and breaks limits and re-forms individual and collective identities.

This essay approaches the paradigm shift that makes the unstoppable development of ICTs in our societies, the turning of audience to users, of consumers to producers of information, and the reformulation of the notion of the public and the private, which leads to an analysis of digital communication as a result of communicational practices that happen in specific social and cultural conditions.

Recibido: 27-5-2010 / Aceptado: 28-7-2010

Una de las pocas certezas respecto de las sociedades del siglo XXI es que están signadas por la evolución tecnológica e informativa que transformó “por completo las posibilidades de intercambio, circulación, consumo y almacenamiento de información así como también las de producción simbólica, cultural, multimediática y multilingüe de los sujetos sociales” (Orozco Gómez, 2009b). Evitando caer en cualquier forma de determinismo tecnológico, resulta indudable que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) abrieron un abanico de posibilidades todavía inconmensurables, al posicionarnos frente a medios que, técnicamente, no tienen limitaciones espaciales y cuya utilización constantemente desafía y quiebra límites, deconstruye y reconfigura identidades, tanto individuales como colectivas.

De modo que la dimensión que alcanzó la confluencia de los viejos y nuevos medios de comunicación se traduce en una situación particular que transforma completamente el intercambio comunicacional. Sea rompiendo tradiciones, descentrando realidades que parecían inamovibles o aglutinando aparentes incompatibilidades, el nuevo panorama comunicacional reformula y reconfigura prácticas sociales, el tiempo y el espacio, lo público y lo privado. En este sentido, el pasaje de audiencia a usuarios, de consumidores a productores de información, constituye, indudablemente, una de las transformaciones más significativas que propiciaron las NTIC. En el presente ensayo abordaremos dicha transición a partir de las reformulaciones de los conceptos de lo público y lo privado y, sobre todo, intentando posicionar a la movilidad como el eje rector de los tiempos que corren.

EL AVANCE DE LAS NTIC Y UN CAMBIO DE PARADIGMA

De acuerdo con Joël Rosnay (2002) atravesamos un cambio de era, una fase de transición entre dos tipos de sociedades que coexisten: la *industrial*, con

su característica producción masiva de objetos estandarizados y su estructura taylorista, jerárquica y centralizada de esas operaciones de producción; y la *informativa*, en redes, con rodamientos y engranajes, que posibilita interacciones transversales entre diferentes actores. Se está dando un cambio de paradigma y la transformación de todo un cuerpo de pensamiento siempre es, en cierta medida, traumática. En este sentido, se trata de modificaciones que se manifiestan en lo político, económico y cultural y a las cuales hay que entender, experimentar y aprender. Entender para aprovechar las posibilidades de acción que nos resultan útiles, experimentar con la computadora, nuestros amigos, colegas, etc. para aprender y forjarnos una idea personal del panorama al cual nos enfrentamos. Con respecto al último punto, la opción sistémica, complementando la visión enciclopédica del aprendizaje, permite que los sujetos se sitúen en relación con el conocimiento, la adquisición de conocimientos y el pensamiento. Por eso hoy las posibilidades de buscar, obtener, sintetizar y comunicar información se proyectan, mejor que nunca, en el escenario de la interacción de los usuarios con las redes. Y la importancia de esto reside en que todas las instituciones mediadoras creadas con el objetivo de organizar los enormes flujos de información que trajo aparejado el invento de Gutenberg –la escuela, los partidos políticos, la administración fiscal, las burocracias, los tribunales y la prensa– se hallan en crisis debido a la nueva masa de información que no logran gestionar y que agencian los nuevos medios electrónicos (Giussani, 2002).

Es sabido que la vida en las sociedades actuales adquiere su sello distintivo por el alto grado de mediatización. Nuestra interacción social está mediatizada a través de uno u otro medio de comunicación que tuerca entre la realidad y los sujetos. Según Manuel Martín Serrano (1985) hay dos tipos de mediatización, la *cognitiva*, que le imprime a la realidad la

óptica que el medio reconoce como la adecuada de acuerdo a su propio bagaje e intereses, y la *estructural*, que refiere a que el medio adapta la información que produce a sus posibilidades expresivas. La primera tiene la función de mitificar la realidad, por lo que busca que los acontecimientos que se presentan no irrumpen violentamente sobre el orden social sino que sean percibidos por los individuos como familiares a fin de que puedan encajarlos en sus modelos de percepción y comprensión; la segunda está destinada a ritualizar modelos de producción de comunicación. “Las múltiples mediaciones especifican las distintas influencias que inciden en los procesos de interacción entre audiencias y pantallas y colaboran en el resultado de la negociación, ya sea que se acepte el significado propuesto, se modifique o se acepte parcialmente, o definitivamente se rechace” (Orozco Gómez, 2009a).

Según Henry Jenkins (2008 [2006]) la convergencia cultural de nuestros días se define en tanto la explosión de nuevas formas de creatividad en las intersecciones de varias tecnologías mediáticas, industrias y consumidores. A su entender, esta convergencia mediática acoge una nueva cultura folklórica participativa al dar a la gente promedio las herramientas para archivar, comentar, apropiarse y recircular contenido. Pero esta definición, que empodera a los usuarios, deja de lado otras variables históricas y socioculturales que pueden condicionar lo que se señala *como el control de los sujetos sobre los medios de comunicación*. Por eso, lo importante es contextualizar el medio en la comunicación. En este sentido, Internet es un mecanismo técnico de transporte de señales digitales que permite que las personas puedan establecer sistemas de intercambio simbólico. Y, justamente, estos sistemas son producto de acciones intencionales de actores sociales, económicos y culturales que crean condiciones para la acción individual. Como indica Eduardo Villanueva Mansilla (2006):

La comunicación digital es el resultado de prácticas comunicacionales *situadas* que ocurren en relación con condiciones sociales y culturales concretas, identificables en el tiempo y en el espacio; el peso específico de las experiencias sociales convencionales, en oposición a las virtuales, define el grado de anclaje de cada caso de comunicación, con relación a sus orígenes convencionales o a sus expresiones virtuales.

Claro está que la eclosión de lo digital produce cada vez más formas de comunicar, más personas comunicando y más tecnologías de comunicación. Esto, a su vez, produce cierta ansiedad por comunicarse con resultados que no son siempre los esperados, (des)encuentros, tecnologías que se hibridan y comunicaciones que se intersecan en el marco de lo que llamamos la convergencia tecnocultural. Si bien se cree que una de las formas de disminuir las desigualdades socioeconómicas es mediante el cierre de la brecha digital, en la medida en que haya más acceso a las NTIC, resulta evidente que estas diferencias van más allá de la mera conexión física y se centran en las capacidades que tienen estas sociedades para transformar la información disponible en conocimiento, riquezas y bienestar. “Las posibilidades de aprovechamiento de la oportunidad dependen de los conocimientos previos, de los idiomas que se hablen, de las posibilidades para aprovechar las redes, del capital económico y simbólico” (Dorcé, 2009).

Una de las diferencias centrales entre las NTIC y los viejos medios de comunicación es que a partir de las primeras se pasa del modelo verticalista clásico a uno de redes que disminuye jerarquías y redistribuye el poder de comunicación. En la estructura de redes no hay un pequeño grupo dominante que produce contenidos, sino que la circulación de información puede realizarse en todas las direcciones pues el poder de difundirla está distribuido entre los actores de la red. “Se trata de un enorme cambio de estructuras

en los medios. Los nuevos medios de comunicación introducen una serie de posibilidades de interacciones mucho mayores, porque redistribuyen el poder de comunicación” (Giussani, 2002).

En lo que respecta al contenido de la red, se estima que el grueso de lo que se consume proviene de los medios convencionales. Esto resulta de gran trascendencia ya que sirve para matizar el entusiasmo acerca de la capacidad de los nuevos medios para ampliar la comunicación humana. Lo que sí sucede es que los viejos medios de comunicación reformulan la presentación de sus contenidos de manera tal de seguir resultando atractivos y ofrecer un producto diferente que se complementa con la nueva escritura y la imagen virtual. Por otro lado, si algo aporta Internet en relación con los medios de comunicación tradicionales es diversidad. Al abanico de públicos disponibles, cada uno de ellos con sus intereses, capacidades y gustos diferentes, se le suma otro tipo de diversificación: la de los productores de información (Giussani, 2002). Pero uno de los puntos trascendentales del impacto de las NTIC, y la divergencia entre sus usos y apropiaciones, es que tiene que ser pensado dentro del contexto en el cual se insertan, contemplando las diferencias en cada segmento social, cultural, de género, generacional, etcétera.

LA TRANSICIÓN DE AUDIENCIA A USUARIO

Históricamente se conocieron medios y audiencias tradicionales que surgieron y se consolidaron en distintos momentos y escenarios. La radio, la televisión, la prensa, el cine, las editoriales, se constituyeron en territorios con audiencias claras y establecidas. En este sentido, las audiencias refieren a un conglomerado no tangible, disperso, que se puede fragmentar de acuerdo a edad, género, clase social, etc., que puede ser medido probabilísticamente y que se caracteriza, sobre todo, por no poder modificar el contenido

de los medios aunque sí su interpretación. De modo que la audiencia tiene una interacción visual-auditiva con el referente en tanto que puede criticar, rechazar o disfrutar el contenido, pero se trata de una interacción simbólica que no posibilita modificar el objeto sino sólo el juicio de apropiación.

Esta situación se modificó sustancialmente ante la innovación digital que posibilitó la emergencia de una nueva categoría, la de usuario. Un sujeto que se instituye en espectador, público, televidente, audiencia, lector, consumidor y, he aquí la novedad, en productor y distribuidor de contenidos. Así, la diferencia central entre audiencia y usuario se encuentra en la posibilidad de intervenir materialmente el objeto. Este cambio, que se produce en tanto se cumplan ciertas condiciones de accesibilidad y de cultura digital, permite que los sujetos creen sus propios referentes y recreen nuevos significados de aquellos referentes producidos por otros. Lo que deviene en modificaciones en la conformación y la negociación de identidades, así como también en lo que refiere al consumo informativo y cultural (Orozco Gómez, 2009a).

Hoy la lógica del *prosumidor*, acrónimo formado por la fusión original de los términos *producir* (productor) y *consumer* (consumidor),¹ permite que el televidente se convierta en internauta, navegue en la web, se comunique con sus contactos y socialice sus puntos de vista de forma escrita o audiovisual, instituyéndose en un consumidor mucho más activo. Partiendo del principio de que el consumo cultural mediático en ningún momento es pasivo, el investigador André Dorcé (2009) realizó una serie de observaciones al respecto. Una de ellas es que los sentidos e interpretaciones se producen en el encuentro lector/texto dentro de contextos culturales y situaciones sociopolíticas concretas (el hogar, el barrio u otros espacios públicos constituidos por micro y macro mediaciones); otra, que su actividad no se limita a presentar lecturas oposicionales, negociadas o dominantes de

1 También se lo asocia a la fusión de los términos *professional* (profesional) y *consumer* (consumidor).

los textos mediáticos, en la medida en que estas son determinadas y alteradas parcialmente por categorías identitarias complejas, definidas por el género, la edad, la raza y la clase. Además, tales interpretaciones potenciales son producidas por los lectores/ consumidores y socializadas dentro o fuera de sus comunidades. En palabras de Dorcé:

La producción cultural del *prosumidor* resultante de los procesos de consumo simbólico de los medios tradicionales y emergentes es también dinámica y compleja, y por lo tanto reducirla a la expresión de actividad o pasividad como cualidades morales resulta simplista. Se trata de identificar qué clase de actividad posibilitan las distintas tecnologías comunicacionales entre sí y como ésta es condicionada por el desigual acceso a recursos materiales y simbólicos que eventualmente orientan los sentidos productivos de tal actividad.

Y es que las desigualdades, como afirmamos anteriormente, más que en la conexión física, se centran en las capacidades para transformar los enormes flujos de información disponibles en conocimiento, riquezas y bienestar para los distintos grupos que acceden a las NTIC.

Los medios digitales permiten ejercer formas tradicionales y completamente nuevas de socialidad. "Los individuos llevan al ámbito virtual un bagaje complejo de experiencias y expectativas y tienen que adaptarse a las características sociales y técnicas de cada medio, lo que deja margen para hablar de formas de intercambio social distintas, propias de lo virtual" (Villanueva Mansilla, 2006). En este sentido, las NTIC pueden ser experimentadas como una estrategia, tanto individual como colectiva, de cohesión, visibilidad e inclusión social. Las nuevas formas de estar comunicado representan una estrategia de control de la incertidumbre en un mundo en el que prácticamente no quedan certezas, y una defensa contra las

amenazas de exclusión de los grupos de pertenencia. De modo que, la interactividad, la horizontalidad y la co-operatividad de las NTIC se presentan como una plataforma simbólica compensatoria, una especie de imaginario que crea una ilusión de poder, de control del entorno (Winocur, 2009). Este potencial creativo y productivo que puede alcanzar el usuario no debe confundirse con la absoluta disolución de las jerarquías convencionales que operan entre productor y usuario en el marco de las industrias culturales, ni tampoco debe perderse de vista que no todos los usuarios tienen las mismas capacidades o conocimientos ni son movilizados por los mismos intereses en sus usos de las redes. Lo que sí sucede es que las NTIC posibilitan una transformación sustantiva de las jerarquías y mecanismos hegemónicos que estructuran los procesos de comunicación social y redefinen tanto los actores como los términos en los que se realizará tal potencial (Dorcé, 2009).

Toda aproximación a las nuevas tecnologías trae aparejada una resignificación por las concepciones que los grupos a los cuales pertenezcan los individuos tengan de estas en el trabajo, la escuela y el hogar. Son los usuarios los que limitan el alcance y el sentido de la experiencia con la tecnología dentro de su universo práctico y simbólico (Winocur, 2009). De modo que no es la convergencia digital por sí misma la que provoca las transformaciones en el ámbito de la socialidad y la comunicación, sino la forma en que se traducen imaginariamente sus posibilidades en la vida cotidiana de los usuarios. "En términos de experiencia existencial, la convergencia digital no se sostiene en sus soportes tecnológicos sino en la confluencia de sentido que organiza a partir de ellos" (Winocur, 2009).

Los usos que los actores hagan de estas tecnologías es lo que les da sentido y, al parecer, lo que hacen en gran medida las NTIC es reforzar usos propios de la edad y de las actividades que los sujetos realizan

fuera de la red. Además, no se puede perder de vista el factor de la inercia social, concebida como la resistencia o la subutilización de las posibilidades de las NTIC en la vida diaria. Como señala Rosalía Winocur (2007):

El hecho de que las personas usen las TIC para fines “no previstos”, y de una forma “no prevista” por los programadores e ingenieros informáticos, no implica necesariamente una subutilización de sus potencialidades sino su adecuación a situaciones sociales, culturales y afectivas altamente significativas para diversos grupos e individuos antes de la llegada a sus vidas de estas tecnologías.

En el caso de los jóvenes, las NTIC son incorporadas, no tanto por su capacidad de acceso a la sociedad de la información, como por sus posibilidades lúdicas y de sostener y reforzar lo local y la comunicación en las redes sociales y familiares. “La utilización del teléfono celular, del correo electrónico, del *Messenger*, de *Skype*, la *webcam* y otros recursos informáticos, contribuye a reterritorializar virtualmente el hogar fincado en espacios físicos concretos, conocidos e íntimos” (Winocur, 2009). Lo virtual y lo real son dos mundos de experiencias diferentes pero no son vividos como antagónicos sino como complementarios, en tanto que la interacción por medio de correo electrónico, *Messenger* o *Facebook*, por ejemplo, no implica la sustitución ni la renuncia de los vínculos o de los espacios reales de encuentro sino una recreación de los mismos. Además, debe tenerse en cuenta que el uso que se hace de estas tecnologías también puede variar si los usuarios se encuentran en su hogar, en el trabajo o en sus lugares de estudio. “Cada espacio le da un sentido distinto al proceso sociocultural de apropiación de las TIC, que no está determinando por las posibilidades de la tecnología sino por el universo simbólico de referencias y prácticas compartidas” (Winocur, 2007).

LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LA ERA DE LAS NTIC

Los nuevos medios de comunicación, a la vez que cambiaron el sentido de la comunicación, modificaron completamente el de la disponibilidad y volvieron más laxos los límites de lo público y lo privado. Siguiendo a Salvador De León Vázquez (2009), es posible plantear un desplazamiento de lo público a partir de cuatro configuraciones que tuvieron una presencia histórica en la tradición occidental: el modelo del ágora griego, el modelo del derecho romano, el modelo de la esfera pública burguesa y el modelo de lo público-mediático. Según este autor, las investigaciones en filosofía política de Hannah Arendt y Norberto Bobbio permiten entender la forma en que se construyó la idea de lo público en esta tradición intelectual, mientras que los estudios de sociología sitúan empíricamente el concepto, lo que posibilita su vinculación con los sistemas institucionalizados de comunicación.

De forma sintética, podemos decir que la filosofía recorre lo público desde la Grecia antigua hasta la esfera pública moderna, registrando un cambio fundamental en el entendimiento de esta noción. Arendt parte de su concepto de *vita activa* que fija los condicionamientos a los que la humanidad responde a partir de tres actividades: labor, trabajo y acción, relacionadas con el proceso biológico del cuerpo, las necesidades básicas para la supervivencia individual y la pluralidad que da origen a una vida política. En la *polis* griega dos actividades eran consideradas públicas: la acción y el discurso, como parte de la acción. Más tarde se separaron, haciéndose más independientes, y mientras la organización política se centró en el discurso en la esfera privada quedó lo que correspondía con las fases de la labor y el trabajo. Se trataba del terreno del ámbito familiar, donde el ciudadano mantenía sus posesiones.

Bobbio, por su parte, ilustra en el Estado romano el desplazamiento de lo público a lo social a partir de

la definición de la república que establece vínculos jurídicos y de utilidad en común. Se construye una sociedad con gobernantes y gobernados donde las relaciones entre iguales se colocan en la esfera económica, correspondiendo a la nueva esfera de lo privado, mientras que la desigualdad se plantea en términos políticos y no en términos económicos, distinguiendo qué actividades le correspondían al Estado y cuáles a los individuos. Finalmente, en la edad moderna las fronteras entre lo público y lo privado comienzan a desdibujarse. Las sociedades se van complejizando, el ritmo de vida comienza a cambiar y los marcos jurídicos e institucionales generan un escenario propicio para la difuminación de estos límites, siempre en función de la correlación de fuerzas de los actores y su ubicación en la estructura social, claro está.

Siguiendo a Bobbio, en determinados momentos históricos lo público cobra mayor importancia, incluso hasta el punto de lograr suprimir lo privado por la vía de la argumentación del bien común y de la preeminencia de éste a los bienes particulares; pero también existe el caso contrario, momentos en que lo público se retrae y lo privado se impone. Un claro ejemplo del primer caso lo representa el Estado interventor regulando la economía; el caso contrario se observa en los momentos de adelgazamiento del Estado. De modo que en la modernidad la aparición de la esfera de lo social implica una transformación del significado de lo público y la salida de la esfera privada de la labor y el trabajo. Otro factor de mucho peso en este proceso es la emergencia de la sociedad civil que limita y restringe el poder público-político.

Con la intención de simplificar aún más estas transiciones es posible afirmar que en el caso del ágora griega la comunicación se asume como un intercambio entre pares; en el Estado romano, la comunicación en el espacio público se traduce a un modelo vertical entre gobernantes y gobernados; mientras que en la modernidad se plantea como un espacio de debate en

el sentido habermasiano. La llegada de los medios de comunicación formula un nuevo espacio de construcción de sentido de lo público que tiene su incidencia en las opiniones privadas y en su interacción. Las contradicciones que lleva en sí misma esta modalidad, soporata por una estructura tecnológica que la condiciona y la hace posible, generan rupturas en la concepción de lo público. Por eso algunos especialistas consideran que el fin del siglo xx y el inicio del siglo xxi, en lo que respecta a las condiciones políticas y económicas dominantes, representa cierto riesgo para las libertades y derechos ganados históricamente.

Unidas al pensamiento liberal ilustrado, estas críticas que ordenaban lo público-privado como elementos constitutivos de la modernidad revelan una clara difusión entre los límites de estos conceptos. La idea es cuestionar y dismantelar el pensamiento moderno en sus contradicciones, tales como el sometimiento de la política al capital y su expresión en el desempleo, las agudas condiciones de pobreza de las zonas subdesarrolladas, las guerras y la incapacidad de las instituciones para enfrentar estas problemáticas. Se trata de un desplazamiento de lo público hacia la esfera de lo social. En este sentido, la ideología neoliberal se presenta como el derrocamiento de la política misma y reduce la democracia a una cuestión de procedimiento circumscripita por el mercado. La sociología del riesgo, con exponentes como Zygmunt Bauman y Anthony Giddens, revela la fragmentación social y las falencias en la comunicación entre los individuos y las instituciones que organizan la estructura social, advirtiendo la necesidad de la formulación de nuevos espacios de socialidad y comunicación. Así, valora la incursión de los dispositivos tecnológicos y sociales que permiten la inserción de lo público en espacios tradicionalmente privados, y que temas privados ingresen y se discutan en la agenda pública.

En la actualidad resulta imposible no considerar a los medios de comunicación como un factor determi-

nante de la constitución y construcción de lo público. Los medios se convierten en dispositivos fundamentales para la circulación de temas y personajes en una sociedad que tiende a una interconexión cada vez mayor. Los usos y las potencialidades de las NTIC dificultan enormemente el hecho de hablar de lo público y lo privado en términos absolutos. Y es que, en tiempos de comunicación de masas, el espacio público ha dejado de constituirse en un ámbito físico para convertirse en una serie de sucesos públicos y privados mediados. Se concibe lo público como el resultado, en permanente transformación, de un proceso social histórico que se va construyendo a partir de la experiencia social. Así, lo público se resume como un producto social, político y cultural (De León Vázquez, 2009).

