



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Particularidades en las narrativas de gobierno: lo dicho y lo no dicho,
las formas de construcción del discurso gubernamental en la Argentina contemporánea
Daniela Bruno, Vladimir Ramírez González y Nicolás Ziaurriz
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2, diciembre 2018
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Particularidades en las narrativas de gobierno: lo dicho y lo no dicho, las formas de construcción del discurso gubernamental en la Argentina contemporánea

Daniela Bruno

danielapaolabruno@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Buenos Aires
Argentina

Vladimir Ramírez González

ovragonza@gmail.com

Nicolás Ziaurriz

nico.zi@hotmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Resumen

Este trabajo es parte de un proyecto de investigación cuyo objetivo es describir y problematizar cómo se concibe y se practica la comunicación gubernamental en los Ministerios Nacionales de Educación, Salud y Desarrollo Social en Argentina, entre 2011 y 2018. Con la investigación pretendemos aportar un análisis comparativo de los discursos y prácticas de la comunicación gubernamental de la segunda gestión

de Cristina F. de Kirchner (2011-2015) y la primera de Mauricio Macri (2015- hasta la actualidad en 2018). Esto implicó la identificación de continuidades y/o rupturas, tensiones y contradicciones mediante la revisión de investigaciones precedentes en relación con el tema, el análisis de documentos de gestión y la realización de entrevistas semiestructuradas a comunicadores/as que se hubieran desempeñado en ambos períodos.

Introducción

Este trabajo es parte de un proyecto de investigación¹ cuyo objetivo es describir y problematizar cómo se concibe y se practica la comunicación gubernamental en los Ministerios Nacionales de Educación, Salud y Desarrollo Social en Argentina, entre 2011 y 2018. Con la investigación pretendemos aportar un análisis comparativo de los discursos y prácticas de la comunicación gubernamental de la segunda gestión de Cristina F. de Kirchner (2011-2015) y la primera de Mauricio Macri (2015- hasta la actualidad en 2018). Esto implicó la identificación de continuidades y/o rupturas, tensiones y contradicciones mediante la revisión de investigaciones precedentes en relación con el tema, el análisis de documentos de gestión y la realización de entrevistas semiestructuradas a comunicadores/as que se hubieran desempeñado en ambos períodos. Se espera que el análisis comparativo permita mapear los enfoques, racionalidades y concepciones subyacentes, e identificar posibles tendencias en los discursos y prácticas de la comunicación gubernamental argentina actual. En lo que respecta específicamente a este artículo, presentamos inicialmente una revisión de la literatura académica y la investigación precedente sobre comunicación gubernamental en el país y el modo en que allí se caracteriza el vínculo entre los medios de comunicación de masas y las TICS con la cultura política contemporánea, y los rasgos de la comunicación gubernamental en América latina, lo mismo que las propuestas modélicas sobre dicha cuestión. Seguidamente comentamos brevemente nuestra estrategia de producción de datos y finalmente presentamos los resultados del análisis preliminar de las entrevistas a comunicadores/as gubernamentales en lo que respecta a lo que estos/as reconocen como los rasgos fundamentales de las narrativas políticas de ambas gestiones.

Comunicación pública, política y gubernamental

Según Juan Camilo Jaramillo López es posible identificar por lo menos tres rasgos comunes a todas las aproximaciones conceptuales a la comunicación pública: primero, que es una noción asociada a alguna comprensión de lo público; segundo,

que opera en diferentes escenarios, entre los cuales se destacan el estatal, el político, el organizacional y el mediático; y tercero que es una idea vinculada a principios como la visibilidad, la inclusión y la participación (Juan Camilo Jaramillo López, 2012).

Más precisamente, para Jaramillo López el concepto alude a un conjunto de temas, definiciones, premisas y metodologías sobre la manera como lxs sujetxs intervienen en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos y, particularmente en la intrincada red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en la <<esfera pública>> (Jaramillo López et al., 2004). Jaramillo López retoma la definición de esfera pública de Habermas (1994) entendida como el foro donde se lleva a cabo la transformación política a través del habla; un espacio institucionalizado de interacción de discursos donde los ciudadanos deliberan sobre asuntos de interés <<público>> o <<común>>, aunque toma distancia de la caracterización habermasiana de esta discusión como racional e irrestricta (abierta a todxs por igual desde el interés común). Para Jaramillo la comunicación pública <<es la que se da en la esfera pública bien sea para construir bienes públicos (política); para incidir en la agenda pública (mediática); para comunicar a las entidades del Estado con la sociedad (estatal); para construir sentido compartido al interior de la organización (organizacional) o como resultado de las interacciones propias de los movimientos sociales (de la vida social)>> (Jaramillo López, 2012: 7) Nos interesa primero inscribir nuestra propuesta de discusión en el campo de la comunicación pública (que por definición es necesariamente política) aunque nuestro particular interés en este trabajo se situó en la comunicación de las entidades del Estado o comunicación gubernamental.

La profusión y densidad conceptual de los estudios e investigaciones sobre comunicación pública y política decrece notablemente cuando la búsqueda se circunscribe a la comunicación de las entidades del estado o la comunicación de gobierno. Este tipo de comunicación es también referida en algunos textos como comunicación de gestión para diferenciarla de la comunicación electoral, la comunicación de crisis y la comunicación de riesgos, variantes específicas a las que no referiremos aquí, aunque todas ellas estén vinculadas de algún modo a las entidades del Estado.

