

POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ARGENTINA DEMOCRÁTICA. EL COMBATE POR LA HEGEMONÍA DISCURSIVA.

Dr. Mariano Dagatti

Universidad Nacional de Quilmes/CONICET – Universidad de Buenos Aires

Usted opone de una manera muy sorprendente los *signos* a las *armas*, pero de acuerdo con un proceso aún sustitutivo, y no puede hacer otra cosa; pues los signos y las armas son lo mismo; todo combate es semántico, todo sentido es guerrero; el significado es el nervio de la guerra, la guerra es la misma estructura del sentido (...)

Roland Barthes, *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*

“La opinión gobierna a las democracias desde Atenas”, afirma Régis Debray en *El Estado seductor* (1995). Esta premisa ofrece una dirección para indagar el cambio de los mecanismos de confianza entre política, medios de comunicación y sociedad civil a la luz de una invariante histórica; no obstante, la declinación de los antiguos actores colectivos, los procesos de individualización y la pérdida de confianza en los partidos han modificado, como señala Sergio Fabbrizi (2009), la constelación contemporánea de la política y su conexión con el papel de los medios en sociedades democráticas mediatizadas.

Años atrás Paolo Fabbri decía que los medios de comunicación se habían vuelto paisaje y que, siguiendo esta idea, sería ridículo discutir acerca de la verdad de un árbol. Los medios lograron volverse formas de la naturaleza moderna, de esa *pseudo-fisis* que Roland Barthes denunciara en *Mitologías*. En las democracias actuales, nuestra experiencia de la realidad cotidiana se entrama con una generada por los medios, sean tradicionales (radio, televisión) o nuevos (Internet, blogs, redes sociales). La hipótesis de Eliseo Verón (1989) acerca del pasaje de las sociedades mediáticas a las sociedades mediatizadas podría ser una respuesta para la Argentina de la posdictadura: el retorno de la democracia fue paralelo, como señala Lucrecia Escudero (2007: 41), al pasaje de “un régimen de representaciones fundado sobre la dependencia de los medios (los medios están allí para decirnos la verdad) a un régimen de producción de un real mediático en el cual lo político aparece fuertemente interdependiente”. El cambio que va de la presidencia de Raúl Alfonsín (1983-1989), ligada a la “denuncia” de una verdad oculta por las corporaciones mediáticas (Video 1), a las presidencias de Carlos Menem (1989-1995, 1995-1999), que manifiestan una ampliación del decir político a través de distintos escenarios mediáticos (Video 2 y 3), es un ejemplo palmario.

Video 1: Discurso del ex presidente Raúl Alfonsín (1987)

<https://www.youtube.com/watch?v=yEXo9e-V3bk>

Videos 2 y 3: El ex presidente Carlos Menem en “Almorzando con Mirtha Legrand”

<https://www.youtube.com/watch?v=Sr4Dvfr6Ju8>

<https://www.youtube.com/watch?v=xCo5i8QGeFM>

Si los primeros años de la democracia estuvieron marcados por esta mutación decisiva de la relación entre política y medios, en la que la condición pública de la política se subordinaba de forma progresiva al poder de los medios, los años de la poscrisis neoliberal, llamados “la década larga” (2001-2015), estuvieron signados por la competencia de los actores políticos y los actores mediáticos por imponer en el ámbito público sus respectivos contratos de veridicción, después de un período de conflicto del que ninguno salió indemne: la fórmula anti-política “Que se vayan todos” integraba un sistema de coordenadas con “Nos mean y *Clarín* dice que llueve”. Hay consenso en afirmar que el pacto entre la clase política, los principales medios de comunicación y el neoliberalismo estaba entonces a la vista de todos (Rincón, 2008; Sarlo, 2011; de Moraes, 2011).