Los medios digitales se convierten en espacios de acción social. A partir de la irrupción de la sociedad de masas, y de los medios masivos, los espacios públicos muestran gran diversidad y, sobre todo, agendas conflictivas. Esto en tanto que la sociedad de masas no ha sido precisamente capaz de lidiar con los intereses contrapuestos de la discusión de lo público, por un lado, y la necesidad de los medios de mantenerse atractivos y rentables, por otro. De allí que lo público como negocio o espectáculo no necesariamente coincide con lo público como interés común. La aparición de medios digitales da lugar a la creación de una gran variedad de nuevos espacios públicos. Se trata de lugares de libre acceso donde los individuos pueden discutir y eventualmente satisfacer sus intereses. Redes sociales como *Facebook*, *MySpace*, *Hi5* o *Badoo* han empezado a mostrar más de la vida del otro, sus gustos, su vida, sus contactos, de modo tal que cada vez que el usuario publica algo en la red comparte una porción de su vida personal. Como señala José Cabrera Paz (2009):

Esta red es una biografía en tiempo real. Las redes sociales novelizan los relatos de vida cotidiana y lo hacen en for-

mato multimedial. Con fotos y videos el usuario va contando su vida, o mejor, mostrando su vida, momento a momento, al estilo de lo que era la tradición del género del *diario íntimo*. Aunque ahora tiene otro sentido: es diario, pero no es íntimo, es justo todo lo contrario, es la total ruptura con el concepto de intimidad tradicional.

Con fines prácticos, el autor divide la intimidad humana en tres esferas de comunicabilidad social. En la primera está lo más cercano, lo que la persona define como tema de su exclusivo conocimiento personal. Es la esfera del secreto personal, de lo que se considera indivulgable; contempla lo que el usuario no se atreve, no quiere o considera que no es necesario hacer público. La segunda comprende aquello que pertenece al ámbito del grupo primario, de la familia, y la tercera, lo que le acontece a cada sujeto en la vida de sus grupos de pares y en pareja. En *Facebook* o *MySpace*, por ejemplo, esta esfera es la más fácilmente transmutable en relatos, fotos y videos de carácter público, incluyendo eventos aparentemente privados referidos a la vida de pareja. Esta tercera esfera tiene cierto carácter mixto, es limitadamente pública y a la vez limitadamente privada, y su contenido comúnmente se restringe a ese grupo de pares. Pero con Internet y los teléfonos celulares, y la puesta en escena de la cotidianidad en una secuencia de álbumes públicos, redes sociales y videos compartidos, las tres esferas convergen y vuelven difusas sus fronteras. Para Cabrera Paz:

El código del espectáculo se ha socializado entre todos con una alta valoración social. Los usuarios descubren su vida íntima en Internet, la televisión se nutre de *reality shows* que hacen masiva la premisa de que todo puede ser visto. La intimidad se transforma en objeto de consumo y de placer.

Algunos autores destacan como el principal atractivo de la socialidad digital su potencial para

fortalecer la democracia o para crear nuevas formas de gobierno. Mientras que otros sostienen que la diversidad de voces que se escuchan en el ciberespacio posibilita la emergencia de nuevas reglas de convivencia para las sociedades en transformación. Armand Mattelard (2002) afirma que un gran mito de tipo libertario de derecha es el que piensa que al conectarnos todos juntos a través del mundo vamos a tener automáticamente una sociedad civil internacional. Para el teórico:

Es un mito conservador y peligroso porque el punto de anclaje de la ciudadanía, del contrato social que hace que seamos ciudadanos, continúa siendo, a pesar de todo, el territorio del Estado-nación. Y es quizá el único a partir del cual se puede ejercer presión, sobre todo para impedir que coja esa deriva del todo-liberal.

A su entender, esto tiene que ir combinado con una reflexión sobre la internacionalidad de las redes sociales y la cuestión técnica. En este sentido, afirma que si este mito dificulta un análisis acerca de la transformación del territorio del Estado-nación como espacio de resistencia es porque no reflexionamos sobre lo que, precisamente, es la nación.

Finalmente, cabe comprender que todas las posibilidades de expresión que brindan las NTIC (*Messenger*, *Facebook*, foros, *YouTube*, redes periodísticas ciudadanas, etc.) se resumen en ecuaciones diferentes para distintos espacios de comunicación. Por eso, como sostiene Villanueva Mansilla:

No se puede generalizar la importancia de la privacidad, la intimidad o la identidad como elementos definidores de la comunicación digital interpersonal o de medios específicos, sino que se debe llegar a cada espacio individual y estudiarlo como un lugar cerrado, con características que no son resultado del medio técnico sino de la intención de los actores.

CONCLUSIONES

El panorama sintéticamente presentado permite extraer una serie de cuestiones sobre las cuales reflexionar. En primer lugar, cabe destacar el pujante papel que las NTIC desempeñan en nuestros días, puesto que, más allá de que los dispositivos estén o no encendidos, su presencia se imbrica en la cotidianidad a partir de una multiplicidad de referencias, tanto materiales como simbólicas que, sencillamente, no pueden pasarse por alto. El nacimiento del usuario, posibilitado por las NTIC, redefinió la relación entre productores y audiencias, permitiendo el desarrollo de un consumidor activo, *multitasking*, capaz de interactuar de forma simultánea con una multiplicidad de pantallas y de producir a partir de ellas contenidos de todo tipo. Y es que hoy, bajo la amenaza de las nuevas formas de exclusión, esta interacción se ha convertido en una condición necesaria para vivir al día el intercambio social en su conjunto.

Ahora bien, no por esto hay que caer en el determinismo tecnológico de creer que los dispositivos por sí solos redimen tanto a las sociedades como a sus individuos, o que las nuevas tecnologías no son más que un ardid consumista de las corporaciones transnacionales. Entre estos polos se encuentra la realidad de un impulso tecnológico que avanza irrefrenablemente y del cual las sociedades, dentro de sus posibilidades, toman lo que pueden y con usos que a veces se alejan de los esperados (Trejo Delarbre, 2009). Y es que las tecnologías, simplemente, pierden sentido si no conllevan ventajas en términos prácticos para mejorar la vida de sus usuarios. Por otro lado, concibiendo a lo público como un espacio en permanente construcción, producto de la movilidad de los procesos políticos, económicos y socioculturales, no resulta sorprendente que esta noción haya sufrido, y sufra, modificaciones a partir del desarrollo de las NTIC ni que esto, a su vez, posibilitara la for-

mulación de nuevos planteos y debates en torno a las formas de gobierno y participación ciudadana. Frente a la ideología globalitaria homogeneizante, algunos autores rescatan las nociones de mestizaje e hibridación, en tanto que el mundo va cada vez más hacia referencias comunes pero al mismo tiempo hacia la creación de fuentes de diferencias y de diferenciaciones (Mattelart, 2009).

Estamos en los albores, y ante los vaivenes, de una nueva era. Por eso, resulta vital generar estrategias diferenciadas de difusión y alfabetización digital básica para el conjunto de la sociedad, y específicas para los distintos grupos sociales de acuerdo a sus intereses y posibilidades. La prioridad no debe centrarse en adquirir información, sino en integrarla con el conocimiento y la cultura. En este sentido, uno de los desafíos de las próximas décadas será, sin dudas, reformular las instituciones pilares de la sociedad, y seguramente crear otras nuevas, para que sean capaces de gestionar la masa de información, cada vez mayor, que circula a través de los nuevos medios. En conclusión, en la nueva era de innovación tecnológica convergen, se hibridan, se fusionan y chocan culturas y realidades completamente válidas pero distintas. Se trata de una era regida por la descentralización de las fronteras físicas y simbólicas, en la que todo está para ser visto y cuya única certeza firme es que todo se transforma, pues hoy "lo único fijo es el *móvil*" (Cabrera Paz, 2009).

BIBLIOGRAFÍA

CABRERA PAZ, José, "Convergencia: tecnologías del contacto", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.
 DAYAN, Daniel (comp.), *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.
 DE LEÓN VÁZQUEZ, Salvador, "De lo público a la comunicación pública. Revisión conceptual", en *Renglones*, nº 61, ITESO, México, septiembre de 2009.

DORCÉ, André, "Televisión e Internet: ¿Convergencia intermedial con un solo sentido?", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.

GIUSSANI, Bruno, "La revolución digital", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

JENKINS, Henry, *Convergencia cultural*, Paidós, Barcelona, 2008 (2006).

MARTIN SERRANO, Manuel, "La mediación de los medios de comunicación de masas", en AA.VV., *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

MATTELART, Armand, "La nueva comunicación", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo, "Entre pantallas. Nuevos escenarios y roles comunicativos de sus audiencias-usuarios", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009a.

_____, "Audiencias, pantallas y educaciones", Seminario del Doctorado en Comunicación Social, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, septiembre de 2009b.

RAMONET, Ignacio, "Una gran mutación", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

ROSNAY, Joël, "Un cambio de era", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*, Icaria, Barcelona, 2002.

TREJO DELARBRE, Raúl, "Digital Television: Options and Decisions in Latin America", en *Popular Communication. The International Journal of Media and Culture*, Vol. 7, Routledge, 2009.

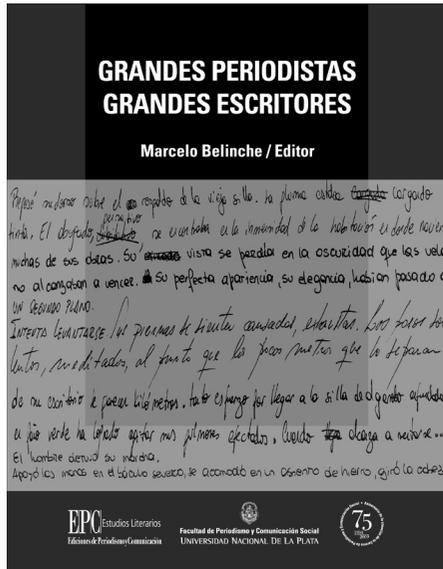
WINOCUR, Rosalía, "La convergencia digital como experiencia existencial en la vida de los jóvenes", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.

_____, "La apropiación de las TIC en la vida cotidiana: mitos y realidades", en *TELOS*, n° 73, octubre-diciembre de 2007.

VILLANUEVA MANSILLA, Eduardo, *Comunicación interpersonal en la era digital*, Norma, Bogotá, 2006.

EPC

Ediciones de Periodismo y Comunicación
Colección Estudios Literarios



GRANDES PERIODISTAS. GRANDES ESCRITORES

Marcelo Belinche (editor)

Establecer hoy una separación entre el periodismo y la literatura, es desconocer la historia que demuestra que entre los dos ha existido y existe una mutua influencia. En los últimos años, se ha impuesto una nueva noción que acaba con la polémica y reconoce en la escritura al fenómeno estético como clave que disuelve viejas fórmulas y desestabiliza géneros.

Ese es el punto de partida de la investigación que se comparte en este libro. Los periodistas-escritores, hombres referentes que desde las dos disciplinas relataron, denunciaron y transformaron su tiempo. En la Argentina, muchos han sido trabajados desde la literatura, pero no se menciona como determinante, su valiosa producción periodística.

A través de la investigación realizada por el equipo de docentes y estudiantes investigadores de los Talleres de Comprensión y Producción de Textos I y II, y del Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE) de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, y de su labor en su Taller Literario, este trabajo recorre obra, vida y tiempo de grandes periodistas-escritores referentes en la Argentina de los siglos XIX y XX, como Mariano Moreno, Domingo F. Sarmiento, José Hernández, Horacio Quiroga, Leopoldo Lugones, Julio Cortázar, Roberto Arlt, Rodolfo Walsh y Osvaldo Soriano, entre otros.

Ensayos

Del happening televisivo al candidato-red

Armando Silva

Armando Silva es Doctor en Filosofía y Literatura por la Universidad de California y Director del Doctorado en Estudios Sociales de la Universidad Externado de Colombia. Es autor de numerosos libros, entre otros: *Imaginarios urbanos* (1992), *Family Photo Album* (1996) y *Urban Imaginaries from Latin America* (2003). En 2008, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) editó una antología de su obra completa bajo el título *Los imaginarios nos habitan*.

Resumen

Este ensayo rastrea el desarrollo de un *happening* que tuvo lugar en una universidad pública en Colombia cuando su rector se bajó los pantalones y le mostró el trasero a un grupo de estudiantes que le impedía hacer uso de la palabra en una asamblea. La acción fue grabada por un alumno que la envió a un noticiero de televisión, lo que generó debates y controversias tanto éticas, como estéticas y políticas. El profesor, Antanas Mockus, fue luego elegido Alcalde e inició el llamado "milagro bogotano" de recuperación de la ciudad desde un programa cultural. Luego de 15 años, cuando las redes sociales imponen su condición de creadoras de opinión pública, el profesor reaparece aspirando a la presidencia de la república. Se examinan acá las relaciones entre deseos colectivos y acciones políticas, entre exhibicionismo mediático y respuestas populares, entre poder, estética y subversiones simbólicas hacia cambios sociales y se concluye con un análisis de medios masivos y grupales en la construcción de imaginarios políticos.

Abstract

This essay traces the development of a happening that occurred on a public university in Colombia, when the director dropped his pants and showed some students his butt because they didn't let him speak in an assembly. This action was captured by a student and he sends it to a television newscast. This act generated a lot of debates and controversy in ethical, aesthetic and political aspects. Professor Antanas Mockus was elected mayor and started the so-called "Miracle of Bogota" which was a recovery of the city from a cultural program. After 15 years, when the Internet and social networks start imposing their status as public opinion makers, Mockus reappears aspiring to the presidency of the republic. Here we will examine the relationship between collective desires and political actions, between media exhibitionism and popular responses, between power, aesthetics and symbolic subversions to social change and will conclude with mass and group media analysis in the construction of imaginary political imaginaries.

Palabras clave: exhibicionismo mediático – mockus – internet – televisión – arte público

Keywords: media exhibitionism – mockus – internet – television – public Art

Recibido: 7-6-2010 / Aceptado: 4-8-2010

 LA TELEVISIÓN Y EL PROFESOR-INSTALADOR

Desde un caso ejemplar, pretendo subrayar en este análisis cómo a través de los medios se fue dando la transformación de un docente en figura política, seleccionado por una ciudadanía ansiosa de generar cambios en la manera de gobernar una ciudad y luego una nación. Se trata de imaginar el futuro de modo colectivo y de construir un imaginario político desde varias estrategias que incluyen a algunos medios como protagonistas del suceso, según sus propiedades inherentes.

El acontecimiento mediático se inició en Bogotá, en 1993, cuando el por entonces rector de la Universidad Nacional, profesor Antanas Mockus, en una inesperada intervención en el Aula Máxima se bajó los pantalones y mostró su trasero ante el auditorio que le impedía hacer su alocución. Uno de los estudiantes presentes grabó el acontecimiento y lo entregó a los noticieros televisivos y a otros medios de comunicación, que esa misma noche lo reprodujeron en audiencia nacional. De esta manera, todo el país fue testigo de este gesto poderoso y se desataron distintas emociones y juicios de valor frente el hecho.

Varios años después, en mayo de 2008, cuando el Museo de Arte Moderno de Bogotá (MAMBO) montó una exposición con mis archivos de imaginarios urbanos bajo el título “Desatar pasiones ciudadanas”, recurrí a mis registros y desempolvé el gesto elocuente del rector. Lo desgrabé fotograma por fotograma y lo presenté en un sin fin (*loop*) dentro del museo. Cuando la curadora que armó el catálogo escrito, María Elvira Ardila, me preguntó sobre la importancia del hecho le respondí:

Es el momento en que se baja los calzones en su condición de rector y después de esta acción es electo alcalde (1995-1998) lo que me hizo proponer que ha sido el *performance* más desencadenante y poderoso que se ha hecho en

la Bogotá moderna. En ese momento vaticiné en mi columna de prensa que se trataba de un verdadero “alcalde imaginado” y que gobernaría con fantasías y otros desenfrenos lúdicos, como en efecto ocurrió. Desde este *performance* se desató toda una simbología del culo en la ciudad, que apoyado en una mirada psicoanalítica significaría una psicología contestataria, que va contra lo establecido, fantasioso y loco, por mirar el mundo desde atrás (MAMBO, 2008).

Pero lo importante como acontecimiento estético y político es que ese gesto iconoclasta lo ubicó como el inicio de lo que se llamaría “el milagro bogotano”, cuando la ciudad entró en una senda de creatividad, de reconocimientos colectivos y de esperanza a partir de todo lo que sucedió, desde el descenso extraordinario de muertes violentas (se pasó de 82 muertos por cada 100 mil habitantes en 1982, a 24 en 1998 y 17 en 2008), hasta el buen desarrollo de su economía (el PIB de la ciudad pasó de \$US 2.200 por habitante en 1980, a cerca de \$US 4.800 en 2002 y casi el doble en 2009). Comenzamos a vivir desde ese momento un mundo imaginario; Bogotá empezó a crecer orgullosa de su futuro y se desencadenaron múltiples miradas, estudios y proyectos que dejaron atrás esa otra capital provinciana y premoderna para convertirla en una de las ciudades del continente que más datos produce sobre sí misma.

Llegué a considerar el gesto del rector como un paso siguiente a la exhibición en museo del viejo inodoro de Duchamp, en 1916, pero con efectos políticos concretos, pues Mockus se volvió el alcalde real de la ciudad, y desde esta posición y utilizando metodologías cognitivas, como lo hace el arte público, intentó cambiar la mentalidad de la urbe. Como muestra la obra de Mikhail Bakhtin, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais* (1941), los ciudadanos lo eligieron dentro de ciertas estrategias de ironía y burla que se revelan como arma política de los pueblos sometidos. Ante

una ciudad-desastre, el pueblo elige a un personaje inesperado para que “haga algo” con las ruinas en que la dejaba una clase política corrupta e inepta: después de todo, no había mucho que perder con cualquier experimento.

Con Mockus Bogotá se sacudió, creció en cultura ciudadana y logró con el tiempo valiosos progresos, como el premio León de Oro que recibió en 2007 en la “X Bienal de Venecia” por ser la ciudad que más había progresado en esa década en rehacer su espacio público y en culturas ciudadanas. Ahora bien, ¿qué género de arte urbano practicó el rector con su acción desafiante? ¿Graffiti? ¿Arte público? Diría que se trata de una cadena de asociaciones que quiero subrayar. He propuesto la tesis de que la bajada de los calzones con su exhibición por la TV pública desató una pasión ciudadana por el gesto iconoclasta que le dio tal popularidad y que pronto le hizo ganar la complicidad ciudadana. Como indiqué en mi columna de opinión de *El Tiempo*:

El profesor Mockus, movido por repentinos arrebatos, volvió al ataque, en esta ocasión con otro de sus gestos que ya han hecho historia patria: provocar la solemnidad nacional. Pero además se permitió hacer un *happening* dentro de las últimas tendencias del arte: ofrecer el cuerpo como espectáculo público. Todavía más: puso al país en trance como para un psicoanálisis colectivo sobre nuestros fantasmas anales. Y si se busca otro atributo, desencadenó el graffiti del año: “Tanta sangre (en el país) y les importa un culo” (28 de noviembre de 1993).

Téngase presente que el *happening* como movimiento de arte surge en la década del sesenta y se caracteriza por la participación de los espectadores con la obra. Como hecho de arte no se centra en los objetos sino en el evento a organizar y en la participación de la gente, ciudadanos o visitantes, para que dejen de ser sujetos pasivos y alcancen con su activi-

dad una liberación a través de la expresión emotiva y la representación colectiva. Esto es lo que sucedió con el hecho que comento y así lo expresé seis años después de mi primera columna sobre el tema:

De todas las partes del cuerpo ninguna como el culo ha salido victoriosa en la última década. Se le encuentra por doquier anunciando la nueva visión erótica del cuerpo del siglo XXI. En portadas de revistas, en el cine, en la publicidad, en la televisión y hasta en fotos familiares. No hay mujer bella si no lo tiene bueno a la mirada de los hombres y ellos mismos ya vienen entrando a la industria de los rabos parados con prótesis eficaces. A su manera, este descubrimiento es rebelde. No sólo por ganar propiedades antaño negadas, sino porque es el órgano del destape de los ciudadanos para elegir nuevos políticos y también de las tercerías sexuales, antes humilladas, resguardadas en *ghetos* de homosexuales. Lo expresa el graffiti aparecido en calles bogotanas: “El culo también tiene derecho a ser revolucionario” (MAMBO, 2008).

Y remato con este apartado que escribí en *Bogotá imaginada* (2003) para la colección “Imaginarios urbanos”:

Gesto que todavía recuerdan los ciudadanos cuando asocian a Mockus con la imagen de Bogotá. Acción iconoclasta no sólo contra una izquierda solemne y gritona que no daba la palabra, sino que armó un escándalo moralista que incluye las alturas del mismo presidente de la república, César Gaviria, quien le pidió la renuncia por su obscenidad. Esto dio lugar a un estupendo graffiti por la verdad que enrostra: “Mientras el país se derrumba al presidente le importa un culo”.