Al menos de acuerdo a nuestra indagación sobre la producción académica reciente en Argentina, abundan los manuales y guías para comunicadorxs y escasean los ensayos y las investigaciones empíricas sobre el tema. En Argentina, se destacan los trabajos y compilaciones de Mario Riorda y Omar Rincón (2016); Luciano Elizalde y Mario Riorda (2013), Luciano Elizalde, Damián Fernández Pedemonte y Mario Riorda (2011) y Roberto Izurieta, Christopher Arterton y Rubén Perina

(2009) y por supuesto algunos trabajos del famoso y polémico consultor en comunicación política Jaime Durán Barba en coautoría con Santiago Nieto (2006, 2010 y 2017) aunque estos últimos estén más referenciados en el campo de la disputa política y más precisamente de la comunicación en campañas electorales, y no tanto en la comunicación gubernamental.

Para Riorda y Elizalde (2013) la gestión de la comunicación en el sector público ha sido históricamente definida como <<área de apoyo>> a las áreas de decisión y acción. De manera explícita los autores intentarán cuestionar o revisar esta función subordinada o accesoria insistiendo en la idea de que <<la gestión también es comunicación>> y que es evidente que las decisiones de gestión no pueden hacerse sin una adecuada comunicación. Más aún, explican, en algunas oportunidades la gestión sólo se hace para comunicar algo.

Inevitablemente en el ámbito de la decisión política siempre existirá un análisis de variables comunicativas orientadas a comprender las ganancias y las pérdidas de reputación, credibilidad y legitimidad como resultado de la decisión. Este es el cambio más notorio y conceptual que es la comprensión del objeto político como un hecho de dimensiones comunicacionales siempre presentes. [...] Por eso la comunicación política es entendida como una dimensión estratégica por sí misma y absolutamente central en el marco de la planificación. El mensaje define la estrategia y simultáneamente la estrategia es el mensaje. [...] Pero ese mensaje no se da de cualquier modo sino ambientado en un entorno comunicacional en donde la comunicación política está mutando en base a características muy visibles, mensajes con una interactividad creciente que origina mucho intercambio, con la apertura de cada vez más canales comunicacionales y nuevos flujos de contenidos, con una evidente multimedialidad, con relativos vacíos de control; con capacidad ilimitada de comunicación y poco a poco, sin la necesidad de territorializar la comunicación. (Luciano Elizalde y Mario Riorda, 2013:21)

No obstante, aunque la comunicación ha logrado posicionarse como algo relevante, también se la asume como de sentido común por lo que estos autores insistirán <<en que hay que gestionarla con profesionalidad y efectividad>> (Riorda y Elizalde, 2013: 20).

En un entorno de altísima velocidad de decisión, con tantos medios de comunicación diferentes, tiempos sociales cortos, procesos de disenso y controversia cada vez más activos, para Riorda y Elizalde el gobierno está en el centro de la escena y <<es visto y juzgado en 360 grados>> (Riorda y Elizalde, 2013:16).

Como no hay un monopolio de la acción política y la gestión está dominada por la inmediatez y atravesada por las acciones directas de otros actores políticos (medios y organizaciones, movimientos y poderes fácticos) la función básica de la comunicación gubernamental es construir la legitimidad de la dirección y acciones del gobierno ligándolas (o sintonizándolas) con las prioridades de la población (Riorda y Elizalde, 2013).

Para Jaime Durán Barba (2009) la tarea de los y las comunicadores gubernamentales debe basarse <<en información científica y trabajo intelectual frío>> particularmente con base en sondeos de opinión y un trabajo metódico centrado en la imagen de los principales referentes, sean estos el/la presidente o los/as funcionarios/as (si se trata de un gobierno) o los candidatos del partido, si se trata de elecciones. En la producción intelectual de Durán Barba y Nieto las fronteras y diferencias entre la comunicación electoral y la de gestión son más difusas que en otros planteos y sin referencias específicas a los modos de organización y tareas particulares de los/as comunicadores/as que se desempeñan en el ámbito estatal. Aunque por momentos los ensayos adopten un tono didáctico y hasta instruccional, las indicaciones y lecciones o sugerencias no están dirigidas a pares profesionales o en formación, como si ocurre con el resto de los/as autores/as, sino a políticos/as desde la perspectiva de consultores experimentados. El énfasis está puesto en el sondeo sistemático y metódico de la opinión pública y sobre esa base en el posicionamiento de candidatos/as antes que en el esfuerzo por argumentar y legitimar una agenda de gobierno.

Riorda y Elizalde referirán a la comunicación gubernamental como especialidad profesional con mayor detalle, aludiendo a cuestiones de propósito (construir mitos de gobierno y aportar a la reputación, credibilidad y legitimidad del gobierno y no tanto o no sólo a la publicidad de los actos de gobierno), planteando características necesarias (ágil, flexible, convergente, integrada y concertada con socios / partners para responder a la mayor velocidad y complejidad de la interacción política actual) y precisando cuestiones de índole instrumental apoyadas en tendencias del campo profesional (micro targeting o micro segmentación y comunicación directa, es decir sin la intermediación de los medios tradicionales).

Finalmente estos mismos autores reconocen diferentes abordajes (modos de hacer) la comunicación política gubernamental: comunicación inventarial (circunscripta a la publicidad de los actos de gobierno), la comunicación de marketing que enfatiza en el branding, las RRPP y la publicidad, la comunicación simbólica que problematiza los símbolos y significados que circulan sobre política economía y sociedad, la comunicación relacional que enfatiza en el vínculo entre esta comunicación y las otras dentro de la comunicación pública y finalmente la comunicación de gestión

que la aborda en tanto recurso para agregar valor a las interacciones de gobierno con los involucrados (Riorda y Elizalde, 2013).