Los gobiernos del denominado “giro a la izquierda” en América Latina han convertido la premisa del pacto en signo de un “combate semántico”, que alimenta y a la vez excede el marco legal y técnico de las políticas de comunicación.¹ La preocupación por el papel de los medios se volvió moneda corriente en las secretarías de prensa de los gobiernos latinoamericanos. El estilo y la ideología de cada presidente daban a esta inquietud inflexiones singulares: Hugo Chávez y Rafael Correa tenían programas de televisión (emisiones diarias o semanales, depende el caso), en los que exponían sus planes de gobierno, criticaban a sus adversarios y componían un diálogo cotidiano con los ciudadanos que las cámaras retransmitían a todo el país. Capacidad oratoria, estilos de habla y gestualidad diferenciaban un interés común por llegar al pueblo sin intermediarios. Lula da Silva acusaba a la prensa de ser “pájaros de mal agüero” y optaba por visitar los pueblos y establecer una comunicación cara a cara. Tabaré Vázquez dejaba entrever, según Luciano Álvarez (en Rincón, 2008), “una especie de paranoia, de desconfianza con los medios”. El equipo de gobierno de Michelle Bachelet había diseñado un plan de “comunicación ciudadana”, que implicaba, entre otras cosas, muchas salidas a la calle para tener contacto directo con la gente. Evo Morales, que llegó a la presidencia después de una larga trayectoria sindical, se consideraba a sí mismo “más orador de territorio que de pantalla”. Correa también hablaba de “dar la cara y no gobernar en un escritorio”; las similitudes con el Kirchner que promulgaba recorrer la Argentina y esquivar los “cómodos sillones” no son casuales ante el fantasma de la mediatización de lo político.

En este contexto latinoamericano de creciente tensión, la relación entre el kirchnerismo y las principales corporaciones de medios puede ser caracterizada, de acuerdo con Martín Becerra (2013), **a partir de** dos etapas, cuyo punto de ruptura se ubica tras la asunción presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. La primera (2003-2007) fue regida por una relación simbiótica (Dagatti, 2007), en la que la disputa con los medios estuvo ceñida a conflictos focalizados y cuyo eje de referencia era el enfrentamiento, de corte notablemente ideológico, con *La Nación*, del grupo Mitre, asociado por historia y presente con la elite agroexportadora (Vincent, 2011). Con los matices del caso, la presidencia de Kirchner respaldó –como describe Becerra (2013)– “la estructura de medios heredada” de la poscrisis, “estimulando su estructura, en especial la concentración”, ya que “concibió un esquema de ayuda estatal a cambio de apoyo editorial”: el destrato simbólico no impidió en algunos casos la amabilidad económica.

Los primeros signos de la segunda etapa pueden ser percibidos en una sucesión de conflictos que el kirchnerismo sostiene con los grupos *Clarín* y *La Nación* durante 2007, en torno a temas de enorme repercusión como la inflación, la corrupción, la crisis de la relación bilateral con Uruguay por la instalación de dos pasteras en el río Uruguay, las políticas agropecuarias. La instalación de la figura del empresario Mauricio Macri como principal referente de la oposición política argentina resultó, de seguro, el más prolongado. Sin embargo,

¹ Resulta palmario que una valoración tan marcada de la cultura mediática no sólo incide en las políticas públicas (Mastrini y Becerra, 2009; Kitzberger, 2011; Waisbord, 2013), sino también en la configuración de los imaginarios colectivos (Sarlo, 2011; Rincón, 2008; de Moraes, 2011).

ninguno de estos signos es tan decisivo como el cambio del principal rival mediático del gobierno, que deja de ser *La Nación* para ser *Clarín*. La expresión “¿Qué te pasa, Clarín?, ¿por qué estás tan nervioso” (Video 4) se convirtió en un chiste habitual en las conversaciones cotidianas.²

Video 4: Discurso del ex presidente Néstor Kirchner (2009)

<https://www.youtube.com/watch?v=qv4X1exUt9Y>

Cuando llevaba cuatro meses de mandato y en el inicio del difundido “conflicto con el campo” de 2008,³ Cristina Fernández bosquejó una nueva política de comunicación. Su elemento central fue una nueva ley de medios, promulgada en octubre de 2009,⁴ que cristalizaba las tensiones heredadas del gobierno de Néstor Kirchner y, más en general, de la nueva situación social y política de la Argentina en el denominado “posneoliberalismo” (Sader, 2008). Medios y política iniciarían, bajo este horizonte, una etapa de final aún incierto;⁵ la sociedad civil, en tanto, constata que la comunicación jamás estuvo tan involucrada en la batalla de las ideas por su dirección moral, cultural y política.