A pesar del valor de su gesto inicial, no se diría que “la obra” sea propiedad intelectual del rector, sino de una cadena de coautorías que la han relevado. Planteo, por tanto, una creación grupal en cadena con los siguientes interventores: Mockus que se quita

los calzones dentro de su investidura de rector, el estudiante que lo graba, el noticiero de TV que lo muestra a los televidentes esa misma noche, el Museo de Arte Moderno que lo exhibe 15 años después y, por último, la web que lo sigue –mediante sitios como la página de arte *Esfera pública*–. Estamos, pues, frente a una acción de arte público en la cual han intervenido varios autores hasta diluirse el original y, a su vez, ante una cadena de hechos que fueron enriqueciendo y transformando en operación plástica un gesto singular de protesta y de consiguientes acciones políticas. Este hecho, tomado como modelo para las reflexiones que siguen, pone de manifiesto un comportamiento de otros actos de arte público también encadenados.

EL CANDIDATO-RED

En 2010, Mockus se convirtió en el primer caso de un artista instalador que usando arte público y los medios para provocar consiguió ser candidato a la presidencia de la república, porque el *marketing* mediático que usa a los medios para elegir presidente es reciente: solo dos últimos presidentes, Nicolás Sarkozy, en Francia, y Lula da Silva, en Brasil, son en rigor tele-presidentes; Mockus sería red-presidente, apenas como Obama.

Dos quimeras pueden decirnos algo. Los imaginarios no son sólo fantasías, están en la atmósfera cultural y se encarnan en objetos, en discursos, en personas. Y Mockus encarnaba al presidente Uribe, al que paradójicamente se oponía. Los imaginarios significan expansión de deseos colectivos y Mockus era un deseo ciudadano. También es una invención del arte, del llamado arte público –arte antropológico– que no se hace en las galerías, sino en los mismos espacios urbanos, y no produce una obra de arte en sentido estricto sino que interviene objetos para darles nuevos significados culturales. El arte público teatraliza

lo existente para sacar acciones ciudadanas hacia el cambio social, y por esto es político. No actúa por la izquierda o la derecha, lo que lo haría ideológico, sino que va por la consecución de valores democráticos de las comunidades. Esta tendencia valora su sentido cívico más que al artista.

Un nuevo panorama se abre en 2010 para Colombia: candidatos con mentalidades tradicionales de discursos verbales frente a gestos estéticos con incógnitas emocionantes sobre visiones futuras. Mockus aparece nuevamente en escena encarnando entonces el niño terrible que asusta pero atrae, pues abre la incertidumbre. Y ese es el papel del arte de hoy en la sociedad. Parecía el momento para que un programa ético-estético-político se encarnara en nombre de una nación, pero este segundo paso de alcalde a presidente se da también al privilegiar un nuevo medio, propio de las Nuevas Tecnologías de la Información (TIF) y las redes sociales.

A sólo un mes de campaña, el candidato por el "Partido Verde" mantenía la hegemonía virtual: según datos de su propia campaña, su perfil en *Facebook* registraba 598.031 adeptos, lo que supone que la cantidad de personas que se adherían a su página ascendía a 900 por hora, además de los 35.580 seguidores en *Twitter*. Y la "ola", como empezó a llamarse el movimiento mockusiano, seguía creciendo e hipotéticamente podía crecer, pues según datos del Ministerio de Comunicación de Colombia 3,2 millones de personas tienen servicio pagado de Internet, lo que significa que si cada abonado se multiplica por cinco su población directa está cerca de 12 millones para esa propagación por la red, o sea más de la tercera parte de la población votante del país, estimada en 29 millones. Se trata en especial de la población joven y urbana que representa a las mayorías de los cibernautas.

Pero ¿se puede argumentar algo más profundo en esta relación entre el candidato Mockus y el concepto

mismo de red? Estamos ante una creación colectiva de conocimiento que apunta a producir acciones, lo que revela su dimensión política. La acción colectiva es un paradigma estético a la hora de entender el arte público y al ciudadano que actúa desde pensamientos que acepta. También es un paradigma ético “que nos plantea otra forma de entender la función del creador en relación con la sociedad y de cómo la información circula de la forma más libre posible” (Casaburta, 2006).

Pero de nuevo, ¿existe alguna relación de identidad entre los modos como actúan las redes digitales con el candidato y de éste con la ciudadanía que lo elige? En diez puntos, que resumo y acompaño de mis propias aclaraciones, la revista virtual *La Silla Vacía* plantea que el éxito de Antanas Mockus en la red también se explica por tener él mismo un carácter similar al de Internet:

- no es lineal (sus intervenciones son fragmentos que se unen entre sí, pero cada una tiene valor por sí mismo; todo se conecta, pero tangencialmente);

- se comunica con imágenes (es un político-artista que interactúa por figuras o mediante “puestas en escena”);

- usa avatares (se le ha visto vestido de grillo, sapo, superman o súper-cívico, lo que le da una gran flexibilidad enunciativa);

- es transparente (la relación entre emisor y receptor no está mediada; Mockus no usa asesores de imagen sino que se muestra como cree que es, lo que lo hace actor de sí mismo);

- genera múltiples lecturas (al igual que a la red, hay que interpretarlo de modo permanente; no hay lectura monolítica sobre él como candidato, lo que lo hace distinto a los demás en contienda);

- es una celebridad (para ser visible en la red hay que hacer algo excepcional, ser distinto; Mockus llama la atención con un exhibicionismo que es inherente a su personalidad, cercana al carácter compulsivo);

- no hay barreras entre lo íntimo y lo público (su mundo íntimo es público; llora por la TV, e incluso se casó en una ceremonia que vieron todos sus connacionales por TV);

- es circular (en la red no hay comienzo ni final, hay entradas múltiples como en un circuito);

- es una figura global (representa tendencias mundiales por la acción ciudadana contra el poder “como un David contra Goliath”, que se hace posible y puede entenderse por fuera del país donde haya acciones públicas provenientes del arte);

- es una construcción colectiva (sus seguidores forman grupos, hacen carteles, son agentes voluntarios de su campaña, pero reciben respuesta de su líder de modo interactuante).

Los puntos presentados podrían mostrar una relación profunda entre los modos como actúan los medios y su carácter particular. En su época de televisión, cuando fue alcalde, Mockus supo ser espectáculo; el disfraz y las salidas inesperadas llenaban las ansias de los medios por mostrar lo excepcional, pues es cierto que si los medios se ocupan de lo cotidiano lo que privilegian es lo “increíble” de esa cotidianidad, y este hombre multi-facetado les cayó a la perfección. En tanto, su época de red social, como candidato a presidente, coincide con un proceso introyectivo de su personalidad que lo ha alejado del momento espectacular para concentrarse más y mejor en su condición de filósofo-reflexivo. Sus trajes han cambiado, no se lo volvió a ver de ficción, y si tenía disfraz era su propio vestido y corbata, imitando o emulando a cualquier gerente, empresario o buen padre de familia. Esta actitud se encuentra con las redes sociales y le queda muy fácil ser cibernauta; entra a las redes y desde allí habla familiarmente a su gente. Pero el revés fue más cierto aún: las cibernautas lo descubrieron y lo invitaron a ser uno de ellos. Lo que hizo, inicialmente, con el mismo éxito de su pomposa época mediática masiva.

Las nuevas tecnologías de la información (TIF) funcionan en red, pero el pensamiento en red no es atributo exclusivo. La tendencia de estudios en imaginarias urbanas, dentro de la cual inscribo varias de mis investigaciones recientes, señala que su modo de actuar socialmente es también la red, establecida por grupos, por el contagio entre vecinos interactuantes, de allí que no hay en términos estrictos los llamados imaginarios globales. Los imaginarios no son sólo una visión de conocimiento, una epistemología, sino que se nutren de afectos, sentimientos, por lo que corresponden también a una estética de los modos de actuar y pensar las sociedades urbanas. Esa función estética como hecho social aparece, cuando lo hace, con su evocación fantasmal para encantar la colectividad, asombrándola. Una vez realizado “el espasmo colectivo” de la irrupción imaginaria la función estética queda sujeta al decrecimiento e ingresa a lo cognitivo, a un modo de saber de la colectividad. De allí que eso asombroso, como defino a la condición imaginaria, no sea más que una manera de expresar la condición estética –y por tanto variable, pues puede aumentar o reducirse en la experiencia grupal– de la cotidianidad ciudadana.

Vistos los imaginarios urbanos como encarnación afectiva, sus estudiosos procuran describir una articulación del lenguaje y de los objetos con los sentimientos. Mas no quiero decir que se perciba de modo separado el conocer y los afectos, sino que se trata de comprender los pensamientos sociales desde la emoción que los produce. Lo racional y lo afectivo no se presentan, entonces, como dos mundos separados, sino que el mundo social es el pensamiento representado desde los sentimientos, y de allí su naturaleza estética. Lo que permite ver esta descripción de los imaginarios es que su modo de actuar es la red, ya que su contagio se hace entre personas tocadas por los afectos. En el caso de Mockus, su “ola verde” nació, creció y funcionó por los contagios en la red

social, desde donde fue desarrollándose el imaginario redentor del candidato: se le dieron atributos de salvador de la corrupción política y de ser elegido para liderar un movimiento contra lo que representaba su principal opositor, el candidato del gobierno Juan Manuel Santos: la continuidad de un régimen señalado de corrupto que “busca el atajo, practica el todo vale y no respeta la vida que es sagrada”.

LA OLA VERDE

Esta autodenominación fue surgiendo de *Facebook*, de allí saltó a las marchas callejeras pro-Mockus y desde este lugar se devolvió a las mismas redes sociales. La ola era como una marea, no de agua sino de aire, que en su inicio de la campaña (abril de 2010) se colaba por todos lados y entraba a los hogares, cafés, tertulias, marchas y demás sitios donde se pensaba en el futuro del país, hasta llegar a lo increíble de tener mayoría de votantes para ganar las elecciones presidenciales en Colombia. Pero la consigna verde no es original de los mockusianos, sino que surge cuando se acaba la bipolaridad mundial marcada por el muro de Berlín y desde entonces se rige por grupos que defienden el medio ambiente, promueven el pacifismo y sostienen un planteo en pro de reformas que aminoren las desigualdades sociales entre etnias, sexos y razas.

En Europa el eje Francia-Alemania es el más fuerte y en el Reino Unido los verdes fueron el partido que más creció en las elecciones de 2009. En América, sin embargo, nunca han pasado de ser un partido minoritario, hasta que el fenómeno apareció en Colombia y lo hicieron crecer en proporciones inimaginables. Ahora bien, mientras que en sus países de origen los verdes suelen estar situados a la izquierda de la socialdemocracia o del espectro político, en Colombia Mockus se ubicó a la derecha del centro-izquierdista Polo Democrático, y desde allí reconoció acertada-

mente el citado Análisis Global: en vez de cuestionar al neoliberalismo, querer un “diálogo por la paz” con la guerrilla, o pedir que se remuevan las bases militares extranjeras, Mockus propuso el libre mercado, el TLC con EE.UU., seguir la política de dureza antisubversiva contra las FARC (aunque sujetándose más a la “legalidad”) y aceptó la presencia de tropas de EE.UU. en las bases colombianas.

Esta decisión centro de los verdes se relacionó también con una circunstancia nacional: el sobresaliente apoyo del pueblo al presidente derechista Álvaro Uribe, quien *ad portas* de concluir su mandato superaba el 70% de favorabilidad en la opinión pública. Y este apego uribista se debió a un poderoso imaginario de paz de los colombianos que le habían exigido derrotar a las FARC, un grupo insurgente identificado como narcotraficante y secuestrador que ha merecido total repudio nacional, hasta la realización de la más grande manifestación de ciudadanos convocada por *Facebook*, que en 2008 reunió a seis millones de manifestantes en todo el país. De hecho, el entusiasmo que se vivió por Mockus fue el mismo que experimentó la nación en 2002, cuando todos gritaban para que Uribe, recién nombrado presidente, saliera rápidamente a derrotar a las guerrillas. La diferencia es que Mockus lo hizo en una situación en la cual las guerrillas estaban en franco retroceso, y por esto aparecía como posibilidad para desbaratarlas una carta con un mejor mecanismo: el de actuar, ahora sí, “con más legalidad”.

El film *La Ola*, del alemán Dennis Gansel, muestra el fenómeno social de un grupo que inicia en un centro educativo un experimento de unión y lealtad con el propósito de hacer críticas al orden establecido. Al principio todo marcha muy bien, y surge el nombre de “La Ola” debido a su gran éxito para llegar, contagiar y convencer a varios de su inclusión. Sin embargo, el grupo poco a poco se va haciendo intolerante, adquiere el comportamiento de pandilla urbana, de

secta religiosa, y termina motorizando la exclusión de los que no piensan como ellos. Cuando su profesor-inventor se da cuenta que ha ido muy lejos, al salir de las aulas e intentar tomar toda la ciudad, ya es tarde; la ola se ha vuelto una fuerza incontrolable que no critica sino que actúa y somete a los demás. El autoritarismo ha ganado emparentado con fascismo.

¿Puede ser Mockus un autoritario convencido de ser dueño de la moral de un pueblo desde donde fustiga a los demás por los medios? Quienes no son de su ola verde, ¿son sus enemigos?

El film *Being There*, dirigido por Hal Ashby y protagonizado por Peter Sellers, es también ilustrativo. Un jardinero que conoce el mundo a través de la TV es atropellado por una mujer millonaria, y luego del accidente llega a un acuerdo para ser trasladado a su casa para que ella lo cuide. Desde entonces, su vida entra en un frenesí mediático pues muchos lo entrevistan, incluyendo al presidente de la república. El jardinero responde con cosas tan obvias como comparar el jardín con la vida, o la TV con el mundo, pero todos caen seducidos ante su inteligencia original. “Mientras la raíz no esté cortada, todo está bien”, dice, y todo el mundo oye lo que quiere oír. Los espectadores se ríen de este intercambio porque saben que el protagonista es un idiota y que respondiendo con metáforas tiene descreados a todos por su sabiduría e inteligencia. Se produce así lo que en psicología se denomina proyección-introyección: las personas ven en él lo que quieren ver de sí mismas. El jardinero, en este caso, actúa como una pantalla reflejo y lo obvio pasa a ser lo complejo que nadie veía, precisamente por ser obvio.

INTERNET LO SUBE, LA TELEVISIÓN LO BAJA

El 30 de mayo de 2010 se celebraron en Colombia las elecciones y el globo del candidato-red se desinfló en buena parte. El candidato oficial obtuvo el 46,5 %

de votos contra un 21,5% de Mockus. Una semana antes todas las firmas encuestadoras, nacionales e internacionales, daban entre ambos un empate técnico de alrededor del 35%, con un margen de error muy bajo (2%). Son empresas confiables y así lo han demostrado, pero en la última semana se prohibió sacar resultados de las encuestas y fue en ese lapso cuando se produjo la debacle, justo cuando se dieron tres debates por TV. Y allí perdió Mockus. Si una semana antes el gran fenómeno político había sido el vertiginoso ascenso de los verdes, ahora la sorpresa era su rápido descenso. *Semana*, la principal revista de opinión del país, lo resumió así: “Lo paradójico es que a Mockus lo treparon Internet y las redes sociales y lo tumbaron los debates en la televisión” (*Semana*, 31/05/10).

Un día después, tras saberse los resultados, la TV nuevamente fue protagonista. Los verdes se reunieron para calmar la desilusión de no haber ganado y aclamar el triunfo de pasar a segunda vuelta presidencial, pero ante las mismas cámaras hicieron cánticos tipo evangelista, lanzaron consignas e improprios contra los ganadores, saltaron como niños desbordados aclamando a su candidato y dieron muestras de la intolerancia que hasta entonces criticaban. La misma prensa que los había seguido con entusiasmo afirmó al otro día que Mockus no era “estadista sino recreacionista”, que el “profesor Mockus se cree el único dueño de la verdad”. Según opinión del mismo Mockus ese encuentro no era para la TV, sino algo íntimo y “consolatorio” del grupo, pero la verdad es que la TV lo vio y lo transmitió a todo el mundo.

De modo que la TV, distinta a la manera como suele encararse de superficial, bobalicona o histórica, mostró en esta ocasión otra evidencia: que permite ver lapsus, errores e inconsistencias. Bastó una semana para que el electorado, tranquilo y sin las presiones de las encuestas, abriera la mirada y descubriera otras opciones para elegir o derrumbar las que se habían consolidado. ¿Se trata de madurez política y los ciu-

dadanos cambiaron de opinión seducidos por ideas que antes no veían o no habían aparecido? ¿O se trata más bien de que la TV sedujo de modo emocional y permitió cambios en las decisiones de voto?

Al volver sobre los resultados se puede ver que Mockus bajó 25 puntos porcentuales, y que esos votantes arrepentidos se fueron hacia el candidato ganador, lo que significa asumir un continuismo con el por entonces presidente. De manera radical, el electorado decidió que era mejor seguir como se iba en lugar de aceptar una aventura prometedor pero incierta: es decir, evitó el salto al vacío. Pero lo más notorio fue que los dos candidatos que según consenso nacional de medios y de opinión pública propusieron los mejores programas, el centro-derechista Vargas y el centro-izquierdista Petro, se duplicaron en esa semana sin encuestas y sacaron cada uno un 10% de los votos. La TV sirvió en este caso para argumentar y seducir racionalmente (rasgo que por lo general no se le atribuye) y los medios fueron una suerte de “testigos mediáticos”: acompañamos a los candidatos en vivo y en directo desde nuestro hogar, como familiares a los que les vemos de cerca sus defectos y virtudes.

La idea de que la TV es memoria social –desarrollada por Mario Carlon a partir de Peter Burke–, es propia a nuestra reflexión, pues los recuerdos se ven afectados “por la organización social de la transmisión y por los medios empleados por la misma” (Carlón, 2008). Es de este modo como los grupos hacen suyos acontecimientos públicos que les resultan importantes y que una noticia “puede convertirse en parte de la vida de una persona”. La identificación entre el votante y su candidato a través de la TV operó en Colombia en buena medida. El hecho es que el candidato Mockus, un imaginario de cambio, venía dotado de un aura poderosa que lo hacía ver como el elegido; poseído de una condición de asombro, como acontece en los estados imaginarios. Sin embargo, pareciese que al tener su candidatura más elementos imaginarios que

reales, es decir, al ser más una fabricación social antes que poseer el mismo atributo que expresasen en discursos o programas de gobierno –que por lo demás nunca existieron, pues los que hubo fueron sólo ideas genéricas como “La vida es sagrada” o “No todo vale” o “Nosotros no compramos votos”–, era previsible entonces que se desinflase el globo. Y fue la TV la que hizo el trabajo de pinchar el globo.

La relación entre TV, redes sociales, TIF e imaginarios urbanos operó en esta ocasión con repartos ejemplares según sus propiedades inherentes. Se puede decir que la relación presidente-televisión fue efectiva y que cuando se trata de relaciones tan directas y concretas como poner al televidente frente a un debate con un sujeto que puede ser su presidente se va alcanzando una intimidad que no es de ficción sino realista. Los ciudadanos saben que están viendo a alguien que puede decidir el futuro de su sociedad, lo que no ocurre cuando se presentan noticias sobre el mismo hecho presidencial que, en medio de otros acontecimientos y de efectos mediáticos, puede prestarse para una mayor inclinación a ver los hechos como productos fantásticos. En los imaginarios televisivos pareciera que actúa de modo más consecuencial la relación entre presidente y realidad política futura.

En Colombia las redes sociales se estrenaron con Mockus, y allí radicó su gran éxito. Se presentó una identificación con el candidato y tanto medio como personaje se estrenaron al mismo tiempo: un nuevo candidato elegido por los ciudadanos con un nuevo medio de las TIF que opera como red. Esto obliga a no perder de vista el vertiginoso crecimiento de los usuarios de Internet en todos los estratos. En la Encuesta Bienal de Culturas realizada por el Observatorio de Culturas de Bogotá en 2009 se constató que como síntesis del país “el 55% de los bogotanos ya tiene computador y que el 66% tiene acceso a él”. A modo de comparación, mientras que en 2003 sólo el 30% de los bogotanos usaba celular, para el 2008 “el

porcentaje había subido a 92%, lo que significa que en la telefonía móvil se pudo lograr una cobertura prácticamente universal en cinco años, mientras la televisión gastó 30 para lograr lo mismo” (Rey, 2010).

El fenómeno de Mockus en las redes sociales se constituyó, pues, como hecho ciudadano y constituye el acontecimiento más destacado en la cobertura comunicativa de las elecciones. Sin embargo, y esto es lo más interesante, esta “confrontación” entre medios ha permitido ver las dos naturalezas y las lógicas de cada uno: la TV masiva y genérica logra mejor la identidad presidente-pantalla; las redes sociales más intimistas, colaborativas y participativas, funcionan más en la relación candidato-red. Que a un candidato expuesto por las redes no lo confirme la TV masiva podría indicar que los medios sí exigen tipos de personalidades y que debiéramos, a propósito, regresar a los estudios de las semióticas de los medios puesto que, como se deduce desde la obra de Charles Peirce, poseen su propia lógica en la producción signica y de sentidos sociales que ayudan a construir, y así no todos se pueden amalgamar como medios genéricos.

Esta provocativa relación entre medios y política, en cuanto hecho público, nos pone en su otro lado: medios y personalidades urbanas, la parte íntima de la política. Si bien es cierta la afirmación de que no hay democracias de masas sin comunicación de masas –como recuerda Lucrecia Escudero (2002)–, ello debe ajustarse a nuevas evidencias: las democracias contemporáneas impulsarán cada vez más a los candidatos, pero no desde un plan de masas sino desde grupos y redes sociales que los irán sacando hacia los medios masivos. Los años por venir en las sociedades modernas irán profundizando la importancia de los nuevos medios en la construcción de las decisiones ciudadanas y si las plazas públicas exigían la oratoria y era la voz misma y sus modulaciones la que seducía y dominaba las masas, hoy

los medios, cada uno con sus propiedades, valoran gestos, muchas veces imperceptibles, por donde se cuelean identificaciones entre ciudadanos y actores políticos. Quizá ya no son masas sino grupos con mayor capacidad interactuante y de ahí una posible revalorización del voto de opinión como hecho real y posible para el fortalecimiento de las democracias en el nuevo milenio.