Según Fraguas Noble -citado por Riorda y Elizalde (2013)-, lo que distingue a esta comunicación de primer nivel en la comunicación pública o comunicación del sector público gubernamental (o sencillamente comunicación gubernamental) es: a) los decisores públicos están sometidos a procedimientos y esferas de control que terminan limitando y encuadrando a la comunicación gubernamental, b) la autoridad política tiene mayor peso que la mirada técnica, c) como se trata de la cosa pública y esto supone ser un tema sobre el que todos pueden opinar es una comunicación de alta exposición y alta conflictividad d) que presenta importantes rigideces burocráticas y administrativas, y e) importante vaguedad y pluralidad de objetivos, complejos y multiactorales.

Como el propósito de este trabajo no es analizar exhaustivamente la antedicha producción académica decidimos dar cuenta de sus preocupaciones y aportes conceptuales fundamentales a las discusiones sobre comunicación gubernamental sobre la base de tres cuestiones que a nuestro juicio comprenden lo más relevante de estos planteos. La primera de estas cuestiones refiere a la caracterización que estos autores hacen de la política en las sociedades contemporáneas. La segunda cuestión refiere a la caracterización que estos autores hacen de los medios y tecnologías de información y comunicación contemporáneas. Y finalmente, la tercera cuestión refiere a los contextos institucionales, modos de organización del trabajo, funciones y tareas, rutinas y procedimientos del ejercicio profesional de los y las comunicadores en las entidades del estado, o sencillamente al ejercicio profesional de los/as comunicadores/as gubernamentales. Por supuesto las tres cuestiones son inescindibles e interdependientes y cada una aporta una clave de lectura complementaria para comprender los derroteros y avatares de la comunicación gubernamental en este tiempo. Seguidamente nos referimos a ellas muy brevemente.

Sobre la política en las sociedades contemporáneas

De los autores mencionados, Jaime Durán Barba y Santiago Nieto, y Mario Riorda junto a Omar Rincón, son las duplas de autores que más páginas dedican a problematizar los cambios observables en la política institucional, los liderazgos políticos y la cultura o culturas políticas en las sociedades latinoamericanas contemporáneas. A riesgo de simplificar la cuestión pero con la intención de poder pasar rápidamente a lo que nos interesa, que es compartir los resultados del análisis preliminar de los datos de nuestra investigación, ponemos en común

algunos fragmentos que a nuestro juicio sintetizan el punto de vista de ambas duplas.

Seguidamente presentamos algunos fragmentos de un artículo de Jaime Durán Barba del año 2009 en el que el autor refiere a la crisis de algunas instituciones fundamentales como formadoras del pensamiento político y el voto de los y las ciudadanas, caracteriza a las sociedades contemporáneas como crecientemente individualistas, y señala las implicancias de la massmediatización y el predominio de las imágenes en la configuración del vínculo de la ciudadanía con la dirigencia política y su desinterés en los problemas políticos:

Los ciudadanos transitan de una sociedad tradicional en que las relaciones personales tenían fuerza, a una sociedad crecientemente individualista. En el campo de las comunicaciones, en los últimos cuarenta años la televisión, la computadora, el teléfono celular, Internet, han producido la revolución más grande desde el origen de la humanidad [...] Por medio de la televisión todas las noches los presidentes visitan a los ciudadanos en su casa y ellos se fijan en su rostro y en su mirada. Como en las relaciones humanas normales la cara de la otra persona les dice más que discurso: la imagen se impone a las palabras [...] Los ciudadanos conocen a los dirigentes en primer plano y por eso tener un rostro presentable es más importante que agitar una bandera [...] Es un lugar común decir que los partidos los sindicatos y todas las organizaciones intermedias sufren una crisis de representación. En la base de esta crisis está la ilusión de la relación directa entre el ciudadano común y los líderes que proporciona la televisión y el hecho de que a través de las encuestas y los medios de comunicación ahora es posible un diálogo directo entre gobernadores y gobernados que antes no podía existir [...] Las encuestas demuestran que la mayoría de estas personas no tiene mayor interés en los problemas políticos. A pesar de ello votan y forman la opinión pública (Jaime Durán Barba, 2009:31 a 34).

Aunque Mario Riorda y Omar Rincón coinciden en que el vínculo entre ciudadanía y dirigencia política se ha visto modificado por la hipermassmediatización que instaura la ilusión de la proximidad, no acuerdan con Nieto y Durán Barba sobre la eficacia del control de la enunciación del mensaje, la cantidad de medios a favor o el espectáculo como seducción para ganar el poder, conquistar el mercado de la opinión popular y dominar el relato de la hegemonía política (Mario Riorda y Omar Rincón, 2016). Según estos autores:

Todo mutó: el concepto de libertad de expresión, de medios y publicidad, la idea de régimen político y modos de la democracia, los modos de hacer comunicación política que no solo consiste en hacer- informar o en seducir -

publicitar o en crear storytellings y brandings de farmacia higiénica: asistimos a toda una nueva forma de construcción del relato de la hegemonía política y nuevas estrategias para ganar el mercado de la opinión pública que pasan por los modelos de nación y los proyectos políticos encarnados en héroes míticos localizados en las culturas políticas de cada país. El problema de la comunicación política se soluciona con mensajes y su performatividad, ya que la comunicación es más un asunto de narrativas y ciudadanías que de propaganda o de información o medios [...] Para ganar el amor del pueblo hay que respetar las libertades (la de pensar con la propia cabeza primero que todas); asumir que la gente es capaz de comprender por sí misma; dejar de educar (no somos ignorantes en la vida pública) y propagandizar (no somos tan bobos como para no saber qué nos mienten); contar en las narrativas, estéticas y formatos de la comunicación de la gente, ciudadanizar las pantallas con los saberes y las prácticas expresivas de la gente, tener mensaje, tener ideas, tener coherencia, tener modelos de país. (Riorda y Rincón, 2016: 11 a 15).