Bibliografía

- Barthes, Roland ([1984] 2013): *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Buenos Aires: Paidós. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/82141710/El-susurro-del-lenguaje-mas-alla-de-la-palabra-y-la-escritura#scribd>
- Becerra, Martín (2013): “Un ciclo, dos etapas”, en *Acta*. Agencia de Noticias de la CTA. Disponible en: <http://www.agenciacta.org/spip.php?article8351> Fecha de consulta: 13 de abril de 2015.
- Dagatti, Mariano (2007): “Una excursión por la *bilis terrae*. La asunción presidencial kirchnerista según Clarín”, en *Revista Argentina de Comunicación*, 2 (2) (97-119).
- Dagatti, Mariano (2015): “Kirchner, lector utilitario. Política y medios de comunicación en la Argentina de la última década”. Ponencia a ser presentada en el XV Encuentro Felafacs, 2015, Medellín.
- de Moraes, Denis (2011): *La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

² No significa este cambio, por supuesto, que *La Nación* dejara de ser un rival de peso, pero el predominio del grupo *Clarín* estaba ligado no sólo a su mayor poder económico, sino, sobre todo, a su enorme influencia pública, siendo el propietario, por ejemplo, del matutino de mayor tirada y del canal de noticias de mayor llegada.

³ Dicho conflicto tuvo por epicentro el rechazo de los sectores agrícola-ganaderos del país a la implementación de un esquema de retenciones móviles para cultivos, decretado por el gobierno nacional a través la Resolución N.º 125 el 11 de marzo de 2008. Este rechazo se tradujo en un movimiento de resistencia social y política de una magnitud sorprendente incluso para los propios actores involucrados. Fue considerado unánimemente como el acontecimiento político del año.

⁴ Sobre la nueva ley de medios, véase al respecto Giniger (2009).

⁵ Véase Dagatti (2015).

- Debray, Régis (1995): *El Estado seductor. Las revoluciones mediológicas del poder*. Buenos Aires: Manantial.
- Escudero, Lucrecia (2007): “La agenda de los medios”, en Escudero, L. y C. García Rubio (2007): *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*. Buenos Aires: La Crujía (131-151).
- Fabrizi, Sergio (2009): *El ascenso del Príncipe democrático. Quién gobierna y cómo se gobiernan las democracias*. Buenos Aires: FCE.
- Giniger, Luis (2009) : *Voces : Propuestas y debates hacia una nueva Ley de Medios*. Buenos Aires: CCC Floreal Gorini. Disponible en: <http://www.centrocultural.coop/descargas/cuadernos-del-ccc/voces--propuestas-y-debates--hacia-una-nueva-ley-de-medios.html>
- Rincón, Omar (ed.) (2008): *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina: Fundación Friedrich Ebert. Disponible en: www.library.fes.de/pdf-files/buenos/c3-comunicacion/07332.pdf
- Sader, Emir (2008): *Posneoliberalismo en América Latina*. Buenos Aires: Clacso – CTA Ediciones. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/coedicion/sader/>
- Sarlo, Beatriz (2011): *La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Verón, Eliseo (1989): “Television et démocratie: à propos du status de la mise en scène”, en *Mots. Les langages du politique*, n. 20. París, Presse de la Fondation Nationale des Sciences Politiques. Disponible en: <http://eliseoveron.com/archivos/1989/09/20/television-et-democratie-a-propos-du-statut-de-la-mise-en-scene/>
- Vincent, Lucía (2011): “La disputa por la mediación en el kirchnerismo en la Argentina”, en *Confines*, 7/13 (49-81). Disponible en: www.confines.mty.itesm.mx/articulos13/VincentL.pdf