BIBLIOGRAFÍA

ARDILA, María Elvira, Catálogo de la exposición "Desatar pasiones ciudadanas", Museo de Arte Moderno de Bogotá (MAMBO), Bogotá, 2008.

BAKHTIN, Mikhail, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rebeláis*, Alianza, Madrid, 1987.

BOURDET, Richard, *Cities, Architectures and Society*, Catálogo de la Bienal de Venecia, Venecia, 1996.

CARLÓN, Mario, "Sujetos telespectadores y memoria social", en Steimberg, Oscar; Traversa, Oscar y Soto, Marita (eds.); *El volver de las imágenes. Mirar, guardar, perder*, La Crujía, Buenos Aires, 2008.

CASACUBERTA, David, "Las metáforas espaciales de la red y la acción política", en *Transversales*, Vol. 4, Madrid, 2006.

ESCUDERO, Lucrecia, "Un sujeto patémico: los desaparecidos en la prensa argentina", en *Designis* Nº 2, Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS), Gedisa, marzo de 2002.

Revista *Semana*, "¿Invencible?", artículo publicado en la edición Nº 1465, 31 de mayo de 2010.

REY, Germán, "Colombia entra de lleno al mundo virtual", en *La Silla Vacía*, www.lasillavacia.com, 28 de mayo de 2010.

SILVA, Armando, *Imaginario, el asombro social*, Norma, Bogotá, 2011.

_____, *Bogotá imaginada*, Taurus, Bogotá, 2003.

VERÓN, Eliseo y NETO, Fausto (eds.), *Lula Presidente. Política y televisión en las campañas electorales*, Sao Paulo, Hacker, 2007.

Entrevistas

Entrevista a Tristán Bauer¹

Pensar los medios públicos

1 Tristán Bauer es Director de Cine. Dirigió largometrajes, cortometrajes, programas televisivos y documentales con los que obtuvo diversos premios nacionales e internacionales. Entre las películas que ha filmado se destaca la multipremiada *Iluminados por el fuego* (2005). Fundó, junto con otros documentalistas, el grupo Cine Testimonio, que produjo numerosos trabajos sobre la realidad social del país. Fue fundador y director de Canal Encuentro, el primer canal de televisión del Ministerio de Educación de la Nación. Actualmente se desempeña como Presidente del Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, que comprende Canal 7 y Radio Nacional.

La Televisión Pública Argentina no es un canal de televisión. Es mucho más que eso. Es una fábrica, con cientos de trabajadores, en la que se montan escenografías, se hace ficción, se escribe, se añoran nuestro país vivió un rescate de los medios públicos: hay pluralidad, producción propia y audiencia, pero lo más importante, hay calidad. Tristán Bauer es quien está al frente de Radio y Televisión Argentina (RTA), la sociedad del Estado que nuclea estos y otros medios, y a la que llegó luego de dirigir con éxito la nueva experiencia televisiva de Canal Encuentro.

En la actualidad el desafío es mayor: estar al frente de medios generalistas, grandes y complejos en su estructura. A más de dos años de conducir esta fábrica televisiva, y a poco del lanzamiento de la Televisión Digital, nos sentamos a dialogar con él en su despacho de Canal 7, en una conversación amena, distendida, reflexiva y pensante. Como Bauer.

Oficios Terrestres: ¿Cómo definiría la televisión y qué rol considera que debe desempeñar en la actualidad?

Tristán Bauer: Es una pregunta compleja y hermosa en estos tiempos de tanta transformación. Creo que la televisión es lo que una sociedad decide que sea, puede ser un instrumento extraordinario de crecimiento y liberación, un instrumento extraordinario para el mejoramiento humano, o puede ser una verdadera cloaca donde se exprese

lo peor de la sociedad de consumo. Entonces, depende de cómo las sociedades vayan avanzando. La construcción de una televisión que esté al servicio del hombre, y no de una televisión desarrollada para que el hombre esté a su servicio, depende de cómo vayamos avanzando en ese proceso. Para los que tenemos la inmensa y hermosa tarea de construir hoy un nuevo modelo de televisión es una herramienta maravillosa en la cual damos lo mejor de nosotros para crear un sistema televisivo donde haya un gran canal generalista, como es Canal Siete, y además una serie de señales de televisión que funcionen, que interactúen con la sociedad, y nos permitan dar un paso en todo el sistema de comunicación argentino.

O.T.: ¿Cuál es el objetivo de máxima para la televisión pública argentina? ¿Existe algún modelo a seguir?

T.B.: Estamos avanzando en un modelo propio y en una coyuntura y una situación latinoamericana y argentina muy particular, en la que se dan una serie de líneas y coordenadas a atender. En primer lugar, es un momento muy profundamente marcado por la sanción de una ley de medios de la democracia, donde el marco legal para avanzar en una construcción es un marco nuevo y apunta a la democratización y a la diversidad. En lo tecnológico también es un momento bisagra, debido a la implementación de la televisión

Recibido: 21-6-2010 / Aceptado: 6-8-2010

digital en sus dos variantes: bajo la forma de la Televisión Digital Terrestre (TDT) y la forma de la Televisión Satelital de cobertura nacional. Otro ingrediente fundamental en esta realidad que nos toca vivir es la transformación de la televisión vinculada a Internet. Es una época que podemos describir como de convergencia tecnológica, en la que vamos dejando atrás aquel viejo modelo de un emisor muy poderoso y de un receptor muy pasivo para pasar a un esquema distinto gracias al camino de vuelta que nos propone Internet, fundamentalmente, y también, aunque todavía en pañales y con una interactividad muy primitiva, la TDT.

Otro factor que me parece central en este momento es la extraordinaria cantidad de alumnos de comunicación y de cine que se han volcado a participar en la construcción del discurso audiovisual, así como el cambio o avance sorprendente que se ha dado en las herramientas de producción audiovisual. Hoy estamos viendo cámaras, sistemas de edición, grabadores de sonido que no hubiéramos soñado hace diez años y que tienen una prestación y un costo que los transforma en herramientas bastante accesibles para la producción en general. Todos estos elementos nos ponen en una situación nueva que nos genera mucha esperanza y nos obliga a transformarnos en constructores para ocupar el espacio que se abre.

O.T.: ¿Cuáles deberían ser los contenidos de una televisión pública y cuáles son límites en el armado de una programación?

T.B.: Para mí no hay límites. No es una construcción a partir de límites, sino todo lo contrario. Es un contexto nuevo, un espectro

nuevo, son nuevas posibilidades y éstas no tienen límite. Por eso, al pensar qué televisión producir los que trabajamos en la televisión pública sentimos con mucha fuerza la necesidad de fortalecerla como un canal generalista, como un canal de cultura popular amplio, donde haya un espacio para la niñez, para la información, para el deporte... Es decir, un gran canal generalista, para desarrollar luego una serie de señales específicas, como Canal Encuentro, que ya es una realidad como canal educativo y cultural; un canal para los niños; un canal de ciencia, que es un proyecto muy importante para el país y para nuestra América; un canal de cine, directamente vinculado al INCAA; un canal de deportes, directamente vinculado a Canal Siete. Es decir, un abanico de posibilidades que derive en una propuesta de un nuevo modelo de televisión pública donde, creemos, la palabra fundamental es la calidad.

Claro que calidad es una palabra muy amplia, pero nosotros tenemos la obligación de crear esta televisión de calidad, inventando o reinventando los parámetros para construir estas señales. Y no hay una línea que diga qué sí o qué no incluir en cada una de ellas. Una cosa sí es clara: la función social que tiene que tener la programación dentro de la especificidad de cada una de las señales, que vamos acompañando en su desarrollo o que vamos dando nacimiento directamente.

O.T.: ¿Cómo ve el estado de la televisión pública en otros países del mundo? ¿Qué sucede actualmente con las televisiones públicas de Latinoamérica?

T.B.: Hace unos cuatro o cinco años, cuando asumí la responsabilidad del nacimiento

de la señal del Ministerio de Educación de la Nación, que después fue canal Encuentro, hicimos un estudio de los distintos canales de televisión del mundo, su programación, su manera de financiarse. Entre ellos aparece muy fuerte el modelo inglés de la BBC, algunas experiencias como el Public Broadcasting System de Estados Unidos, y luego, por la cercanía y el contacto, la televisión española o el modelo mexicano. En todos los casos, se trata de modelos que están en permanente transformación; la televisión no es un modelo fijo y en la actualidad estamos viviendo momentos de grandes transformaciones.

Sin duda la BBC sigue siendo el gran modelo de televisión pública en el mundo, pero frente a todos estos cambios nosotros tenemos la obligación de reformular e ir hacia un modelo propio, hacia un nuevo modelo de la mano con América Latina. Tenemos muchos vínculos con los canales latinoamericanos, y creo que Brasil y Argentina se están transformando en dos países que son vanguardia en cuanto a la producción de modelos de televisión pública. También hay experiencias interesantes como la de Colombia, con Señal Colombia, pero considero que cada país tiene la obligación de desarrollar un modelo propio.

Es muy positivo que una época de tantas transformaciones nos encuentre a los argentinos con un Estado que tiene la vocación de participar y de ser un actor fundamental en el crecimiento social y democrático. Muy distinto sería si este cambio tecnológico se produjera en un contexto como el de los años 90, cuando el Estado prácticamente no tenía protagonismo. Creo que el momento es muy rico y eso nos obliga a desarrollar un modelo propio.

O.T.: En la actualidad numerosas productoras independientes venden sus productos a los canales abiertos nacionales, e inclusive al mercado internacional. ¿Cómo ve el nivel de la producción argentina?

T.B.: Nuestro país tiene un muy bien nivel de producción televisiva. Y en esto ha tenido que ver el cine argentino ganador de dos premios oscar, el cine argentino como motor y como fuente de toda una generación joven que participa de la producción, con una formación técnica de alto nivel. Hoy contamos en el país con directores de fotografía, sonidistas, escenógrafos que podrían estar trabajando en cualquier lugar del mundo, así como con actores y músicos de gran nivel que participan no sólo de la producción local sino también de la internacional. Todo esto hace que vayamos creciendo y lo hagamos bien. Sin duda en el país hay talento, hay técnica, hay capacidad industrial para ocupar un lugar importante en la producción audiovisual internacional. Podemos ver las experiencias de España, Francia, Estados Unidos o Inglaterra, pero también debemos ver todo lo que ha ocurrido en la historia del cine argentino y en la historia más reciente de la televisión nacional, donde tenemos un nivel de producción de verdadera calidad internacional.

O.T.: En un texto sobre la historia de la televisión, Dominique Wolton aborda el surgimiento de la televisión pública y el choque entre el modelo norteamericano y el europeo. Describe lo difícil que es el manejo de la televisión pública y cómo ésta en parte entra en crisis. ¿Es difícil manejar la televisión pública en relación con su histo-

ria y con toda la carga compleja de relaciones con el poder político?

T.B.: Creo que era Bernardo Houssay quien decía “difícil es lo que no hemos aprendido a hacer, fácil lo que ya hemos aprendido a hacer”, y esto es un poco así. Nuestra primera tarea consistió en desarrollar un modelo de televisión pública como fue canal Encuentro y los resultados están a la vista: un alto impacto en nuestra sociedad, a nivel latinoamericano y ya hemos dado otro paso hacia lo internacional... Y es un canal que surgió del Ministerio. De alguna manera, analizamos los distintos modelos y experiencias, tanto nacionales como internacionales, y el experimento salió bien. Quisimos hacer un canal de calidad, establecimos los parámetros y no nos movimos, avanzamos en eso. Por eso creo que se generó un modelo que no es discutido, que crece cada vez más y que seguirá creciendo.

Desde hace dos años también estamos trabajando en Canal Siete, donde todo parecía imposible, donde encontramos un profundo nivel de abandono en todos los sentidos: en lo tecnológico, en los equipos de trabajo, en la apuesta a una televisión de calidad... y para revertirlo vamos dando pasos que me parece que son importantes. Creo que el espacio está ahí para desarrollarlo, y que todo depende de la vocación de los equipos de conducción y de la apuesta de los gobiernos a generar o no una televisión pública de calidad.

Que es difícil, es difícil. En estos momentos es muy complejo optimizar las grandes estructuras para llevarlas a un nivel de productividad, a un nivel de calidad –que no sólo es un problema de la televisión pública sino también de los canales privados con experiencia–, pero se pueden hacer las cosas y nosotros vamos por

una senda con la que estamos muy contentos; llenos de dificultades, pero muy conformes y convencidos de lo que estamos haciendo.

O.T.: A partir de la fuerte presencia de Canal Siete y de la televisión pública en general desde distintos sectores de la oposición que antes no miraban el canal surgió el tema de la pluralidad, la idea de una pantalla que sea plural... ¿Qué opina de este planteo?

T.B.: Es interesante que se produzca el señalamiento de un canal que hasta hace poco tiempo no le importaba a nadie, principalmente porque de alguna manera no se trataba de un efecto casual sino casi buscado. Hasta no hace mucho las cámaras operativas eran del Mundial 78, la transmisión estaba llena de interferencias y era prácticamente imposible de ver. El sistema de comunicación que tenía el lugar donde funciona la planta de transmisión era una microondas del año 1978, con todos los problemas que eso conlleva; era el lugar del abandono. Ahora hicimos una apuesta de transformación, una apuesta al crecimiento, que no nace con mi gestión sino con la de Rosario Lufrano, pero avanzamos en el mismo camino.

Cuando el canal se empieza a ver, cuando aparece con una propuesta contemporánea y no detenida en el tiempo, cuando mejora tecnológicamente y comenzamos a hacer transmisiones en alta definición, cuando la audiencia aumenta... entonces se empieza a hablar de Canal Siete. Y hay miradas de elogio y hay críticas, y una de las críticas es la que refiere a la pluralidad. En este sentido, me animo a decir dos cosas: por un lado, con la nueva ley se creó un directorio del cual participan miembros designados por el Poder Ejecutivo, pero también

de la primera, segunda y tercera minoría, de un sector académico universitario y de un sector de los trabajadores, con lo cual la mirada se amplía; por otro, el canal responde a un gobierno democrático, constitucional, votado por la mayoría del pueblo argentino, y me parece justo que ese gobierno que fue votado, que fue elegido, se pueda expresar en esta señal.

El canal es plural en cuanto a su propuesta, es un canal diverso. Esto se observa, por ejemplo, en los premios Martín Fierro que contienen desde una nominación para Enrique Pinti y para "678", hasta una nominación para una tira como "Ciega a Citas". En esas nominaciones aparece –como creo que claramente se refleja en la grilla– la diversidad que tiene el canal y que nosotros pensamos seguir manteniendo. A algunos les molesta el programa "678", pero para mí es una voz muy interesante en este proceso de la comunicación y de la televisión en la Argentina; una voz que suena como una campanita, pero que se transforma en una enorme campana para que haya otro sonido. Esa diversidad es la que queremos y se hace en el marco de la televisión pública, estatal; es ahí donde surge la otra voz, casi como modelo de resistencia cultural, y eso me parece muy valioso.

Pero tampoco hay que perder de vista que se trata de una construcción, una construcción que se hace en el tiempo. Hace un año y medio la grilla de Canal Siete estaba totalmente fragmentada en pequeños programas y era muy desestructurada, casi como un depósito de programas. Ahora hay una propuesta claramente organizada en franjas, con toda una lógica de comunicación, que por supuesto necesita un tiempo más de perfeccionamiento, pero que ya lleva dos años en una construcción que es absolutamente plural.

O.T.: Canal Siete es un canal nacional y público, ¿cómo dar lugar en su pantalla a las identidades locales de norte a sur?

T.B.: Es una pregunta muy importante. La historia de Canal Siete es la historia de un canal localizado en la ciudad de Buenos Aires, con una planta de producción muy grande y trabajadores que habitan y viven en la ciudad de Buenos Aires; es decir, con una usina muy centralizada, y eso es muy difícil de revertir. Hemos avanzado y desarrollado fuertemente el noticiero para que tenga una cobertura federal, y también en un espacio como Estudio País, para tener presencia en todas nuestras provincias, pero es un desafío muy grande, porque es muy difícil romper con esa inercia y ese diseño de canal nacional.

Nos parece muy valioso que este canal transmita un espectáculo deportivo como el Mundial, y que desde aquí lleguemos a todo el territorio argentino, pero lo de la producción regional no lo vamos a poder resolver nosotros como Canal Siete. Hasta que no surja una red de canales locales, hasta que no se cumpla la nueva ley de servicios audiovisuales y se respete el porcentaje de producción local, no vamos a poder quebrar esta idea. Y me parece que en ese punto, además de trabajar para que la propuesta de Canal Siete sea cada vez más federal, es fundamental el acompañamiento de todos los canales que vayan naciendo en las distintas provincias y ciudades del país, para que el armado de una televisión federal sea cada vez más fuerte, concreto y real.

O.T.: En Argentina los canales comerciales tienen una presencia importante, una historia importante... ¿En que debería diferenciarse Canal Siete? ¿La Televisión

Pública debería mostrar aquello que la televisión privada invisibiliza, que no quiere mostrar porque no es redituable?

T.B.: La pregunta es por el rol de Canal Siete en relación con la televisión privada, pero la realidad es que nosotros no actuamos por reacción a la televisión privada; no tenemos el ojo puesto en ver qué está haciendo para trabajar –como se hizo en un momento desde aquí cortando manzanas entre culos y tetas–, ni por imitación ni por contraposición. Todos los días reflexionamos y avanzamos en la producción guiados por la idea de la función social que debe tener la televisión en Argentina hoy y en este marco latinoamericano. De ahí van surgiendo las distintas propuestas estéticas y de comunicación de nuestra pantalla. Naturalmente, vamos monitoreando lo que hace la televisión privada, pero no para imitar ni para hacer algo reactivo, porque nosotros tenemos una función distinta.

Muchas veces, por la presión que ejerce el rating y por la presión comercial, los canales privados generan y desarrollan una televisión que está fundamentalmente al servicio de la tanda publicitaria y de quienes los financian que finalmente son las empresas que publicitan en ellos. Nuestra mirada es otra. Es la que se ve reflejada en la pantalla, la que se puede encontrar en un modelo de televisión que ya hicimos y que es Canal Encuentro. Es un modelo de televisión pública, diversa, bajo el concepto de canal federalista, de modelo de cultura popular, que es Canal Siete.

O.T.: Pensando de acá a unos años, cuando el nuevo modelo de televisión digital se instale definitivamente, ¿cuál cree que va a ser el rol de esta nueva televisión?

T.B.: Considero que el concepto de interactividad va a ir creciendo a medida que la televisión digital se vaya desarrollando. Toda nueva televisión va a crecer de la mano de Internet y de la interactividad. Va a ser una televisión con nuevos actores en cuanto a la producción, fundamentalmente jóvenes formados en la universidad, en las escuelas de cine; una televisión que va a tener una asombrosa calidad técnica y donde el Estado, que durante todo el período de la vuelta de la democracia tuvo participación en la medida en que los canales eran estatales, no va a apuntar al modelo de estatización sino a un modelo donde lo que asume y genera el Estado tiene una función social fundamental y una calidad igual o mejor que la de la televisión privada.

Hasta hace uno o dos años se esperaba que los productos de calidad surgieran de la televisión privada, mientras que de la televisión pública sólo surgía chabacanería o productos de muy mala calidad. Ahora se está viendo que desde la televisión pública aparece el concepto de calidad, una calidad que está al servicio de nuestra sociedad, del mejoramiento humano. Esto se va a ir desarrollando cada vez más, y dentro de pocos meses los argentinos van a descubrir una nueva señal para los niños y van a estar todos asombrados, preguntándose por qué no se hizo antes, por qué nuestros niños consumen producciones fundamentalmente norteamericanas, canadienses o inglesas, a través de Disney o de Discovery Kids. Los argentinos, los latinoamericanos, no hemos sido capaces de desarrollar nuestro imaginario, nuestra propuesta educativa cultural para los niños. Bueno, ahora va a existir y lo está haciendo el Estado argentino. Eso va a generar que muchas pro-

ductoras pequeñas se pongan a trabajar para la programación de estos canales, y ahí van a aparecer nuestros mejores músicos, nuestros mejores escritores y artistas, haciendo y contribuyendo a este crecimiento. Va a aumentar la producción, van a crecer las audiencias y vamos a estar mejor, porque cuando hablamos de diversidad hoy a nuestros niños les estamos negando la posibilidad de formarse en el mundo audiovisual de la diversidad. A partir de ahora va a suceder esto, esto es lo que va a ir pasando y creciendo.

En este sentido, para nosotros un modelo central es el de Eva Perón, una mujer que cuando se proponía trabajar en salud no tapaba agujeros poniendo curitas. Por el contrario, diseña y construía un modelo donde estaban los mejores hospitales, la mejor tecnología, los mejores cuerpos médicos, al servicio de los que más necesitaban. Por eso los hospitales construidos en los años 50 todavía funcionan y siguen atendiendo a nuestra población. Nosotros creemos en ese modelo, un modelo que conjuga función social con calidad y permanente actualización y mejoramiento.

O.T.: ¿Los televidentes están preparados? Pensando ahora el lugar del receptor...