La crisis del sistema punto masa

Según Francisco Vacas la edad de oro de la comunicación gubernamental fue el siglo XX donde los medios de comunicación de masas se prestaron a ser los portavoces de los poderes dando lugar a un sistema punto masa extraordinariamente eficiente de comunicación entre gobernantes y gobernados. Ese sistema entró en crisis en este siglo.

Para Vacas el acceso de los ciudadanos a los medios no se produjo abriendo estos a la participación ciudadana (rechazada en muchos casos por los propios ciudadanos por aburrida) sino convirtiendo a cada persona en un medio. Dirigirse individualmente a un ciudadano es hoy más fácil y barato que nunca antes y parte del buen hacer de los gobiernos será lograr que esta valiosa puerta de entrada no se convierta en spam, indistinguible del ruido blanco en la red (Vacas, 2013). Internet permitió a los gobiernos la posibilidad de dirigirse directamente a los/as ciudadanos/as sin el recurso a los medios, pero los primeros se dieron cuenta que las claves de la comunicación son más sutiles que presentar la información de la fuente directa. La información tiende a ser más eficaz si atrae la atención de esas minorías activas de la red que cuentan con un grado de reputación suficiente como para convertirse en mediadores bajo demanda de los/as ciudadanos/as. Para Vacas, en esta etapa de ciudadanos como medios de la información gubernamental, la información tiene obligatoriamente que ser presentada bajo dos formas básicas:

una que permita una fácil asimilación destinada a incentivar el efecto viral y la otra con los datos en crudo, el big data de las razones que hay detrás de cada decisión de gobierno (Vacas, 2013).

Comunicadorxs gubernamentales

Retomando algunas cuestiones dichas previamente, en la literatura académica antes referida, aparecen con claridad al menos dos modos de entender el propósito fundamental de la labor profesional de lxs comunicadores en las entidades del estado. Uno focaliza su interés en el permanente sistemático y metódico sondeo de la opinión pública para el posicionamiento de candidatos, funcionarios en un contexto de <<campana permanente>> (Noguera, 2009). En esta perspectiva, los esfuerzos comunicacionales fundamentales están destinados a persuadir a los ciudadanos de a pie antes que a discutir con adversarios o intentar convencer al <<círculo rojo>>:

En el pasado, los pocos que votaban discutían los temas que imponía una élite ilustrada: el laicismo, el comunismo, la doctrina social de la Iglesia, el capitalismo y otros semejantes. Actualmente votan todos y la mayoría prefiere conversar sobre deporte, música, vida sana, adelantos tecnológicos y cómo cazar pokemones. No decimos que eso sea bueno o malo, pero la verdad es que hay más jóvenes interesados en los youtubers que en la obra de Marx. El dato se vuelve importante si tomamos en cuenta que vivimos en sociedades democráticas en las que esas mayorías que eligen presidentes y otorgan gobernabilidad son autónomas, activas y no obedecen a nadie. Las élites existen, pero tienen menos poder que antes y necesitan volver a pensar su papel en la posmodernidad. Aquellas que representan a determinados sectores sociales necesitan aprender los códigos de comunicación de la nueva sociedad, para no aislarse y perder contacto con sus bases. Aristegui tomó el concepto "Círculo rojo" del mito de Hermes Trismegisto, autor del Corpus hermeticum, conjunto de verdades reservadas a un grupo de elegidos. Su símbolo era el uróboro, una serpiente que forma un círculo al morder su propia cola. Algunos alquimistas, logias masónicas y grupos esenios medievales usaron como símbolo al uróboro, al que le pusieron el color rojo de la fragua. Los grupos herméticos, enfrentados con la Iglesia, fomentaron las ideas liberales, rindieron culto a la razón y usaron el término Círculo rojo para designarse a sí mismos y a los iluministas que luchaban en contra del oscurantismo. En los 60 sucedieron decenas de eventos que acabaron con las antiguas certezas. En ese torbellino, algunos

grupos esotéricos anunciaron la llegada de la Era de Acuario y renació el uróboro con un nuevo círculo rojo que conocía verdades ocultadas por la CIA y el imperialismo acerca de civilizaciones perdidas, alienígenas ancestrales y la captura de un ovni en Roswell. Toda sociedad tiene su círculo rojo. (Durán Barba, Diario Perfil, 10 de septiembre de 2016)

La otra perspectiva proyecta a los y las comunicadores hacia la construcción de la legitimidad de la dirección y acciones del gobierno ligándolas (o sintonizándolas) con las prioridades de la población (Riorda y Elizalde, 2013).