T.B.: Es como el huevo y la gallina... Nos preguntábamos si estarían preparados para una televisión educativa y hoy la audiencia de Encuentro es más alta que la de Discovery o la de History Channel, y es una propuesta nacional hecha desde el Estado. La apuesta grande, me parece, es generar esa nueva audiencia, y estoy seguro –porque lo he visto– que cuando uno hace una propuesta de calidad enseñada aparece un oído, y luego otro, que lo va recibiendo. A nosotros nos critican mucho por

“678”, pero midiendo la audiencia de Ibope te das cuenta que en un año y medio hicimos crecer, multiplicar por cuatro, por cinco o por seis la franja horaria que tenía este canal... Creo que dimos un salto hasta en las audiencias de Ibope, e inclusive los que nos critican han crecido en ese mismo espacio, así como la tanda publicitaria y el valor del segundo.

O.T.: Menciona nuevos canales y señales, pero no un futuro canal de noticias. ¿Esto se relaciona con que ya hay muchos canales de noticias, o con cierto reparo ante las críticas de que sería poco plural o muy partidario?

T.B.: No, yo creo que el Estado debería tener un canal de noticias. Actualmente tenemos un noticiero con muchas horas de noticias, lo que sucede es que un canal de noticias requiere de otro tipo de infraestructura. Queremos hacer las cosas bien, y un canal exclusivo de noticias requiere de infraestructura en equipos de periodistas, de una infraestructura técnica nacional, internacional, con cobertura latinoamericana... supone un proyecto de enorme envergadura. Ojalá tengamos pulmones, aunque ya los tenemos un poco viejos, que se mantengan para poder lograr eso también. Sería importante que el Estado tuviera un canal de noticias.

O.T.: En varias entrevistas usted señala la importancia de que el Estado vuelva a pensar en los medios de comunicación. En este sentido, ¿cree que es importante la presencia de una señal pública internacional?

T.B.: Yo creo que todo es importante. Me parece que el espacio internacional, con la limitación que tiene la televisión por IP, es más

por el camino de Internet que por el camino de la televisión satelital internacional. No hay que olvidar que lamentablemente nosotros venimos de muy atrás. Encontramos un canal público destruido, radios con un nivel de decadencia y de desmantelamiento tremendo y en poco tiempo estamos dando grandes pasos. La apuesta de nuestro gobierno es invertir económicamente para que las radios se escuchen bien, para que los canales se vean bien, y entonces sí podría ser muy importante contar con una señal de televisión internacional. Es decir, contar con una señal internacional sería importante, pero creo que el vehículo es más Internet que la televisión satelital. Es un proyecto que estamos estudiando, pero lo pensamos más a mediano que a corto plazo. Debemos ir viendo y dando pasos con responsabilidad social, con responsabilidad por las inversiones que realizamos, para que tengan su rédito en un tiempo en el cual lo podamos visualizar, chequear, corregir y seguir avanzando.

Por Leonardo González

Leonardo González es Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y Doctorando en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Es Profesor Titular de la cátedra II de Opinión Pública de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP) e investigador del Sistema Nacional de Investigadores en temas de Televisión. Actualmente es Director de la Editorial de la UNLP y Director de la revista científica *Tramas/Trampas de la Comunicación y la Cultura* (UNLP).

Entrevista a Vanina Papalini¹

“Estamos ante una sociedad que prioriza la comunicación como una necesidad esencial”

1 Vanina Papalini es Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires y Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación por la Universidad de París 8. Es investigadora del CONICET y docente en el Doctorado en Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

Oficios Terrestres: El eje que nos interesa es Internet como medio de comunicación. ¿Cuáles serían las principales características diferenciales de Internet en comparación con los medios de comunicación considerados tradicionales?

Vanina Papalini: En principio, resulta muy diferente la dinámica de la relación social que se da por vía de Internet, porque rompe con la unidireccionalidad del mensaje que es propia de los medios tradicionales. En los medios está claro que hay un emisor y una recepción dispersa y múltiple de la cual poco sabemos. Internet, en ese sentido, es mucho más horizontal. Pero además tiene la característica de ser un soporte que permite tener múltiples medios dentro de él, entonces se propicia la posibilidad de exploraciones diversas, de apropiaciones diversas y de consumos diferentes a los ya conocidos. Es decir, si alguien mira un video de YouTube, por más que tenga la posibilidad de poner un comentario abajo, no está rompiendo con esa lógica que conocíamos de los medios tradicionales; ahora, si chatea o interactúa en un foro social se produce una sinergia de relaciones que no se parece en nada a la comunicación tradicional. No se parece en nada a la comunicación cara a cara y no se parece en nada a la comunicación mediatizada. Claramente, estamos frente a una tecnología muy maleable, muy dúctil, que tiene muchas

posibilidades y hemos explorado hasta ahora sólo algunas de ellas.

O.T.: En cuanto al acceso a Internet, ¿cómo se van modificando las sociedades en relación a este fenómeno?

V.P.: Yo creo que cada vez más el acceso a Internet se va democratizando. La condición de pobreza no es un obstáculo insalvable. Estoy pensando en la situación de San Luis, que hay Wi-fi en toda la provincia distribuido por el Estado y un equipamiento en las escuelas que hace bastante accesible este tipo de tecnología al conjunto de la población. Si hay una política de democratización del acceso, no parece ser imposible la masificación de Internet; muchas de las ofertas que hoy son privadas podrían ser un servicio público. Es posible pensar en una lógica de servicio público para el acceso a Internet, con computadoras públicas en los municipios, en fin, hay diversas posibilidades para resolver materialmente esto.

Por otra parte, creo que nadie sabe exactamente en qué sentido Internet modifica las relaciones sociales, pero yo tendería a pensar que en realidad el movimiento se produce al revés. Es decir, estamos ante una sociedad que va priorizando la comunicación como una necesidad esencial y encuentra dispositivos tecnológicos que resuelven aquello que es considerado necesario. Un tipo de

Recibido: 26-2-2010 / Aceptado: 21-4-2010

sociedad precede a las tecnologías y no al revés. Para dar un ejemplo que fundamente un poco esta mirada, diría que en una sociedad que designó al cáncer como una de las enfermedades a ser tratadas y curadas de manera prioritaria, hay una cantidad de recursos asignados a la investigación al respecto y tecnologías que se van desarrollando para su cura o su tratamiento, que no existían hace treinta años. Esto emerge porque hay una voluntad explícita.

En el caso de las tecnologías de comunicación no necesariamente hay una voluntad explícita pero sin duda que hay algo, en el orden de lo necesario, que hace que aparezcan y que sean apropiadas rápidamente. Porque allí está la otra cuestión, las nuevas tecnologías de la comunicación podrían aparecer y convertirse en aquellas tecnologías que nadie alcanzó a usar demasiado tiempo, que no interesaron a nadie, y desaparecieron o se volvieron obsoletas. Si Internet tiene hoy la fuerza que tiene, se debe a que la gente se apropió de ella porque siente que viene a resolver cuestiones que considera prioritarias en su vida; por ejemplo, poder vencer los problemas del espacio para poder “encontrarse” con alguien más, una problemática de las grandes urbes. Internet permite resolver la problemática urbana del traslado para encontrarse con otro; situación que lleva tiempo, consume energía y produce un desgaste que implica ingresar al farrago urbano todos los días. Permite también ampliar los límites y es consonante con la lógica de la globalización, facilitando intercambios diversos con gente de distintos espacios. Por eso, yo creo que expresa bien las cualidades que tiene la sociedad contemporánea.

O.T.: Algunas corrientes consideran a Internet como un nuevo escenario de participación política. ¿Cómo se redefine el espacio público en relación a esto?

V.P.: No está muy claro todavía que Internet ocupe un mismo espacio en relación a aquello que llamábamos espacio público. Es decir, no constituye un espacio íntimo, pero tampoco es un espacio público. Internet es un espacio intermedio o una zona intermediaria, donde se juegan las relaciones interpersonales y sociales de un grupo, sin llegar a consolidar todavía corrientes de opinión que puedan generalizarse un poco más. En ese sentido, no tiene la masividad de difusión que sí tienen los medios masivos; creo que no compite con ellos en ese sentido. Internet propicia y permite vehicular otro tipo de relaciones.

Sin embargo, hay algunas cosas interesantes, de lo que se llaman las “muchedumbres instantáneas”, que han tratado de aplicar Internet para usos políticos. Redes de algún tipo que se dan cita en un lugar determinado en el mundo, a una hora determinada, para manifestarse. Desde ir al frente de un Shopping y aplaudir hasta una organización mucho más sofisticada que pueda boicotear una reunión en Davos. Pero esto que sí sin duda existe, todavía tiene los problemas que plantea la cuestión del espacio.

Cuando se piensa que Internet puede generar redes que actúen políticamente a nivel global, nuevamente tenemos el problema que para manifestarse y alcanzar visibilidad en el espacio público, para aparecer en los medios, que todavía tienen una presencia muy fuerte, todavía hay que encontrarse en un lugar y en un horario determinado. Todavía la política sigue siendo un espacio de intervención directa, en presencia. Y

lo que hemos visto en foros de Internet, recolección de firmas y otras modalidades de acción no parecen tener el mismo impacto que la manifestación concreta de una presencia. Tal vez por esa resonancia aurática y la verdad que entraña la presencia física, en contraposición con una falta de crédito absoluto a lo que ocurre por Internet; nunca sabemos cuántas de esas firmas existen en realidad, siempre hay en el mundo virtual, todavía, alguna sospecha sobre el tipo de existencia de las personas que están en la red. Entonces, aún no parece que se haya articulado un espacio público que funcione de la misma manera a la que estamos acostumbrados. Sospecho que en la medida en que la política empieza a explorar más estos canales y establecer vínculos con sus votantes por estas vías, podría modificarse la situación.

O. T.: En relación con lo que planteaba, Internet propone un nuevo lenguaje...

V.P.: Sí, las generaciones más jóvenes aprenden a usar Internet y se vuelven creativas frente a ese nuevo lenguaje, lo cual implica un dominio de la técnica superior. Porque para ser creativos con una técnica, primero hay que saber usarla, como casi todas las cosas. En el caso de esta, hay un adiestramiento técnico que tienen los jóvenes y los niños contemporáneos de entrada y existe una apertura a ciertas mixturas que para nosotros estaban vedadas. Creo que esta maleabilidad que tiene el medio, también se corresponde con una mayor ductilidad en las habilidades, el pensamiento y la manera de planificar cualquier acción o producción. Y allí emergen ventajas relativas y al mismo tiempo desventajas.

Si uno lo ve en términos de las culturas letradas, esta indistinción y mezcla en el len-

guaje, esta evocación más que definición que se da a partir de la mixtura que prevalece en Internet, no está bien vista y es sancionada. En la Red, el lenguaje se aleja del dominio de los preceptos de la razón y del conocimiento y explora los intercambios comunicativos a partir de componentes intuitivos y emotivos fundamentales. El elemento visual se hace presente en la comunicación vía Internet de una forma inédita. La posibilidad de poner fotos, imágenes, emoticones, de jugar con los colores, aunque sólo sea eso, expresa estados de ánimo de una forma que los chicos son capaces de utilizarlos sin haber pasado por la mediación del aprendizaje de un lenguaje literario. Entonces, hay nuevas maneras de comunicación a partir de otros recursos. Y en este sentido, me parece que estamos recién empezando a ver toda la creación que puede aparecer en relación a estos nuevos medios.

O.T.: ¿Cómo repercuten estas transformaciones en los ámbitos educativos?

V.P.: Mi sensación, cada vez que hablo con docentes de cualquier nivel, es la evidencia de un estado de desesperación absoluto. Porque hay una diferencia muy radical, por lo menos con los docentes que tienen ciertos años. Los docentes más jóvenes ya pertenecen a la misma cultura de sus alumnos y de alguna manera pueden entenderse, aun cuando subsiste el problema de la institución y de las normas de evaluación que siguen siendo de la cultura escrita. Entonces surgen problemas muy graves de adaptación de los chicos al sistema escolar, de los docentes que también sienten que ya no tiene mucho sentido su intervención y de un sistema que dice: estos no son los estudiantes para los cuales nosotros estamos

preparados. En ese sentido, hay una situación problemática que no creo que se vaya a resolver rápidamente, ni en los próximos años. Creo que vamos a ver una inercia y una lenta agonía del sistema educativo que va a durar muchos años hasta que implote o se produzca una transformación.

Ahora bien, retomando una pregunta anterior, hay algunos elementos preocupantes en Internet que también hablan de una transformación social en distintos órdenes. Un elemento, no menor, a tomar en cuenta, sobre todo en el ámbito político, es que estas redes son pasibles de ser controladas. Hay una inteligencia a través de las redes. Entonces, no sé hasta dónde los movimientos sociales pueden encontrar un soporte confiable para sus intercambios, porque pueden ser vigilados.

Otra cuestión es que aparecen formas nuevas de apropiación de los bienes, en relación a la piratería y el plagio, que algunos pueden saludarlos con cierta alegría como formas de desafiar la propiedad privada, pero tampoco se sabe qué otras consecuencias puede provocar. Me refiero a que cualquiera puede bajar música, películas o textos; alguien puede apropiarse de textos, firmar textos de otros como si fueran propios, digo ¿qué estará significando todo esto? Se vuelve una práctica tan habitual que uno de los gestos que tienen las maestras para mostrar que están actualizadas con la tecnología, es pedirle a los chicos que hagan sus investigaciones y sus búsquedas por Internet y los chicos simplemente buscan la información, copian y pegan, y no hacen ninguna referencia al lugar de donde sacaron el texto y a la persona que originalmente plasmó ese texto. ¿Qué puede significar esto en términos de la indistinción entre lo propio y lo

ajeno? No lo sé, pero sin duda es una de las transformaciones que también se instala con Internet. Sumado a la posible desaparición de muchas industrias culturales, la del disco en primer lugar, la del libro que está en zona de riesgo y, me parece que la del cine es la que sigue en la cadena.

O.T.: Teniendo en cuenta la capacidad de interactuar que tiene el público a partir de Internet, y en referencia puntual al periodismo digital, ¿cree que es posible que los usuarios puedan llegar a tener mayor presencia y participación activa en la escena periodística de la red?, ¿se puede empezar a pensar con seriedad en un periodismo ciudadano?

V.P.: Bueno, el interrogante que surge allí es ¿cuántas cosas puede hacer el consumidor? Porque si hace todo deja de ser completamente consumidor para ser productor, y eso insume mucho tiempo y energías. Veo difícil que alguien se instale sistemáticamente en el lugar de poder producir para los medios. Además se requiere un aprendizaje distinto y hay un límite en lo que el ciudadano puede producir y cargar. Como todas estas tecnologías tienden a aumentar el grado de autonomía y a exigir del usuario competencias, capacidades y tiempo dedicado a la producción, me parece que hay un límite marcado por el tiempo, la energía, las capacidades, las ganas y las competencias.

Entonces, no creo que todos podamos hacer todo y creo que en algún punto es agradable percibir algo hecho. Creo que es el lugar del consumidor, recibir algo hecho y sólo consumirlo. Creo que hay un espacio de consumo que no va a desaparecer como tal.

Sin embargo, hay algunos experimentos de escritores que cuelgan en Internet sus textos sin terminar y piden la participación del público para terminarlos de la manera que al público le parece la mejor. Aparece allí la desaparición de la idea de obra y la desaparición de la idea de autor. Pero además hay un producto que tiene, sin duda, otra calidad. Porque hay una diferencia entre un escritor y un lector que quiere darle el final que más le gusta. Hay como un elemento de conformismo, complacencia y cierta demagogia del autor, que busca el final mejor aceptado por todos, y de continuar en esa dirección la "obra" desaparecería totalmente. Y no creo que a la gente le interese que las obras desaparezcan, porque uno puede disfrutar leyendo un libro, mirando televisión, leyendo un diario o escuchando música. Creo que no en todos los ámbitos hay que luchar por cada una de las briznas de libertad prometidas en la posibilidad de ser prosumidor; porque el exceso de tareas no implica una mayor libertad, sino todo lo contrario. Genera la carga de un nuevo trabajo.

Hago referencia a que, de todas maneras, la información que un ciudadano normal puede captar con medios domésticos no tiene la misma calidad ni el mismo tratamiento informativo. El interrogante es, como espectadores y consumidores ¿cuánto de ese material, mal editado, mal tomado o mal producido, estamos dispuestos a soportar?, ¿hasta dónde llega a jugar el elemento del gusto en este juego? Yo he visto en varios programas de noticias imágenes captadas por alguien que pasaba espontáneamente por allí. En general, son imágenes de mala calidad, tomadas con cámaras domésticas, con un celular, etc. Si todo un programa estuviese hecho con esa calidad

probablemente no lo miraríamos. Hay algo del orden de lo estético y de la organización del mensaje, que tiene que ver con los lenguajes, los recursos y las competencias aplicadas al producto, que el observador casual no tiene. Entonces, sí, podemos tener una noticia propuesta por el ciudadano, pero hay que complementarla, hay que trabajarla, hay que hacer con ella lo que saben hacer los que tienen el oficio y no somos todos.

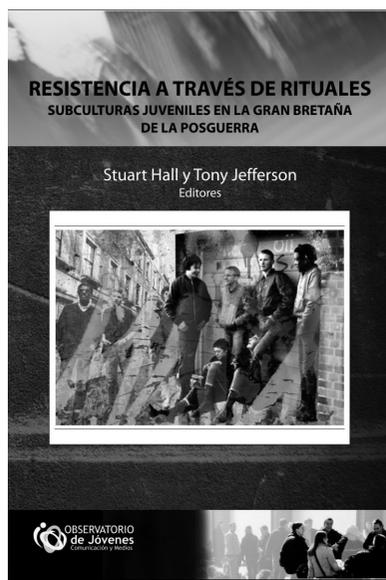
O.T.: No obstante, aún así muchos medios tradicionales utilizan las imágenes o las propuestas del ciudadano. ¿Se trata de lograr mayor credibilidad en sus producciones noticiosas?

V.P.: Sí, es probable. Pero no sé cuán efectivo es. Estaba pensando en un hecho muy concreto. Hace dos o tres años, en Chilecito, una parte de la población vio aparecer a la Virgen y la imagen fue captada con celulares. El diario publicó fotos tomadas con un celular y yo, la verdad no veía nada en esa foto. Entonces, no sé si tiene absoluta credibilidad algo por el sólo hecho de provenir del público y con baja calidad es mucho más fácil ponerlo en cuestión. Pero sí, seguro que los medios utilizan las propuestas del público como una forma de legitimarse y seguro que mucha gente quiere participar por este deseo de verse reflejada en los medios, motivada porque el diario hable de uno, por dejar una marca.

Por Claudio Guillermo Avilés y Paula Pedelaborde

Claudio Guillermo Avilés es Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu). Es docente adjunto de la cátedra Periodismo de la Universidad Católica de Santiago del Estero, sede Jujuy, y becario de posgrado del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET).

Paula Pedelaborde es Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata. Es docente adjunta ordinaria del Taller de Producción Gráfica II (FPyCS-UNLP) e investigadora del Programa de Incentivos del Ministerio de Educación de la Nación.



Resistencia a través de rituales. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de la posguerra

Stuart Hall y Tony Jefferson (editores)

El libro *Resistencia a través de rituales. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de la posguerra* es un clásico de los estudios sobre juventud, editado por primera vez en español en forma completa por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, a través del Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios.

El volumen representa un antecedente fundamental para una sociología de la juventud dado que reúne numerosas investigaciones sobre grupos y sectores no visibilizados en los estudios sociales hasta el momento de su primera aparición en 1976.

Sus autores, Stuart Hall y Tony Jefferson son dos de las figuras más destacadas del Centro de Estudios

Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham. Sus trabajos, rotulados con el nombre de Estudios Culturales Británicos, cobraron importancia a partir de estudios en los que se ponderaban los procesos de recepción cultural, donde los destinatarios de la cultura masiva, constituida principalmente por la literatura, la televisión, la música y la prensa, comenzaban a ser considerados productores y no mero público pasivo.

Los abordajes propuestos han sido retomados minuciosamente en los ochenta por diversas corrientes de estudios sociales de nuestra región, en lo que se ha dado a conocer como Estudios Culturales Latinoamericanos, motivo por el cuál se hizo tan necesaria la presente edición.

Avances de investigación

Cultura rock: sujetos “codeando” su lugar

Leila Vicentini

Leila Vicentini es Licenciada en Comunicación Social por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Es Profesora Adjunta ordinaria de Comunicación y Teorías Cátedra II (FPyCS-UNLP) y como investigadora se dedica a estudios de cultura rock, jóvenes, comunicación y arte.

Resumen

El interés por comprender los modos en que los jóvenes se relacionan con la música en la ciudad de La Plata nos ubica en la dimensión de la *cultura rock*, uno de los fenómenos más notorios de las culturas contemporáneas urbanas. Este artículo propone recorrer las principales vertientes teóricas de las ciencias sociales que, desde el campo de los estudios de la comunicación y la cultura, permiten proponer una perspectiva epistemológica para indagar en las subjetividades juveniles y los consumos musicales en la Argentina pos-Cromañón.

La problematización acerca de la *cultura rock* y los jóvenes es inseparable de las prácticas, de los actores que las hacen, de los sujetos que producen, de los modos en que asumen la experiencia y nombran la subjetividad como producción de la propia biografía, y de las representaciones que las legitiman. En este sentido, se considera como punto de partida dejar de pensar las estructuras desubjetivadas vs. los sujetos desestructurados, a partir de lo cual se identifican, describen y analizan ciertas nociones, conceptos y acepciones que han superado dicha dicotomía.

Palabras clave: subjetividad – prácticas sociales – experiencia – sujeto – biografía – representaciones

Keywords: subjectivity – social practices – experience – subject – own biography – representations

Abstract

The interest in understanding the ways in which young people relate to music in the city of La Plata puts us in the dimension of the rock culture, one of the most notorious urban contemporary cultures. This article proposes to explore the main theoretical aspects of the social sciences from the field that studies communication and culture allow us to propose an epistemological perspective to look into the youth subjectivities and musical consumption in Argentina pos-Cromañón.

The deep discussion about the rock culture and young people is inseparable from the practices of actors who make them, the subjects produced, the ways in which they assume the experience and name as the production of subjectivity's biography, and the representations that legitimize them. In this sense, it is considered as a starting point to stop thinking the desubjetivadas structures vs. the desestructurados subjects, from which identifies, describes and analyzes certain notions, concepts and meanings who have overcome this dichotomy.

Recibido: 20-5-2010 / Aceptado: 28-7-2010

El siguiente artículo forma parte de los avances de la tesis doctoral "Subjetividades juveniles y consumos musicales en la Argentina pos-Cromañón", donde interesa pensar cómo los jóvenes construyen subjetividades a partir de la dimensión del rock como cultura, punto de partida para cimentar un estudio de la *cultura rock platense*. Se presenta aquí la perspectiva epistemológica asumida, aquella que nos permite superar dos determinismos centrales que han operado para legitimar los estudios y problemas en ciencias sociales: las estructuras desubjetivadas vs. los sujetos desestructurados. Una perspectiva que, además, resulta clave para comprender, desmontar y desmantelar los discursos reproductores de una mirada condenatoria de los jóvenes, así como las implicancias atribuidas a la *juventud construida* por los medios de comunicación en la Argentina actual.

SUBJETIVIDAD, EXPERIENCIA Y ACTORES

Se admite que son justamente las prácticas cotidianas las puertas de entrada a los estudios sobre jóvenes, rock y culturas que esta Tesis reconoce como lugar epistemológico, teórico y político de producción de conocimiento social. En tal sentido, se adopta la propuesta de Anthony Giddens (2006 [1984]) acerca de que la "tarea de la ciencia social es alcanzar concepciones sobre la naturaleza de la actividad social humana y sobre el agente humano que se puedan poner al servicio de un trabajo empírico. El quehacer principal de la teoría social es el mismo que el de las ciencias sociales en general: esclarecer los procesos concretos de la vida social". Esto lleva a comprender la realidad social como una construcción intersubjetiva cuyos significados se encuentran anclados en prácticas, discursos, experiencias, percepciones juveniles sobre los mundos de la vida, que enmarcan en un nivel más general la construcción del objeto de la investigación: *la estructuración de la cultura rock platense*.

Al pensar la realidad social como construcción intersubjetiva se reconocen los aportes del movimiento intersubjetivo de la mano de las corrientes interpretativas, como el interaccionismo simbólico, la fenomenología social y la etnometodología, que luego la sociología reflexiva de Pierre Bourdieu, Zygmunt Bauman, Ulrich Beck y Anthony Giddens se encargarían de coronar. Se trata de considerar preguntas en torno a la naturaleza de la acción humana, al ser que actúa, a los modos que asumen las interacciones y al resultado de la actividad de los sujetos para dar sentido a sus prácticas en la vida cotidiana, al carácter reflexivo, activo e intencional de la conducta humana, pese y por las constricciones de las instituciones y los principios estructurales.

En las ciencias sociales el momento actual es definido, principalmente, por el abismo profundo que se abre entre los marcos regulatorios, las instituciones tradicionales y la subjetividad de los actores sociales (Saintout, 2009). El lugar trascendente de los procesos de subjetivización amerita un enfoque desde la perspectiva del sujeto como actor social relevante en la configuración de los mundos de la vida. Es aquí donde el consumo musical emerge como un objetivo particular de la Tesis en relación con un tipo de conocimiento social, el rock, que se encuentra profundamente arraigado en las culturas juveniles que habitan la ciudad de La Plata y que se afirma como un saber práctico, como una experiencia subjetiva y como una práctica sociocultural de la música, a partir de la cual los jóvenes construyen relatos comunes, expectativas biográficas y configuran percepciones acerca de los mundos juveniles de la vida en la Argentina pos-Cromañón. Para ello resulta fundamental detenerse en el carácter construido de lo que denominamos "cultura rock platense".

La problematización acerca de la *cultura rock* se asume desde una mirada que reconoce su legitimación a partir de los desplazamientos operados en el

campo académico de la comunicación y la cultura, donde la transformación de la sensibilidad, el placer, la percepción de lo social y la construcción de la socialidad habilitan en la investigación social enfoques orientados a las transformaciones de la vida cotidiana, de los modos de sentir, de conocer y de congregarse de los jóvenes. Pensar la comunicación desde la cultura es pensar la cultura como dimensión significante de lo social (en sus dimensiones simbólica, material e histórica), como arena de lucha por los sentidos legítimos que una comunidad da al mundo en que vive; es pensarla como espacio de identidades, como creación e innovación en las prácticas sociales y como terreno de dominación y reproducción (Saintout, 2003). La cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social, anclados históricamente y, por ello, políticamente disputados.

Los aportes de las corrientes de la teoría social que han tratado de integrar los dualismos macro-micro y estructura-agencia para pensar los modos del conocimiento del mundo social contribuyen a la comprensión específica de la cultura rock platense. El concepto de dualidad de la estructura ofrece una forma de estudiar la producción de la vida social que se configura en lo que denominamos *cultura rock*, donde mediante prácticas sociales contextualizadas –en este caso, vinculadas a la música y sus contornos– los jóvenes conforman sus vidas y experiencias, siendo la actividad humana el espacio que permite la interacción social donde se entreteteje la estructura¹ y la *agencia*², y donde la comunicación, en tanto saber transdisciplinar, se torna ineludible para su esclarecimiento.

Asimismo, la teoría del *habitus* de Bourdieu resulta útil para explicar cómo se recrean las dimensiones estructurales en la cultura rock platense. Bourdieu (1991) vincula la acción a la estructura mediante el concepto de *habitus*, conjunto de modos de entender que son constitutivos de una sociedad o grupo y que

son disposiciones que organizan la práctica sin determinarla. En *Sociología de la Cultura*, el autor concibe la realidad social como un proceso dinámico de estructuración formadora de la práctica, y no como mera contingencia de la acción o exclusiva objetividad de la estructura. El *habitus* generado por las estructuras objetivas genera, a su vez, sistemas de prácticas y representaciones, otorgando a la conducta humana esquemas de percepción, experimentación y clasificación de lo real. En las prácticas y percepciones del mundo se hacen acto las disposiciones del *habitus*, y si bien los agentes tienden a reproducir las condiciones que engendraron sus *habitus*, estas disposiciones pueden ser transformadas en circunstancias nuevas.

Al acercarnos a las preguntas sobre los modos que asume la estructuración de la cultura rock platense, escoger la perspectiva de los actores³ permite emprender un proceso de construcción de conocimiento que recupere la realización de los procesos subjetivos de la experiencia sociocultural de los jóvenes en torno a la música y la cultura, para pensar aquellos procesos de producción de sujetos, prácticas y estructuras, subjetividades, experiencias y representaciones de las culturales juveniles sobre la vida en la Argentina pos-Cromañón. En este punto, es necesario comenzar a precisar las nociones de subjetividad y experiencia que utilizamos en la Tesis.

Para hablar de subjetividad es importante señalar que su emergencia en el campo de las ciencias sociales remite a la crisis de los paradigmas de análisis estructuralistas, que pretendían explicar la acción y la conciencia social por la determinación de las estructuras, de las cuales los sujetos eran sólo epifenómenos (Saintout, 2003). Hablar de subjetividad requiere señalar algunas enunciaciones que, presentes en las ciencias sociales, dan cuenta de un término que escapa a una definición única pero que resulta de gran utilidad para comprender la interacción entre los grandes procesos sociales y las pequeñas escenas de

1 Siguiendo a Giddens, podemos entender la estructura como las reglas y recursos de las que la gente hecha mano para producir y reproducir sus actividades. Las primeras denotan, por un lado, la constitución de sentidos, y, por otro, la sanción de modos de conducta social. Los recursos son de asignación o de autoridad y son empleados en la generación de dominio y/o de poder. La estructura pensada como un grupo con relaciones internas específicas, entrelazadas y a la vez en tensión. Para Bourdieu, las estructuras no son externas a los individuos, en tanto huellas mnémicas, y en tanto ejemplificadas en prácticas sociales, son en cierto aspecto más internas que externas.

2 Según Bourdieu y Giddens, la agencia humana se define como la capacidad autónoma que tienen los sujetos sociales de construir su propia vida e influir en los procesos sociales en los cuales participan en escenarios de interacción de naturaleza situada –en un espacio temporal– con otros sujetos copresentes, a través de prácticas sociales estructuradas y estructurantes.

3 La perspectiva del sujeto en la sociología reflexiva hace referencia a lo que los actores aplican a las circunstancias de su existencia. Y que necesita ser representado, imaginado, reproducido y modificado.

interacción cotidiana, y que, a su vez, provoca efectos en las tramas vinculares y los modos de interacción de las culturas juveniles, sobre la forma de pensarse a sí mismas y a los otros.

La subjetividad ha sido entendida como un proceso de producción de significados de naturaleza social que se constituye en la trama vincular y que trasciende al sujeto (Pichon-Rivière, 1985). Éste aparece así como un sujeto más allá de sí, producido socialmente, en relación a otro. Otros enfoques postulan que la presencia de lo subjetivo en la vida social se debe al debilitamiento de las relaciones sociales que sostenían al individuo: familia, trabajo, clase (Lash y Urry, 1997; Reguillo, 2000; Saintout, 2003).

Desde la sociología reflexiva, la subjetividad se presenta como la dimensión de los fenómenos sociales que se relaciona con las formas en que los sujetos se apoderan de –y son apoderados por– las estructuras sociales para reproducir el orden social. En la sociedad reflexiva, la estructura social se desplaza hacia lo informal, lo que supone la liberación de los individuos del encapsulamiento de las instituciones, y permite la emergencia de nuevos conceptos como acción, subjetividad, saber crítico, creatividad. Es el retorno a la incertidumbre (Beck, 1998). Para Giddens, la subjetividad se refiere a la mediación que actúa dentro de las prácticas sociales como organizadora cognoscitiva (interpretativa) de la actividad intencional del individuo, que él denomina *agencia*.

Para los teóricos de la modernidad tardía estamos ante un nuevo posicionamiento del sujeto en una nueva sensibilidad de época, una nueva subjetividad que se nutre de una nueva forma de individualismo que atraviesa las identidades juveniles a través de sus prácticas y sus consumos (Featherstone, 1995; Lash, 1997), y que es a la vez autoafirmación y goce de sí, reivindicación y realización personal (Beck, 1999). Sobre este último aspecto, la cultura posmoderna de la subjetividad –como imperio de los valores vivencia-

les– hace referencia al “proceso de personalización” que se promueve como valor fundamental a través de la realización personal y el respeto a la singularidad subjetiva. Una cultura del yo donde no hay límite ni frontera que se oponga a la autoridad de la experiencia; deseos individuales que traen de la mano la transformación de los estilos de vida unida a la revolución del consumo. El hecho social y cultural más significativo de nuestro tiempo es el vivir con libertad escogiendo íntegramente el modo de existencia de cada uno (Lipovestky, 1996). La biografía de la vida propia se ha vuelto modo de vida, condición estructurante de las juventudes actuales.

Al mismo tiempo, la subjetividad es el territorio en el que se hace evidente la forma que adquiere la experiencia histórica, la pertenencia a una época determinada en el devenir de la historia personal, generacional y social. En esta explicación, la subjetividad se comprende como facticidad, en el sentido otorgado por la filosofía heideggeriana:

En esta filosofía, la subjetividad se conoce como “facticidad” y alude a la concreción de ese encontrarse en una situación y de encontrarse a uno mismo en esa situación, doble encuentro en el que un momento específico aparece como vivido. La facticidad comporta un espesor significativo que en el seno del sujeto adquiere el valor de una memoria social incorporada. Dicho de otro modo, es el cruce preciso de la biografía en la historia y de ésta última en la constitución de los sujetos. Esa experiencia convierte a la subjetividad en receptáculo y resorte de la historia: la biografía es la subjetividad en su despliegue y la historia se inflexiona como facticidad-devenir en las subjetividades (Urresti, 2008).

Por otra parte, la subjetividad se modula mediante la internalización de lo social, lo que nos permite pensar una relación articulada entre discursos, emociones y pensamientos, perceptibles y manifiestos a nivel de la vivencia personal pero aún no sedimen-

tados como formación cultural de una sociedad. La sospecha de Raymond Williams acerca de la vivencia privada de las experiencias (emociones) nos permite sostener la particularidad de una “gramática de las emociones”, entendiendo que éstas no se manifiestan “de cualquier manera”; antes bien, se exteriorizan según ciertas pautas socialmente aprendidas (Le Breton, 2002). En este sentido, el despliegue de la actividad subjetiva va de la mano de la transformación del mundo de la experiencia. Desde una mirada que parte de la vincularidad y de la interacción como formas básicas de la experiencia humana, la subjetividad no puede ser un carozo ni una estructura cosificada. El sujeto sólo adviene como tal en la trama relacional de su sociedad. La subjetividad es la forma distintiva que en cada uno de nosotros adopta el vínculo humano-mundo y característica de la cultura entendida en sus transformaciones históricas y en los rasgos que identifican su configuración en cada época.

Pero, además, como entiende Lawrence Grossberg (2003), la subjetividad es espacial, en la medida en que se vive el mundo desde una posición específica en el espacio-tiempo, y está también relacionada con el movimiento y la trayectoria de los demás (Mattelart y Neveu, 2002). De esta manera, la subjetividad es una construcción sin final, y no un punto de partida o de llegada fijo desde donde uno interactúa con el mundo. El efecto de esta interacción se llama experiencia y así se produce; no mediante ideas o valores externos, causas materiales, sino con el compromiso personal, subjetivo, en las actividades, discursos e instituciones que dotan de importancia –valor, significado y afecto– a los acontecimientos del mundo (De Lauretis, 1992). En este sentido, la subjetividad –como la identidad social– es siempre precaria, contradictoria y en proceso, y los individuos son siempre el espacio de lucha de conflictivas formas de subjetividad, cuyo funcionamiento admite el azar y lo imprevisible.

Es así que para comprender las subjetividades juveniles que *pro/evoca* la música, particularmente el rock, necesitamos dirigir nuestra atención a los procesos históricos que, a través de las prácticas sociales, los discursos y las representaciones, posicionan a los sujetos y producen sus experiencias. No son los individuos los que tienen la experiencia, sino los sujetos lo que son constituidos por medio de la experiencia. El sujeto sólo adviene como tal en la trama relacional de su sociedad. ¿Qué significa ser un sujeto? Fundamentalmente, los sujetos son constituidos discursivamente y tienen *agencia*. Ser un sujeto significa estar sujeto a condiciones definidas de existencia, condiciones de dotación de agentes y condiciones de ejercicio. Desde los Estudios Poscoloniales, para Gayatri Spivak (1988) estas condiciones, que son asignaciones de posiciones-sujeto, hacen posible elecciones que no son ilimitadas. El sujeto no se caracteriza solamente por su subjetividad, sino por ser al mismo tiempo capaz de objetivar, es decir, de convenir, de acordar en el seno de la comunidad, de producir un imaginario común y por tanto de construir su realidad. El sujeto admite en el reconocimiento de la necesidad de *otro* que no puede, y no quiere, ser *solo*.

Desde los Estudios Semiológicos de Cine, Teresa de Lauretis (1992) propone una teoría materialista de la subjetividad. En ella no se puede partir de la noción ya dada de sujeto; por el contrario, se debe acercarse al sujeto desde los mecanismos, desde las tecnologías sociales en que éste se construye, es decir, desde las formas de producción. Para la autora: “El sujeto es donde se forman los significados y sí, al mismo tiempo, los significados constituyen los sujetos”.

En los Estudios Culturales la cuestión del sujeto es epistemológica en el sentido más amplio del término. En palabras de Grossberg (2003):

El sujeto describe una posición dentro de un campo de subjetividad o de un campo fenomenológico, producido por

una máquina subjetivante específica (dado que no todas las subjetivaciones son subjetificaciones). Todos experimentamos el mundo, por tanto, la subjetividad debe ser un valor universal. Todo el mundo tiene cierta forma de subjetividad y con ello, al menos en un sentido, existe como sujeto (recordamos que hay diferentes formas de existencia del sujeto). Todo el mundo existe en el centro de un campo fenomenológico y, por consiguiente, tiene cierto acceso a la experiencia, a cierto conocimiento de sí mismo y su mundo. Puede suceder que la subjetividad como valor necesario para la vida está desigualmente distribuida, que algunos individuos tengan la posibilidad de ocupar más de una posición, que algunas posiciones brinden perspectivas específicas de la realidad diferentes de otras y que algunas lleguen a valorarse más que otras (...) aunque todos los individuos existen dentro de los estratos de la subjetividad, también están situados en determinadas posiciones, cada una de las cuales permite y restringe las posibilidades de la experiencia, de representar esas experiencias y de legitimar esas representaciones.

Esta cita conecta con la otra noción que interesa en este marco: la experiencia. Encontramos aquí un término ubicuo que presume de una variedad de significados, signos y valores en la vida cotidiana. La experiencia es una práctica, un texto y una representación. La variedad de sus definiciones se puede apreciar en los siguientes enunciados:

- la experiencia es algo que la gente tiene: concebida como interna o subjetiva es una expresión del ser o de la conciencia de un individuo; concebida como externa u objetiva corresponde al material sobre el que la conciencia actúa;

- la experiencia es conocimiento recolectado de eventos pasados, ya sea por observación consciente o por consideración y reflexión. Aquí podemos mencionar la metáfora visual en el sentido que le otorgaría el paradigma positivista de la ciencia;

- la experiencia es una clase particular de conciencia, que en algunos contextos se puede distin-

guir de la razón o el conocimiento. En el siglo XX esta conciencia ha venido a significar una total y activa percepción, incluyendo el sentimiento tanto como el pensamiento. La noción de experiencia como un testigo subjetivo se ofrece no sólo como la verdad, sino como la más auténtica forma de verdad, como la base para todo razonamiento y análisis (Williams, 2000 [1983]);

- la experiencia ha adquirido durante el siglo xx otra connotación, diferente de estas nociones de testimonio subjetivo como inmediato, verdadero y auténtico. En este uso se refiere a influencias externas a los individuos –condiciones, instituciones, formas de creencia o percepción sociales–, cosas reales fuera de ellos a las que reaccionan y que no incluyen su consideración o su pensamiento, y donde el conocimiento es concebido como “un ensamblaje de representaciones exactas” (Rorty, 1979);

- la experiencia es el proceso por el cual se construye la subjetividad para todos los seres sociales. Mediante ese proceso, uno se ubica o es ubicado en la realidad social y de ese modo se perciben y comprenden como subjetivas (referidas y originadas en uno mismo) esas relaciones –materiales, económicas e interpersonales– que de hecho son sociales y, en una perspectiva más amplia, históricas (De Lauretis, 1992);
- la experiencia es una fuente confiable de conocimiento porque se apoya en el contacto directo entre la percepción del historiador y la realidad (Collingwood [1946] en Scott, 1992);

- la experiencia, como sentir que conjuga las ideas de influencia externa, sentir subjetivo, lo estructural, lo psicológico, es una influencia mediadora entre la estructura social y la conciencia social. “La gente no sólo experimenta su propia experiencia como ideas, dentro del pensamiento y sus procedimientos. También experimenta su propia experiencia como sentir”. El aspecto unificador de la experiencia permite dar cuenta de la *agencia* (Thompson, 1984);

BIOGRAFIZACIÓN, PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES

- la experiencia es un evento lingüístico (no ocurre fuera de significados establecidos), pero no por eso está confinada a un orden fijo de significado. Ya que el discurso es por definición compartido, la experiencia es tanto colectiva como individual. Así, la experiencia es la historia de un sujeto y el lenguaje es el sitio donde se representa la historia (Butler y Scott, 1992);

- "La experiencia es siempre, al mismo tiempo, ya una interpretación y algo que necesita ser interpretado". Siempre ya interpretada, la experiencia requiere siempre ser interpretada y su móvil es la demanda de sentido. Lo que cuenta como experiencia no es ni evidente ni claro, ni directo: está siempre en disputa y, por lo tanto, siempre es político. El estudio de la experiencia debe, por consecuencia, poner siempre en cuestión su estatus originario en la explicación histórica. La experiencia no es el origen de nuestra explicación, sino aquello que queremos explicar. La experiencia interroga y abre nuevas maneras de pensar acerca del cambio (Scott, 1992).

El despliegue de la actividad subjetiva va de la mano de la transformación del mundo de la experiencia. Los mundos de vida pertenecen al campo de las vivencias, al terreno en que se articula la subjetividad y se constituye el ámbito donde se define la estructura histórica y social de la experiencia. De este modo es que la experiencia musical cotidiana y subjetiva es, a la vez, una realidad social. Pensar la subjetividad como la gran productora de sentido implica reflexionar acerca de diferentes interpretaciones y puntos de vista, de la problematización de la percepción, la intransferibilidad de la propia biografía, la exclusividad de "mi" historia. Si retomamos el concepto de "estructura del sentir" de Williams,⁴ que se orienta a explicar la experiencia del presente del sujeto como una afección, como un afecto marcado por el presente, es posible decir que la subjetividad es sólo inteligible en su tiempo (De la Peza Casares, 2009).