Narrativas, mitos y modos del heroísmo en la comunicación gubernamental latinoamericana

Nos interesa en este apartado definir más precisamente el concepto de narrativas que da título a este trabajo y en definitiva explica el propósito de nuestra investigación. La narración es equivalente a relato y es saber, oficio y práctica que comparten los productores y las audiencias; saber que posibilita la inteligibilidad de lo comunicado, experiencia que permite generar comunidad de sentido sobre la comunicación. En su libro <<Narrativas mediáticas. O ¿Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento?>> Omar Rincón (2006) avanza en la elucidación de los fundamentos de la subjetividad política contemporánea:

No sólo Colombia, sino el mundo entero, ha diluido la experiencia de la argumentación y la razón para ganar la vivencia de la narración y la felicidad instantánea. Tal vez, aburridos de razones que no explican y de futuros que nunca llegan, hemos optado por afectos instantáneos y relatos desde los cuales podemos asignar sentido al exceso de significantes vacíos que habitamos. Significar es, entonces, un acto político. La mejor táctica, producir sentido desde la narración. La práctica más extendida, producir sentido desde las intervenciones mediáticas. La paradoja del poder mediático se encuentra en cómo, desde la narración, asigna, nombra, visibiliza, representa, reconoce e imagina posibilidades de sentido; pero también éste es su defecto y su desgracia, ya que llena la existencia de sentidos frágiles, móviles, leves, precarios. El resultado: en esta sociedad mediática estamos más entretenidos, pero también más vacíos de conciencia política: mientras habitamos la levedad, lo efímero, el flujo, perdemos de vista al autor, así como los proyectos colectivos de creación y

las teorías sociales que permitan imaginar que la vida es probable en otros términos y vivencias. (Rincón, 2006; 18)

Los medios de comunicación habrían construido sus propias culturas o modos de significar, vincular y ritualizar el mundo de la vida. A estas culturas Rincón las denomina mediáticas y expresan un deseo y una urgencia social. Las narrativas y estéticas mediáticas producen un relato y un gusto socialmente legitimado <<que viene determinado por la lógica del entretenimiento que se hace espectáculo, pensamiento light, actitud new age y política reality>> (Rincón, 2006:14). Para Riorda y Rincón es necesario desmitificar el poder de los medios y <<comenzar a creer que el mito está en el gobierno, en su relato, en su vivencia del poder, y que es ese el mito que cuenta, legitima, ritualiza y sacraliza>> (Riorda y Rincón, 2016:14)

Por mito de gobierno estos autores refieren a la definición de la orientación estratégica que da sustento a la representación de un estado (Riorda y Rincón, 2016) . Este mito de gobierno, que se formaliza como relato o historia, es una fuente permanente de argumentos que contiene y da sentido, moviliza y estimula la acción, y justifica las realizaciones de un gobierno (Riorda y Rincón, 2016).

Para que el mito sobreviva a sus fundadores y se preserve en el tiempo, y adquiera autonomía e independencia se requiere organización y ese es lo que define en gran medida el sentido de la labor de los y las comunicadores. No obstante, los <<presidentes medio>> o <<políticos medio>> dominan el mercado de la opinión pública y performan como <<rock stars>> en el contexto de una <<democracia de nombres>> y una <<política sin símbolo>> (posmoderna) (Rincón, 2016).

Para el comunicador colombiano el mito político en el siglo XXI se modela todavía por una cultura política popular premoderna, donde prevalecen lógicas de la emocionalidad y contratos sociales primarios, en un escenario moderno mediático digital. En ese contexto el mito político se gestiona a través del relato en clave popular: actuar, hablar, narrar y ser como el pueblo (Rincón, 2016).

Nuestra estrategia de producción de datos.

Nuestra investigación tuvo un diseño exploratorio-descriptivo y una estrategia metodológica cualitativa para la producción, procesamiento y análisis de los datos (Denzin y Lincoln, 2011). Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a referentes y/o gestores de comunicación de las áreas de comunicación en cada uno de los sectores seleccionados (Salud, Educación y Desarrollo Social) con el objetivo no solamente de relevar y analizar las prácticas de los últimos años sino especialmente identificar rupturas, innovaciones, continuidades, vacíos, desafíos y sentidos vinculados con las prácticas de comunicación en diferentes gestiones de acuerdo con los cambios en el contexto socio-histórico. Se privilegiaron

entrevistadxs que se encontrasen actualmente en funciones y que se hubieran desempeñado en la gestión anterior. Se realizaron en total 9 entrevistas (2 de educación, 2 de desarrollo social y 5 de salud) durante 2017 y principios de 2018. Para la selección se buscó la mayor heterogeneidad posible. Los criterios de selección fueron definidos una vez finalizada la fase exploratoria y habiendo interrogado profundamente el objeto, sus presupuestos y las categorías y dimensiones teóricas pertinentes que colaboren en su análisis. Para la realización de las entrevistas, se aplicó un consentimiento informado mediante el cual los entrevistados recibieron información sobre la investigación, el financiamiento, los objetivos, la metodología y la utilización de los resultados. El procesamiento y análisis de la información recolectada fue realizado apelando al marco referencia provisto por la Teoría Fundamentada (Strauss y Corbin, 2002). Se apeló a la fragmentación de cada uno de los textos (tanto de las entrevistas como de los documentos) en unidades de codificación para su agrupamiento en dimensiones o núcleos, identificando también núcleos emergentes propios del proceso analítico, buscando las regularidades pero también los aspectos singulares de los textos analizados. Asimismo, el procedimiento analítico se realizó en relación constante con los contextos en los que se desarrollan o desarrollaron las prácticas. Del procesamiento y análisis preliminar de las entrevistas a comunicadores emergieron los siguientes ejes o dimensiones:

- a) trayectorias formativas y profesionales; las funciones y roles que fueron ocupando en su vínculo con las distintas dependencias en ambos períodos; las capacidades, habilidades y destrezas que cada gestión valora, ya sea positiva o negativamente, en la evaluación de su desempeño profesional; y las rutinas y modos de organización del trabajo cotidiano;
- b) estilos de planificación y gestión que estos reconocen como predominantes en ambas gestiones; los objetivos y estrategias de comunicación priorizados y el aporte de la comunicación a los propósitos de política pública y
- c) los que reconocen como los rasgos fundamentales de las narrativas políticas de ambas gestiones.

Sobre este último punto (c) trabajaremos en este artículo.

Análisis preliminar de los datos. Narrativas kirchneristas y macristas

De acuerdo con Beatriz Sznaider la comunicación de gobierno <<pone en marcha tres registros interlocutivos que pueden funcionar combinados entre sí: uno administrativo, uno institucional y otro político>>. El primero se vincula con la necesidad de informar de manera sistemática a la población sobre un conjunto aspectos operativos. El segundo parte del hecho de que <<todo sistema democrático tiene en la publicidad de los actos de gobierno una de sus obligaciones constitucionales>>. A través del registro político la comunicación de gobierno <<despliega un conjunto de estrategias comunicacionales para generar cierto consenso social que fortalezca la legitimidad de sus decisiones si no para obtener adhesiones, al menos para generar un efecto de autoridad y conducción>> (Beatriz Sznaider, 2015:82). A continuación compartimos los resultados del análisis preliminar de los datos en lo que concierne particularmente a este tercer registro y con base a las entrevistas realizadas a lxs comunicadorxs gubernamentales de los ministerios nacionales de educación, salud y desarrollo social. Hemos decidido organizar estos resultados en torno a los siguientes ejes de discusión:

- a) los modos de procesar y comunicar a los equipos de trabajo las decisiones estratégicas de comunicación, y los lineamientos o directrices que los entrevistadxs reconocen como característicos de cada gestión;
- b) los modos de entender la política, el rol del estado y su vínculo con la ciudadanía, y sus respectivas competencias en lo que concierne a los asuntos públicos; y los posicionamientos de cada gestión frente al conflicto y la disputa política, según los comunicadorxs gubernamentales consultadxs.

Toma de decisiones y directrices de la comunicación gubernamental

Exceptuando a las tareas de prensa gubernamental que en los tres ministerios ya existían con antelación a la segunda gestión kirchnerista - independientemente de sus denominaciones y formas de incorporación en la arquitectura de cada ministerio- en la gestión de la comunicación gubernamental en un sentido más amplio – lo que incluye además de la prensa, la producción de contenidos en diferentes lenguajes y soportes, el manejo de redes sociales y la planificación de eventos y campañas de comunicación masiva, entre otras cuestiones – se verifica una tendencia que va desde una situación que podríamos caracterizar como de crecimiento sostenido, dispersión de iniciativas, desarticulación y tercerización de algunos servicios de comunicación (particularmente en agencias de publicidad y agencias de monitoreo de medios) a otra situación caracterizada por la creación de direcciones de comunicación o equivalentes con el objetivo de coordinar de manera centralizada toda la comunicación ministerial. Esta tendencia estuvo acompañada

en algunos ministerios por una disminución de la tercerización de servicios (a medida que estas tareas eran absorbidas por los equipos ministeriales de comunicación que se ampliaban y fortalecían) y en casi todos los ministerios por otra tendencia en lo que respecta al vínculo con Presidencia de la Nación: la creciente subordinación de todas las unidades ministeriales a las decisiones que en materia de campañas de comunicación masiva toma la Secretaría de Comunicación Pública responsable de la administración de los medios públicos y la pauta publicitaria oficial.

En el Ministerio de Salud de la Nación esta tendencia a la centralización se cristalizó en la creación de la Coordinación Nacional de Información Pública y Comunicación durante la gestión de Juan Luis Manzur en el año 2009. No obstante, ya durante la gestión de Graciela Ocaña, se puso en marcha un proceso de reclutamiento de lxs comunicadorxs dispersos en toda la estructura ministerial para integrarlos en una única dirección nacional.

En el Ministerio de Desarrollo, por su parte, lxs entrevistadxs coinciden en establecer el 2008 como el año de creación de un área de comunicación específica que centralizó todas las estrategias de visibilidad del Ministerio, de difusión de las acciones desarrolladas y de producción de contenidos (multimediales, gráficos y audiovisuales). En ese espacio confluyeron diferentes profesionales vinculadxs a tareas de comunicación y capacitación que trabajaban desperdigados en distintos programas del Ministerio de Desarrollo Social. La Dirección Nacional de Diseño y Comunicación Institucional que se creó en 2008 funcionó hasta 2015 de la misma manera. Se componía de distintas Áreas: Diseño, Producción Audiovisual, Contenidos y finalmente, fue desarrollada (en 2011) el área de Web (página web institucional y manejo incipiente de redes sociales). El espacio tuvo un lugar en la estructura orgánica del Ministerio y un financiamiento acorde (equipamiento, recursos, infraestructura) para darle impulso a la tarea desde una mirada homogeneizadora de la estrategia de comunicación externa (básicamente).