La justificación de las acciones, la expectativa de comprensión personal, la narración autorreferencial, la exhibición del sentir y la revelación de los sentimientos, configuran claves de acceso a la biografía de los jóvenes, término relevante para esta reflexión teórica y que corresponde a la teoría de la individualización de Beck (1999). En esta teoría, el individuo tiene que producir su propia biografía como modo de vida. Aquí operan la dimensión de la experiencia subjetiva y la situación objetiva de la vida junto a la percepción del tiempo propio y el de los sistemas sociales. El concepto de individualización se concentra en un determinado aspecto de la forma de vida: el modo de vida. La individualización alude a la dimensión de la conciencia subjetiva así como a la situación objetiva de la vida. Significa que el hombre aparece como constructor de su identidad, como planificador de su curso de vida, como usufructuario racional estratégico y, en lo posible, también como productor de relaciones sociales.

Así, la biografía es entendida cada vez más como carrera, como proceso de formación y búsqueda, como destino familiar individual o como proceso de marginación, y cada vez menos como cumplimiento de un guión biográfico con la impronta específica de un grupo (Rosenmayr y Kolland, 1999). La biografía juvenil, la forma de vida propia en los jóvenes, es una forma de vida significativa de la época. Respecto de la juventud, Werner Fuchs afirma en su investigación empírica *Jugend`81*:

La juventud, como preparación para la existencia adulta, es cubierta y cargada de formas o, cuando menos, posibilidades de vida por propio riesgo y derecho. La etapa de la vida que está al servicio del desarrollo de la individualidad contiene, de manera creciente, espacios de acción y exhortaciones a la acción que presuponen la individualidad. La edad de la

4 El "sentir" aparece como un estado causado por una afección; su definición es más imprecisa que la de "sentimiento", que supone la posibilidad de objetivación y de denominación de lo que se experimenta.

vida que está al servicio de la preparación del modo de vida individual es ella misma individualizada. El cambio de status adquiere rasgos de una biografía juvenil (Beck, 1999).

Los jóvenes no son sólo individualizados, se individualizan ellos mismos. De esto trata la biografización de la juventud: de volverse activo, de luchar, de configurar por sí mismo la vida propia, del descubrimiento-inención de sí mismo. La vida propia se convierte en un problema cotidiano de acción, puesta en escena y presentación de sí mismo. La vida propia, sobre todo la de los jóvenes, es la vida experimental, la vida a prueba. A la vez, el mundo de la vida de los jóvenes es una arena de lucha de mundos de sentido rivales. Los heterogéneos mundos de significado y de experiencia de los jóvenes los obligan a comprenderse y a organizarse a sí mismos como sus propios constructores. La identidad se transforma en un hábito de búsqueda que no acaba jamás (Beck, 1999). La individualización es un proceso epocal que nombra la configuración contradictoria de futuro; un futuro que se les escapa de las manos a los adultos y crece en los jóvenes como poder de decisión y de definición.

Así como la teoría de la individuación alude a llevar una vida ajustada a los propios deseos, una vida que uno mismo ha escogido, las vivencias son del orden de la subjetividad. Si consideramos la experiencia de la música como una vivencia creadora de biografía y no como un mero reflejo de la identidad, se torna importante resaltar que las experiencias biográficas están nutridas de prácticas musicales de escucha, de creación, de circulación, de exhibición, de difusión. De este modo, la práctica es constitutiva de la subjetividad en tanto el sujeto se busca y se encuentra en su hacer, más que en su producto.

El fenómeno de la percepción estudiado por la fenomenología de Maurice Merleau-Ponty –que se interesa por comprender el cómo de la experiencia vivida– resulta útil para advertir que en el origen de

las experiencias musicales la naturaleza prelingüística de contenido no conceptual juega un papel estructurante en la configuración de prácticas musicales (hábitos, habilidades y técnicas) y sus significados subjetivos, sociales y medioambientales. Considerando una investigación de carácter social, y la relación del investigador con su objeto de estudio, la percepción es siempre percepción de un objeto cuya existencia intencional está en función de su relación con el sujeto perceptor.

Según la fenomenología de cuño merleopontiano, es posible acceder a la experiencia en la inmediatez de intuiciones subjetivas:

Si, efectivamente, la experiencia personal vivida está fundada sobre la participación total inevitable del sujeto en el mundo de la vida que abre la subjetividad hacia el mundo social, cultural y natural del sujeto, la manoseada distinción entre emicidad y eticidad queda neutralizada: tanto la subjetividad del investigador como la del colaborador alocultural están unidas por su condición existencial compartida de “ser en el mundo”. El hombre está en el mundo, es en el mundo que se conoce (Merleau-Ponty, 1997).

Y éste es el mundo de las prácticas. Para la historiadora Christine Stansell, las prácticas sociales en toda su “inmediatez y totalidad constituyen un dominio de experiencia sensual (una realidad prediscursiva sentida, vista y conocida directamente) que no puede ser abarcada por el lenguaje” (Scott, 1992). Para la hermenéutica de Hans-George Gadamer, si bien el lenguaje es la interpretación global del mundo, la condición de posibilidad y mediación de nuestra experiencia del mundo también admite que esta experiencia “nunca es sólo un proceso lingüístico ni se agota en el lenguaje” (Koselleck y Gadamer, 1997).

En la sociología reflexiva las prácticas sociales están situadas en un espacio y un tiempo, y aluden a aquellas actividades humanas de carácter recursivo

donde los actores sociales se recrean de continuo a través de los mismos medios por los cuales se expresan en tanto actores. En sus actividades, y por ellas, los agentes reproducen las condiciones que hacen posibles esas actividades (Giddens, 2006 [1984]). La reflexividad de este fenómeno es una actividad singular de las acciones prácticas –su carácter metódico–, de las circunstancias prácticas, del conocimiento común, de las estructuras sociales y del razonamiento sociológico práctico.

Asimismo, la perspectiva teórica del *habitus* bourdiano resulta de gran utilidad para explicar las prácticas juveniles que se constituyen en su dimensión material e histórica, y que se afirman en contextos sociales de incertidumbre y de vulnerabilidad en la Argentina contemporánea. La noción de *habitus* alude a la internalización de estructuras, modos y formas de actuar que han sido propias de generaciones anteriores y son recreadas por las nuevas generaciones. El *habitus* se refiere a un sistema de disposiciones para la práctica, para la acción. En este sentido, el *habitus* de clase opera como un sistema subjetivo pero no individual de estructuras interiorizadas, de esquemas de percepción y de apreciación (disposiciones), de acciones y representaciones (tomas de posición).

Si consideramos las prácticas musicales que privilegian actores con determinados capitales culturales, en este caso jóvenes vinculados a bandas de rock platense que transitan o transitaban estudios universitarios en la ciudad de La Plata, la teoría del *habitus* se vuelve útil para explicar las formas de relaciones de poder, los estilos de generación y la circulación y consumo de símbolos y significados que definen los modelos de percepción y de acción de las culturas musicales frente al mundo social. En tanto prácticas sociales, las prácticas musicales definen escenarios de interacción, territorios, sedes y productos; son indicadores de la acción y la relación de sujetos en situaciones y momentos históricos. Entre

ellas se pueden identificar prácticas de interpretación, producción, distribución, circulación, exhibición y difusión musical, y prácticas de escucha, audición, consumo, recreación, resemantización, sentido o significación musical. Las prácticas también están asociadas a las manifestaciones de la corporalidad: aprender a tocar un instrumento, a bailar, improvisar, dirigir, escuchar.

De esta forma, es posible considerar que el principio generador de las prácticas juveniles, particularmente las prácticas musicales, debe buscarse en los esquemas que constituyen el *habitus*, noción que conecta con la teoría de las representaciones sociales de la psicología social (Moscovici, 1981), en tanto y en cuanto constituyen sistemas de referencia que permiten a los actores interpretar y dar sentido al mundo. De esta perspectiva teórica se recuperan las “representaciones”, entendidas como categorías que les permiten a los actores clasificar información, acontecimientos, fenómenos, sujetos y realizar valoraciones, y donde las experiencias y saberes prácticos que los jóvenes recrean dentro de los procesos de socialización musical constituyen un elemento central para el estudio de la “cultura rock platense”.

Las representaciones sociales son esquemas de conocimiento compartido que constituyen modalidades de pensamiento práctico orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. La caracterización social de los contenidos o los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás (Jodelet, 1984). Epistemológicamente, la Tesis se propone partir del reconocimiento de las categorías producidas por los sujetos en torno a las experiencias legitimadas en las representaciones invocadas sobre los mundos juveniles de la vida.

Finalmente, las prácticas sociales cobran sentido en el interior de las representaciones sociales, que le proporcionan inteligibilidad y competencias de agencialidad. Si bien asumimos que la producción social de la subjetividad siempre está inmersa en procesos simbólicos de significación, la experiencia subjetiva que produce la música tanto como las formas de socialización musical son diversas, si consideramos los consumos de los diferentes sectores sociales y las pautas estéticas e ideológicas de preferencias y sus disputas en el campo musical y social. Las discusiones en torno al carácter sociocultural de la música y la experiencia subjetiva que *pro/evoca* conforman otra dimensión de conocimiento significativo en la construcción de la perspectiva teórica de esta investigación, que se pretende para otro artículo.

BIBLIOGRAFÍA

BECK, Ulrich, *Hijos de la libertad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

_____, *La sociedad del riesgo*, Paidós, Barcelona, 1998.

BOURDIEU, Pierre, *El sentido práctico*, Taurus, Madrid, 1991.

BUTLER, Judith y SCOTT, Joan, *Feminists theorize the political*, Routledge, London, 1992.

DE LAURETIS, Teresa, Alicia ya no (*Feminismo, Semiótica, Cine*), Cátedra, Madrid, 1992.

DE LA PEZA CASARES, María del Carmen (ed.), *Comunicación y sujetos de la política*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2009.

FEATHERSTONE, Mike, *Undoing culture, Globalization, Postmodernism and identity*, Sage Publications, London, 1995.

GIDDENS, Anthony, *La constitución de la sociedad*, Amorrortu, Buenos Aires, 2006 (1984).

GROSSBERG, Lawrence, "Identidad y estudios culturales: ¿no hay nada más que eso?", en Hall, Stuart y Gay,

Paul (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu, Buenos Aires, 2003.

JODELET, Denise, "La representación social: fenómenos, conceptos y teorías", en Moscovici, Serge, *Psicología social*, Paidós, Barcelona, 1984.

KOSELLECK, Reinhart y GADAMER, Hans-George, *Historia y hermenéutica*, Paidós, Barcelona, 1997.

LASH, Scott, "La reflexividad y sus dobles. Estructura, estética, comunidad", en BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony y LASH, Scott, *Modernización reflexiva*, Alianza, Madrid, 1997.

LASH, Scott y URRY, John, *Economías de signos y espacios*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

LE BRETON, David, *La sociología del cuerpo*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2002.

LIPOVESTKY, Gilles, *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona, 1996.

MATTELART, Armand y NEVEU, Eric, *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2002.

MERLEAU-PONTY, Maurice, *Fenomenología de la percepción*, Península, Barcelona, 1997.

MOSCOVICI, Serge, "On social representations", en Forgas, Joseph (ed.), *Social cognition: perspectives in everyday understanding*, Academic Press, Londres, 1981.

PICHON-RIVIÈRE, Enrique, *Teoría del vínculo*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1985.

REGUILLO, Rosana, *Emergencia de culturas juveniles*, Norma, Buenos Aires, 2000.

RORTY, Richard, *Philosophy and the Mirror of Nature*, Princeton University Press, Princeton, 1979.

ROSENMAJR, Leopold y KOLLAND, Franz, "Mi modo de ver no es tu modo de ver", en Beck, Ulrich, *Hijos de la libertad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

SAINTOUT, Florencia, *Jóvenes: el futuro llegó hace rato*, Prometeo, Buenos Aires, 2009.

_____, *Abrir la comunicación*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2003.

SCOTT, Joan, "Experience", en Butler, Judith y Scott, Joan, *Feminists theorize the political*, Routledge, London, 1992.

SPIVAK, Gayatri, "¿Puede hablar el Sujeto Subaltero?", en *Orbis Tertius*, Año III, n° 6, 1998.

THOMPSON, Edgard, *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1984.

URRESTI, Marcelo, *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires, 2008.

WILLIAMS, Raymond, *Palabras clave*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2000 (1983).

Extensión en Red

www.perio.unlp.edu.ar/extensionenred

Pensada con acceso libre e inmediato a su contenido bajo el principio de que hacer disponible gratuitamente investigación al público contribuye a un mayor intercambio de conocimiento global, el primer número de la revista on line Extensión en Red ya está en Internet.

Generada por el equipo docente del Seminario Interdisciplinario "Formación y Capacitación de Estudiantes Extensionistas" de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, la revista tiene como propósitos principales promover la participación de los estudiantes en prácticas extensionistas, revisar las nociones vinculadas a la extensión, aportar herramientas que posibiliten la producción de proyectos y fortalecer la comunicación del trabajo extensionista.

Este espacio, organizado en distintas secciones, admite la presentación para su publicación de artículos, entrevistas, informes de proyectos y programas de extensión, voluntariado y centros de estudios; el segmento Producciones Multimedia alberga materiales en distintos soportes que sean resultantes de las experiencias de los equipos; y el apartado Estudiantes Extensionistas se constituye en un lugar para que los alumnos de grado puedan expresarse.

La publicación pretende constituirse en un espacio de diálogo y reflexión acerca de las prácticas extensionistas que se desarrollan en el campo de la comunicación social y en su articulación con las diferentes disciplinas. Con ella se espera comunicar la actividad extensionista que se genera desde esta casa de estudios y que los distintos actores institucionales –docentes, graduados, estudiantes y no docentes– participen activamente. Además, la publicación permitirá el intercambio con otras revistas nacionales e internacionales.

Memorias de la construcción de género de una comunicadora¹

Florencia Cremona

Florencia Cremona es Licenciada en Comunicación Social y Doctoranda en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (FPyCS-UNLP). Es Profesora Adjunta Ordinaria de la Cátedra Comunicación y Recepción, Profesora del Seminario Interdisciplinario Género y Comunicación y Directora del Centro de Extensión en Comunicación y Género (FPyCS-UNLP).

Resumen

En este breve artículo la autora recorre su experiencia de formación académica y laboral como comunicadora y expresa el modo en que la variable de género se le presentó en la práctica profesional como indispensable para pensar los procesos comunicacionales y en tanto única alternativa posible para situarse desde sus propias tensiones y ubicarse en el mundo del trabajo comunicacional.

La reflexión parte de la afirmación de que la gestión de la comunicación y la puesta en acto de proyectos que tienen objetivos de transformación deben coadyuvar a mirar no solamente la trama en la cual se siguen reproduciendo estereotipos, sino también los profundos raigambres de la cultura que se expresan en las reglas no dichas en las que se acuñan los sentidos.

Palabras clave: género – comunicación – poder – transformación social – gestión comunicativa

Keywords: gender – communication – power – social transformation – management communication

Abstract

In this brief article the authoress crosses his experience of career and labor education as comunicadora and expresses the way in which the variable of kind appeared him in the professional as indispensable practice to think the communication processes and while the only possible alternative to place from his own tensions and to be located in the world of the communication work.

The reflection departs from the affirmation from that the management of the communication and the putting in project act that aims of transformation have they must contribute to looking not only at the plot in which stereotypes continue being reproduced, but also deep roots of the culture that express in the rules not said in that the senses are coined.

1 Las siguientes reflexiones forman parte de los avances de investigación realizados por la autora en el marco de su tesis doctoral: "Modelos de gestión de la comunicación para el cambio social en América Latina: el lugar del género".

Recibido: 27-5-2010 / Aceptado: 30-7-2010

La situación en la que estamos y construimos el género y la normalidad son la guerra total en el interior del cuerpo, y frente a eso la revolución es constante.

Beatriz Preciado (2010)

Los comunicadores y comunicadoras que nos formamos en la Argentina de los 90 hemos discutido con nuestros docentes de entonces la crisis de la Modernidad y las causas por las que ésta era tomada como premisa para enmarcar nuestras reflexiones y análisis de la comunicación. Esto, claro, en el mejor de los casos. En aquel momento, reflexionando en un *mix* de vida cotidiana y de mis novedosas experiencias por fuera de la institución familiar, me (nos) fui dando cuenta que para transformar la vida no había que hacerse solamente de valores y consignas, sino que se trataba de pensar el propio camino. Un camino que desde la producción de sentidos sociales podía desarmarse y pensarse con otros ejes configurativos y, tal vez, con coordenadas diferentes a las instituidas.

Hasta aquí no había nada novedoso. Era esperable que los jóvenes cuestionaran los estatutos de la época. Lo que no era novedoso, y además constituía cierta peligrosidad, era que en esa pauta de *los jóvenes* las mujeres (con un margen casi nulo de moratoria social) pudiéramos proponernos pensar el futuro y la transformación con una perspectiva que no era la hegemónica, obviamente. Nos dábamos cuenta que la propuesta de libertad sin límites que daba un desodorante, un celular o las zapatillas de moda, estaba fuertemente condicionada por la variable de género. Mientras que los varones promocionaban aventuras y posibilidades de un mundo legítimamente propio, al que solamente tenían que animársele, las mujeres representaban propagandas de adelgazar o de limpiar. Lo gay, lo trans, lo lésbico... ocultado, escondido.

Los requisitos de género para los jóvenes de clase media significaban para las chicas heterosexuales

un inmenso disciplinamiento marcado por las reglas de los gramos y el miedo/ peligro del cuerpo. Mejor dicho, el miedo de las acciones que el cuerpo feo o bello, de puta o de santa, pudieran incitar. Ahí es cuando recuerdo haber encontrado que entre lo que se decía y lo dicho palpitaba una distancia que necesitaba reflexión y en la que quizá estaba el núcleo de la posibilidad de transformación. En la dimensión comunicación/ cultura –que abarcaba la gestión política de la comunicación– existía una profunda necesidad de problematizar la variable de género como variable indispensable.

Todo eso me ocurría desde una tensión moderna de orden y razón. Sin embargo, la imposibilidad de ordenar fue dando lugar a un caos semántico del que fui haciendo sentido en la práctica y en los proyectos de futuro. Así pude comprender el marco político en el cual mi vida estaba nombrada (como la de todo el mundo) por reglas caprichosas e injustas, fuera de toda lógica (excepto para quienes se beneficiaban de ella) y fuera de toda razón (a menos que me viese y entendiese a mí misma como un sujeto de segunda categoría). Lo que no imaginaba es que veinte años después los estereotipos de género iban a exacerbarse como valor de mercado, como un signo más de las caprichosas marcas de la corporación normal. Y que también las reivindicaciones de los derechos trans, gays, lésbicos y de las mujeres seguirían siendo tensionados por la oposición binaria que ahora, con *la posibilidad de decir un amplio abanico de opciones*, organizan con afán las identidades.

El género aparece por ausencia, por opacidad, a través de lo no dicho y sentido, y reclamado en la voz de personas tildadas de locas, equivocadas o marginales. Así es como en mi vida personal y laboral (si es que pudiese allí situarse una diferencia), en pleno ejercicio de la labor como comunicadora, se comporta la necesidad de mirar la variable género/ comunicación.

LA BEMBA. COMUNICACIÓN / GÉNERO

En los 90, en el marco de una materia de primer año de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Periodismo, leí uno de los primeros textos que me habló de las reglas no escritas. El material en cuestión era un fragmento de *La Bemba*, de Emilio de Ipola, un preso político durante la última dictadura militar en Argentina que había producido un proceso de extrañamiento de su estadía en la cárcel, escribiendo sobre la producción, circulación y recepción de esta experiencia comunicativa excepcional cuya denominación se remonta a las “radios-bembas”, rumores que circulaban de boca en boca antes de la revolución cubana.

Casi veinte años después (y sin haberlo leído de nuevo), lo que recupero del texto es el germen conceptual para pensar las reglas en las reglas no escritas. Las reglas invisibles que no figuran en ningún manual de instrucciones y que curiosamente son la mayoría de las que rigen y mandan los patrones de género, constituyendo los requisitos clasificatorios para uno u otro bando. Lo que está prohibido y lo que está permitido para cada uno según su género suele permanecer y crecer en un rumor, en un *mood*.

Aprendí a ver la bamba de los lugares posibles para las mujeres en el mundo del trabajo: que la creatividad, la desmesura y el delegar tareas –por citar sólo algunos ejemplos– eran un lugar de conflicto público para una joven mujer de la que se esperaba, principalmente, que fuese obediente; que las organizaciones no tienen o no saben cómo tener perspectiva de género; que conservar el poder no tiene perspectiva de género; que el poder es macho y que generar alianzas con otras inmersas en ese sistema de creencias era una aventura de Indiana Jones... Justamente porque el patriarcado y el poder de normalizar estigmatizan a toda aquella que intente o proponga prácticas transformadoras sin pasar a ser una otra abiertamente estigmatizada.

Este camino como comunicadora, compartido con tantas otras, me llevó a pensar (por ausencia) en la gestión de la comunicación, en la formulación de políticas públicas, en la elaboración de proyectos de alcance internacional, y en que la articulación género/ comunicación es una acción indispensable. En la comunicación está la posibilidad de transformar a partir de la problematización de los lugares comunes de la enunciación y ahí radica su fuerza de cambio: en poder ampliar nuestro propio modo de imaginar el futuro. Sin embargo, poder pensar esa crisis de género desde la configuración de nuestra identidad, habiendo tenido una formación moderna, suma otra tensión, ya que implica, como punto cero, pensar el propio lenguaje y los modos de imaginar los modos mismos en que fuimos socializadas. Es pensar y actuar todo de nuevo, asumiendo el riesgo de querer volver a ordenar las figuritas. Es también poner en duda lo que queremos, es decir, definir si eso que queremos es *lo imaginable permitido* o si podemos romper también esa barrera y animarnos a otra cosa.

COMUNICACIÓN DE GÉNERO

Mi primera experiencia de trabajo con este tema comenzó diez años atrás, como becaria de investigación de la Universidad Nacional de La Plata, cuando exploré, con el aliento de mis profesores de entonces, las variables género y juventud, a partir de las prácticas de sexualidad juvenil y los estereotipos de género. Luego tuve un abrupto cambio de frente como responsable de gestión de la comunicación en una ONG internacional, en la que comprobé que tanto la gestión de la comunicación cotidiana como el contenido de los proyectos para salvar el mundo tenían al género (como al ecosistema y a lo indígena) en el arco iris políticamente correcto de los temas financiados, aunque en la vida cotidiana el género era un territorio comanche, casi imposible de nombrar o querer ser nombrado.

Finalmente, en diálogo con otras comenzamos a pensar un espacio de gestión de la comunicación con perspectiva de género. Creamos así un Centro de Extensión en Comunicación y Género para trabajar en el territorio, con una dialéctica de acción/ reflexión y formando jóvenes comunicadores. Así fue como empezamos a construir una propuesta académica incompleta, abierta en diálogo con otras iniciativas, cargada de preguntas y textos por recorrer cada día, e interactuando con otros espacios, en la propia unidad académica y en la gestión pública, que también abordan esta compleja temática.

Otra experiencia muy significativa para el equipo fue abordar la dimensión de género en la formación de jóvenes comunicadores a partir de la experiencia del Seminario Interdisciplinario Género y Comunicación, que se dicta en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social desde marzo de 2008. Uno de los objetivos prácticos propone que los participantes logren, entre otras cosas, ensayar una producción periodística que tenga perspectiva de género a partir del propio alcance conceptual que implica esta categoría. Durante las clases recurrimos al análisis de medios gráficos, películas y otros materiales audiovisuales. También nos propusimos identificar los procesos comunicacionales a partir de los cuales se diseñan productos comunicativos y que los y las alumnas identifiquen desde qué idea de género y desde qué propuesta instituida de orden social se estaba trabajando la comunicación.

Comenzamos con una primera pregunta: si la comunicación produce sentidos para la transformación social, ¿cómo está produciéndose sentido de género en los medios? ¿Se puede hablar de cambio social sin perspectiva de género? ¿Qué se entiende por perspectiva de género en los medios de comunicación? ¿Y en la gestión de la comunicación? Esta discusión estuvo enmarcada en la propuesta teórica que sitúa la crisis de la modernidad como la crisis de los relatos que

producían ciencia, relatos legítimos de conocimiento que fundamentaban la subalternidad de todo lo no masculino y heterosexual; concepto que además proponía el control y la intervención sobre la naturaleza bajo una precisión economicista de desarrollo.

En este hipertexto que fuimos armando (las compañeras de la cátedra, los y las alumnas y otros colegas de la Facultad), la primera problematización que se propone consiste en situar el tema de género en lo personal, en el caso particular, con una gran dificultad de identificarlo como problema político, de poder, de nomenclatura de lenguaje. Frente a esta situación inicial el equipo docente encontró argumentos inmejorables para continuar la línea de discusión del seminario: ¿cual será la razón por la que el género aparece siempre como particular, como personal, como problema de conducta?

El primer sentido que se fue creando en las clases tuvo que ver con los roles, con la distribución de tareas y con la particularidad de las relaciones. Así, los primeros comentarios fueron personales y referidos a la distribución de tareas en el hogar: "A mí eso no me pasa, a mi novio no le importa si salgo sola", "En mi casa cocino yo". Entonces empezamos a reflexionar: ¿caso se resuelve todo con la mera distribución de la hechura de la comida? ¿Por qué alguien debería permitirnos salir? Luego fuimos viendo cómo había toda una propuesta instituida en las instituciones sociales a partir de una premisa de género donde estaban claramente establecidas las normas, los roles e incluso las posibilidades de pensar y vivir el futuro.

Después de algunos encuentros, donde incluimos seguimiento de noticias y visionado de material filmico, un alumno dijo: "Habría que inventar un lenguaje nuevo... Con éste es imposible hablar". Pero además de los medios, también propusimos mirar la comunicación pública y los sentidos sociales que circulan en las políticas de Estado. ¿Por qué creíamos que las políticas públicas en torno a género estaban dedicadas a

la mujer y tenían, además, temas de mujer que la “narraban” como víctima? Este debate abrió a otros temas que fueron trabajándose en clase, como la situación de desigualdad jurídica y simbólica que de hecho sufrimos las mujeres, travestis, gays, lesbianas y, a su vez, el paternalismo que se expresa en las políticas públicas que insisten en protegernos a partir de atacar solamente el resultado (el ojo morado) de una orden, acuñado y sostenido desde la denominación misma de la administración del Estado. Pensamos también en las enormes resistencias que genera, en gran parte de la sociedad, el impulso de cualquier transformación que proponga la igualdad jurídica y social de aquellos que están por fuera de la heterónoma.

A lo largo del camino que transitamos en el seminario durante 2008, 2009 y 2010 quedaron planteados diversos interrogantes que vale la pena reproducir aquí. ¿Qué nos indica el silencio de los medios en torno a temas tan complejos y de tan fuerte impacto social como la trata de mujeres? ¿Cuál es el género periodístico que trata el género? ¿Cuál es la lectura que hacen los medios sobre los casos donde se plantean otras realidades que rompen con el patrón de “lo natural” y se enfilan detrás de “lo diferente”, “lo anormal”? ¿Cómo evitar la reproducción de un modelo social que excluye y discrimina? ¿Cuál es el camino para hacer una comunicación donde puedan expresarse los diversos sujetos y sus múltiples maneras de ser y estar en el mundo?

Género y comunicación es mucho más que intentar resaltar los modos de vivir las sexualidades: es gestionar el poder y la cultura cotidiana que eso significa. Nos dimos cuenta que hablar de género/ comunicación es hacernos preguntas por los sistemas de representación de la sociedad en la que vivimos, ya puesta en jaque por las fisuras del sistema de creencias que sostiene el patriarcado.

Pensar la comunicación, los sentidos sociales, sus modos de circulación y consumo, y los procesos

colectivos de significación desde una perspectiva de género es revolucionar en acto el modo hegemónico de ejercicio de poder. Es incorporar al poder de la disputa el poder del encuentro, no de un encuentro sin conflicto sino un encuentro donde podamos empezar a ver al conflicto y al otro como potencialidad, como suma de fuerzas, y no ya como amenaza. Es un pensamiento más de abundancia que de restricción, más de estar que de proyectar, más presente que futuro. Y es también una propuesta de revolución. Citando a la filósofa *queer* Beatriz Preciado (2010), “la revolución no es algo que va a pasar: es algo que ya ocurre”. Y es algo, agreggo, para lo que tenemos que poder aprender a tomar decisiones de cambio, si es que es eso, en efecto, lo que moviliza nuestros más íntimos y públicos deseos.

BIBLIOGRAFÍA

- DE IPOLA, Emilio, *La bamba, acerca del rumor carcelario*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2005.
 PRECIADO, Beatriz, “Las políticas del sexo y del deseo”, en *Revista Ñ*, 19 de junio de 2010.

E|P|C|

Ediciones de Periodismo y Comunicación
Colección Educación



La extensión universitaria. Sujetos, formación y saberes **María Raquel Coscarelli (compiladora)**

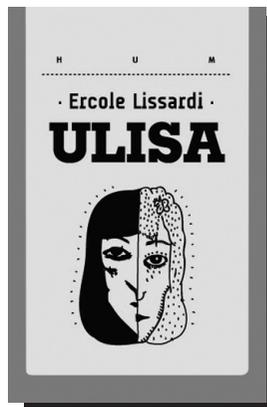
Cómo lidiar con las cercanías y distanciamientos entre la lógica académica y la práctica extensionista, recuperando la capacidad transformadora del conocimiento, es el desafío que articula las reflexiones que vuelcan en este libro profesionales de diferentes disciplinas a partir de sus propias experiencias en estos ámbitos.

Convocados por la especialista en educación María Raquel Coscarelli, los autores exponen los resultados de proyectos de extensión que cubren una amplia gama de actividades: trabajo en barrios, acciones para la prevención, cooperación con organizaciones de la sociedad civil, movimientos sociales y diversas instituciones públicas.

Los materiales versan sobre la capacidad de formar docentes y educadores comunitarios, tomando para esto las diferencias de estilo de tres campos: las Humanidades y las Ciencias de la Educación, el Periodismo y la Comunicación Social, y las Ciencias Exactas.

Los autores enfatizan la potencialidad impulsora de la extensión para que la Universidad asuma los desafíos del futuro en vínculo con los problemas y necesidades de la sociedad, y reconocen un nudo problemático en la necesidad de constituir un campo que sistematice y valide sus conocimientos sin que por esto se distancie de las necesidades sociales.

Lecturas



Te prometo una cita ideal (o el pasado como *remake*)

Libro: *Ulisa*
Autor: Ercole Lissardi
Editorial: HUM, 2008

Por Ulises Cremonte

Ulisa no es una “gran novela”. Primero porque no habla de un tema de impacto humano, segundo porque no tiene más de 400 páginas y tercero porque su autor no es el representante de un grupo discriminado por un régimen totalitario en algún remoto lugar del mundo. Quizás por todas estas falencias Ercole Lissardi no vaya jamás a ganar el Premio Nobel de Literatura. Lissardi es un autor uruguayo casi desconocido en nuestro país y su poca fama aún no lo posiciona para ser ni siquiera de culto. *Ulisa* es una novela para un lector que está acostumbrado a leer, que no espera que la literatura le otorgue rentabilidad social. No es una novela de la cual se pueda comentar su argumento. Imaginemos la

siguiente situación: A encuentra a B leyendo la novela; A le pregunta a B de qué trata *Ulisa*; B responde: “Es la historia de un hombre que se masturba recordando a una antigua novia”. La respuesta de B no estaría faltando a la verdad porque ese es el argumento, superficial por cierto, de *Ulisa*. Pero las buenas historias son aquellas cuyo resumen no las abarca ni las contiene. Son aquellas en las que uno no se pregunta por el contenido, sino por el tratamiento de la anécdota, y se deja llevar por la apertura que éste posibilita; son aquellas que funcionan como disparador para repensar cuestiones que, ni por lejos, están contenidas en el tema. Y esto ocurre con *Ulisa*. De las muchas lecturas que se pueden realizar sobre un material rico, con varias capas, una es la que se centra en la particular construcción del pasado como materia narrativa.

En uno de sus niveles textuales encontramos que el motivo temático dominante de la novela es la presentación encadenada de dos triángulos amorosos. El protagonista y narrador de la historia se debate primero entre Luisa y Elvira, luego entre Ulisa y Elvira. De ellas es Luisa, muerta pero presente, la que tiene mayor espesor. Es un cuerpo descrito de un modo perturbadoramente sensual, un cuerpo que invita a ser pensado, a ser fantaseado. Elvira, si bien es una figura constitutiva –al fin de cuentas la única invariante en el traspaso de triángulos– es presentada como un sujeto ingenuo, desprovisto de la sagacidad suficiente para saber lo que pasa –lo que le pasa al protagonista–. El uso de la primera persona nos permite vivenciar el acoso del fantasma de Luisa. Los recuerdos adquieren una materialidad determinante. Esto no es una novedad: siempre adquieren esa materialidad cuando se trata de

problematizar el pasado, pero en este caso lo significativo es que su evocación no es necesariamente problemática para el protagonista que, sin embargo, se interroga sobre el motivo y no sobre el contenido de las apariciones en el recuerdo.

El pasado interpela. Como ocurre con todo fantasma, no es él quien tiene cuentas que saldar sino que es el protagonista, vivo, quien aún no sabe cómo continuar. Dice: "Sin convocarla se hizo presente Luisa en el teatro de mi memoria". La memoria es con frecuencia abordada como un "teatro", una escena que posiciona al que recuerda en el lugar de espectador pasivo, porque ya no se puede hacer nada con eso que aconteció; salvo contemplar con la intención o bien de añorar lo irrecuperable o bien de revertir en el presente lo que habría sido un error en el pasado: esos son los dos posibles legados que habilita la memoria. En *Ulisa* ese abordaje se resignifica, volviendo a la memoria un "teatro" donde el que recuerda interpreta la materia del recuerdo, la re-vivencia a la luz de sus necesidades del presente, no ya como legado en ninguna de sus dos variantes sino de un modo descontextualizado, desprovisto de funcionalidad crítica. El recuerdo es uno de tantos posibles elementos desde los cuales el protagonista construye su experiencia subjetiva. Podría haber sido algún otro: un icono, un fetiche, una recurrencia más o menos establecida, pero es el recuerdo con toda su significación vaciada. Vaciada en tanto que no extraña, no añora un regreso.

Hay una ilusión algo extendida de que conocer el pasado nos permite edificar un mejor futuro. No aquí, no en esta historia. Para el protagonista el presente no es deficitario. No vive un presente inestable, no necesita de

un pasado que lo complete. Quizás esa sea su mayor perturbación: no es saber cuál es la grieta que permite que ese pasado vuelva, sino cómo puede volver pese a no haber grietas. Así, la insistencia por parte de ese pasado por volverse presente funciona más como una especie de obstáculo que como un trampolín para edificar el futuro. *Ulisa* nos muestra y nos cuenta que el pasado no siempre sirve como un aviso para no cometer viejos errores, o como algo que debe ser reparado en el presente. Desde cierto revisionismo, volver al pasado ha significado un ejercicio necesario para el porvenir. Lo que parece decirnos esta novela es que la materialidad del presente es prioritaria, que el pasado es un títere del presente. En el devenir del relato el protagonista se encuentra con Ulisa, anagrama explícito de "Luisa". Ulisa se parece físicamente a Luisa, y esto provoca en el protagonista un deseo inmediato de *remake*, pero las cosas no salen como esperaba. Ulisa no sólo no es Luisa, sino que lo lleva a forzar sus propios límites, a asomarse al abismo. Las *remake* son así: una cita (algo paródica, algo vulgar) del pasado; un gesto preocupado por las urgencias y las estéticas del presente. ¿Cuál es la función de una *remake* existiendo archivos? ¿Cuál es propósito de materializar el recuerdo en un cuerpo análogo? ¿Manipular el tiempo, desempolvar las fotos? *Ulisa*, novela corta (e intensa), detrás de sus secuencias eróticas responde esta arbitraria pregunta. Y la respuesta no puede sintetizarse en una reseña.

OFICIOS TERRESTRES

NORMAS DE PUBLICACIÓN

Es una publicación semestral destinada a trabajos originales e inéditos que aporten al campo de las ciencias sociales desde la comunicación y la cultura.

Las siete secciones de la revista están organizadas de la siguiente manera: el *Informe especial* determina la definición temática del número, la sección *Anclajes* está destinada a artículos diversos del campo académico en general y en *Perspectivas* se apunta a trabajos que abordan discusiones teóricas. Luego, siguen *Entrevistas*, *Avances de Investigación* y *Ensayos*. Por último, en *Lecturas* se publican tanto reseñas críticas sobre trabajos académicos como así también las literarias.

Extensión: los textos tendrán una extensión mínima de 30 mil caracteres y una máxima de 70 mil caracteres.

Datos de autor/es: deberán consignarse debajo del título de cada artículo e indicar: nombre completo, título (grado y posgrado), cargo docente, ámbito de investigación y últimas publicaciones. En caso de que el trabajo cuente con más de un autor, el requisito se repite para cada uno de los firmantes.

Resumen: los trabajos deberán ser acompañados por un resumen en español y otro en inglés. La extensión de estos textos será de entre 800 y 1.100 caracteres. Asimismo, deberán ser acompañados por cinco palabras claves y el título del artículo también en los idiomas mencionados.

Epígrafes: sea que se coloquen al inicio del texto principal o de algunos de los apartados interiores, deberán indicar nombre del autor y de la obra de la que fueron extraídos. Ejemplo:

¿Qué hay de claro aquí? ¿Qué es lo que parece claro?
Ante todo, lo que se puede ver y tocar.
Friedrich Nietzsche, *Más allá del bien y del mal*

Subtítulos: deberán presentarse en minúscula y sin subrayar.

Citas: cuando las citas directas excedan los 150 caracteres deberán ser consignadas siguiendo el modo a bando, es decir, separadas visualmente del texto principal. Ejemplo:

Al referirse a esta cuestión, Rossana Reguillo (2005: 56) señala:

Con absoluta impunidad, los medios erigen héroes y antihéroes, construyen estigmas sobre ciertos lugares y personas, y violan el derecho a la privacidad, no sólo de los grandes personajes sino de todos aquellos que puedan ofrecer como espectáculo un drama ejemplar.

Notas: sólo se utilizan notas de ampliación, es decir, aquellas cuyo objetivo es desarrollar algún aspecto del texto, confirmar y/o refutar ideas o afirmaciones, explicitar el significado de un término o de una expresión, incluir datos (biográficos, históricos, geográficos, estadísticos), proporcionar ejemplos, consignar la traducción de una cita incluida o bien, el texto en idioma original de una cita traducida, entre otros aspectos. Para remitir al lector al lugar donde se encuentra una nota fuera de texto, se debe colocar una llamada que consiste en un número –consecutivo para todas las notas– colocado como superíndice. De encontrarse

junto a un signo de puntuación, esta llamada debe colocarse por fuera de dicho signo.

No se utilizan notas de referencia, es decir, aquellas que aportan datos bibliográficos ya que para esto se emplean las referencias bibliográficas.

Referencias bibliográficas: la primera vez que se menciona un autor debe consignarse su nombre completo y entre paréntesis el año de la o las obras aludidas. Ejemplo:

Para Dominique Wolton (1995; 2000), se trata de una hipótesis en reconocimiento: quienes miran televisión saben que están participando de una actividad colectivamente vinculante, lo que plantea el problema de la ocurrencia empírica.

Si además se cita en forma directa algún pasaje de la obra, luego del año y separada por dos puntos, deberá indicarse la página o páginas correspondientes. Ejemplo:

No se trata de desconocer la incidencia de la mediación en la práctica de la comunicación política, pero es preciso entender que ésta, como sostiene André Bélanger (1998: 45), siempre implica “formas específicas de apariencia y lugares propios del conflicto”.

Bibliografía: deberá ubicarse al final del trabajo y dar cuenta de todos los materiales mencionados en el desarrollo del texto.

El orden de los datos es el siguiente:

-libros: apellido y nombre del autor/es, título de la obra (en cursiva), editorial, lugar y año de edición

-capítulos de libros: apellido y nombre del autor/es, nombre del capítulo (entre comillas), apellido y nombre del autor de la obra, título de la obra (en cursiva), editorial, lugar y año de edición;

-artículos: apellido y nombre del autor/es, título del artículo (entre comillas), nombre de la publicación periódica (en cursiva), volumen, número de edición, la institución editorial, ciudad, fecha de publicación. Todos los datos deben estar separados por comas. Ejemplos:

SVAMPA, Maristella, *La sociedad excluyente*, Taurus, Buenos Aires, 2005.

VATTIMO, Gianni, “Posmoderno, ¿una sociedad transparente?”, en Ardití, Benjamín, *El reverso de la diferencia*, Nueva Sociedad, Caracas, 2000.

GUARINI, Carmen, “Memorias y archivos en el documental social argentino”, en *Giróscopo. Revista audiovisual y de otros lenguajes*, Año 1, nº 1, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2009.

Los trabajos que no cumplan con las pautas indicadas anteriormente no serán enviados a la instancia de arbitraje.

POLÍTICA EDITORIAL DE OFICIOS TERRESTRES

Oficios terrestres es una revista destinada a la publicación en español de trabajos científicos originales e inéditos que aporten al campo de las ciencias sociales desde la comunicación y la cultura.

La revista cuenta con un consejo editorial que define las temáticas y contenidos pretendidos en cada número y con un comité de arbitraje para la evaluación de los artículos enviados por los autores.

Cada trabajo resulta evaluado por dos miembros del comité de arbitraje, pudiendo estos aceptarlo, reali-

zar observaciones o inclusive desestimar el artículo siempre en base a las fundamentaciones pertinentes.

En caso de que los dos dictámenes emitidos discrepen en aspectos esenciales, la dirección de la revista mediará entre los dos para alcanzar una decisión final.

Cuando la evaluación implique la necesidad de realizar cambios en el trabajo se comunicará al autor o autores, los cuales deben comprometerse a realizarlos en el plazo de tiempo más breve posible y sin ocasionar perjuicios al proceso de edición.

El consejo editorial enviará en todos los casos a los autores de los trabajos sometidos a evaluación externa una comunicación con la decisión editorial adoptada respecto de su trabajo, indicando claramente las razones que han llevado a los evaluadores del Comité de arbitraje y a la Dirección de la revista a decidir su publicación, rechazo o modificación. Se incluirá un resumen de los dictámenes emitidos por los evaluadores.

A partir del número 26 de Oficios Terrestres los autores que deseen enviar trabajos deberán registrarse en la siguiente dirección:

<http://perio.unlp.edu.ar/oficiosterrestres>

Desde esta plataforma deben efectuarse los envíos y posteriormente podrá realizarse el seguimiento del artículo hasta su aceptación y publicación en el número de la web. El artículo será publicado además en el número impreso correspondiente.

El envío de artículos para su publicación supone el total conocimiento y aceptación de la política editorial y de las normas de presentación y evaluación de los trabajos en Oficios Terrestres.

Por suscripciones escribir a oficiost@perio.unlp.edu.ar

Esta publicación se terminó de imprimir
en la ciudad de La Plata en el mes de septiembre de 2010
La Plata - Buenos Aires - Argentina