En lo que respecta al área de educación lxs entrevistadxs reconocen durante el kirchnerismo la coexistencia de al menos ocho equipos de comunicación dispersos en toda la estructura ministerial además del área de Prensa del Ministerio. Prensa tuvo diferentes entidades en la estructura: fue Dirección (con Sileoni) y Coordinación (antes y después de Sileoni). Pero siempre dependió del Ministro y no se modificaron sus funciones durante el kirchnerismo. A diferencia de lo que ocurrió con los Ministerios de Salud y Desarrollo la tendencia a la centralización se da en este caso durante la gestión macrista. Más precisamente durante la gestión del Ministro Bullrich, desaparecen los equipos dispersos por fuera de Prensa, el equipo de la Dirección de Prensa comienza a crecer de manera sostenida en número de

integrantes y competencias bajo su órbita y se suman nuevos perfiles profesionales ligados a la producción audiovisual (fotógrafo y camarógrafo) y el manejo de redes sociales.

Todxs lxs entrevistadxs coinciden en afirmar que durante la gestión kirchnerista estaban claras las prioridades y los objetivos del <<proyecto político>> por lo que <<la línea editorial era más clara>>. Unx entrevistadx comenta <<La igualdad es un tema que tenía que aparecer. No es que vino alguien y te decía: "en todas las gacetillas mencionemos la palabra igualdad", pero vos sabías que era educación igualitaria y de calidad. Tenía que estar, o sea, no es que tenía que estar pero sí después de mucho tiempo de ir y cubrir al Ministro vos sabés lo que le interesa>>. En algunos casos, particularmente en Salud, lxs entrevistadxs refieren a reuniones de coordinación y planificación de la comunicación periódicas, y a un importante ejercicio de la rectoría en comunicación por parte de la Coordinación Nacional de Información Pública y Comunicación que se verificaba en un acompañamiento mediante la provisión de recursos y la realización de encuentros regionales de comunicación para aunar criterios de trabajo o para la capacitación de lxs comunicadorxs gubernamentales que se desempeñaban en las provincias. Con sus matices, en los tres ministerios se verifica lo que Perelmiter (2016) refiere como la expresión de la voluntad de recuperar la legitimidad del poder central y el control de los vínculos de proximidad a nivel territorial. Lxs comunicadorxs entrevistadxs aluden a una mayor presencia de <<nación>> en los territorios, por lo que sus viajes a las provincias eran frecuentes, para dar talleres, para participar de eventos locales, para monitorear acciones de gobierno, etc. Según lxs entrevistadxs durante la gestión Kirchnerista, existía <<una lógica más territorial>> que daba cuenta de un Estado presente con políticas inclusivas de las que lxs actorxs sociales eran parte. Unx de lxs entrevistadxs comentó <<Los que son los titulares de derecho y no los funcionarios, entonces eso nos implicó diseñar un registro territorial de acciones que muestre federalidad, que muestre los distintos ejes de intervención del Ministerio, que muestre distintas historias, que muestre acción>>. Unx de lxs entrevistadxs refiere a esta misma cuestión a propósito de los dispositivos territoriales denominados Centros de Integración Comunitaria (CIC): <<En los CIC, todos los programas tenían una presencia territorial fuerte o la tenían que buscar, con lo cual el CIC era un espacio donde hacer las capacitaciones de promotores, las capacitaciones del (Plan Nacional de Desarrollo Local y Economía Social) "Manos a la Obra">>. Algunxs entrevistados que durante el kirchnerismo se priorizó que estas políticas fueran <<contadas desde el territorio>>.

En la gestión macrista, desde el relato de lxs entrevistadxs, se verifica un repliegue de las políticas públicas, una muy menor presencia estatal en el territorio. Unx de lxs entrevistadxs explica: <<Hay un proceso de vaciamiento de las políticas. Vaciamiento concreto, se destruyó todo lo que había y lo que se está haciendo es mínimo>> y agrega <<Ahora lo que se observa es un retroceso mayor en ese aspecto. Ahora vos vas a lugares y funcionan de las oficinas del municipio para adentro; porque no es algo que a ellos les interesa, de hecho la coordinación de Centros Integradores Comunitarios desapareció>>. Según unx de lxs entrevistadxs <<La gestión anterior, la gestión de la política social, había construido como una cercanía afectiva y territorial de la política social. Había un proceso que construía una cercanía, un conocimiento territorial que se trabajaba todo el tiempo. Ahora ya no importa, no conocés el territorio, no vas, no es esa cercanía territorial y afectiva incluso, había una empatía, ponerse en el lugar del otro.>>

Aun habiendo transcurrido un año y medio desde el inicio de la gestión macrista hasta el momento en el que realizamos gran parte de las entrevistas, lxs entrevistadxs manifestaron su inquietud y desconcierto ante una gestión <<que no arranca>> y que parecería no tener norte ni proyecto claro ni explícito <<no se sabe para dónde va el barco>>. Casi todxs lxs entrevistadxs refieren a un subaprovechamiento de sus conocimientos, capacidades y destrezas profesionales a causa de una drástica disminución y simplificación de sus tareas. Las reuniones de coordinación o planificación dejaron de realizarse en aquellos ministerios donde estas eran frecuentes o lxs entrevistadxs ya no fueron partícipes de ellas, tampoco de eventos o documentos donde pudieran inferir cuál es la política ni cuáles son las acciones que se priorizan. Quienes ocuparon cargos directivos en comunicación en esta gestión se caracterizan por tener experiencia en el sector privado, en funciones ligadas al marketing o en agencias de publicidad. Estas personas son referidas en las entrevistas como <<gente de confianza>> de las máximas autoridades, sin experiencia en políticas públicas ni en el sector público, sin comprensión del sector y sin formación técnica en el tema (sea salud, educación o desarrollo). Lxs entrevistados sugieren que a diferencia de lo que acontecía en la gestión kirchnerista, en la actualidad lo que se intenta es <<despolitizar>> la función de lxs comunicadorxs del ministerio, desalentando una mirada técnico-política sobre los procesos vinculados con la gestión de la política pública, y promoviendo una visión instrumental sobre el rol de la comunicación.

Uno de los pocos lineamientos claros que reconocen lxs entrevistadxs es el del <<borramiento>> de algunas palabras que son deliberadamente evitadas y en algunos casos explícitamente prohibidas: Mercosur por su asociación con Chávez y Venezuela, y las palabras inclusión, derechos, pueblo y patria por su asociación con

el kirchnerismo. Otros lineamientos explícitos figuran en manuales de estilo y se vinculan con el uso del lenguaje y el tratamiento visual. Con respecto al lenguaje, se indica el uso de la primera persona del plural (nosotros), el uso de palabras sencillas y la preferencia por frases cortas - en contraposición a la densidad conceptual y la <<carga ideológica>> adjudicadas al kirchnerismo. Con respecto al tratamiento visual se enfatiza el correcto uso de logos y marcas, se indica la recurrencia a las historias de vida de gente común y las imágenes sencillas, que representen escenas cotidianas, informales, alegres y preferentemente sin funcionarios. Ya sea a través del uso de las palabras o las imágenes los entrevistadxs refieren a una deliberada <<apelación a lo emotivo y lo sentimental>> lo mismo que a la importancia de <<hacer, hablar y ser disruptivos [...] algo que te descoloque, que se salga de lo esperado, que te sorprenda [...] no importa cómo lo instales ni que se diga de eso, sino que se hable de eso>>. Todxs lxs entrevistados reconocen que la actual gestión ha logrado ordenar y <<unificar>> la identidad visual y narrativa del gobierno, lo que reconocen como un logro de la gestión a la vez que una de las grandes falencias o asignaturas pendientes del kirchnerismo.

La política, el estado, la ciudadanía y sus respectivas competencias en los asuntos públicos. Los posicionamientos frente a los conflictos y la disputa política

En este apartado quisiéramos compartir las que a juicio de lxs entrevistadxs son las características que distinguen las narrativas kirchnerista y macrista en lo que respecta a sus modos de entender el estado y la política. A continuación las sintetizamos:

1. La reivindicación del Estado como garante de derechos y de lxs ciudadanos como titulares de derechos durante el kirchnerismo vs. La reivindicación del Estado como gerenciador eficiente de los recursos públicos, y prestador de servicios; y de los ciudadanos como agentes con iniciativa, responsabilidad y autonomía sobre sus propios asuntos (durante el macrismo).
2. La reivindicación del Estado como promotor de la inclusión y la igualdad vs. La naturalización de las desigualdades y la desresponsabilización del Estado en la búsqueda de la igualdad de posiciones entre los ciudadanxs.
3. La reivindicación de los liderazgos políticos vs. La reivindicación de los equipos de trabajo.
4. La negación de la política como disputa y su reemplazo por una visión que vela los conflictos y la disputa de intereses

Como señalamos en el apartado previo uno de los lineamientos claros que reconocen lxs entrevistadxs en la gestión actual es la elusión o prohibición de ciertas palabras, el uso de la primera persona del plural (nosotros), el uso de palabras sencillas, la preferencia por frases cortas, la recurrencia a las historias de vida de gente común y a las imágenes sencillas, que representen escenas cotidianas, informales, alegres y preferentemente sin funcionarios.

Al respecto de las palabras prohibidas unx entrevistadx comentó <<Nos pidieron que no utilicemos el término "inclusión" porque era muy kirchnerista>> Otrx entrevistadx nos explicó que este cambio no sólo implica la omisión o puesta en valor de otros significantes, sino que, el desmantelamiento de la política pública del que se da cuenta también repercute en la tarea cotidiana de producción de contenidos <<Sin política pública se te empieza a caer...(la comunicación) como no hay casi política pública real, no tenés nada que comunicar.>>

En lo que respecta a las historias de vida comunes, sin la presencia de funcionarios o políticos profesionales advertimos que este lineamiento es consistente con una tendencia que varixs entrevistadxs caracterizaron como de delegación de responsabilidades estatales en la ciudadanía y más precisamente en el individuo: << No solo de un ciudadano que tiene que ser responsable, sino de un ciudadano que está solo, es como... tomá, yo te entrego el paquete, yo te dije, te puse la plaquita en Facebook, pero no hago más que eso>>. Si en la gestión kirchnerista el discurso se centraba fuertemente en los derechos, hoy se prefiere hablar de responsabilidades y de obligaciones: << Antes, quizás, había un discurso exacerbado de *derechos* que no estaban totalmente garantizados, pero vos sabías que cuando hablabas de los *derechos* eran los del ciudadano y que el Estado se los tenía que garantizar, después vos ibas y había déficit, lo que vos quieras, pero eso no se discutía. >> Si la reivindicación de la política como herramienta de la transformación se constituyó en una marca de la gestión anterior; lo que reconocen los entrevistadxs como característico de la actual gestión es su negación y un cambio de enfoque: del discurso de los derechos como directriz de las políticas al discurso de la responsabilidad individual como nueva (o vieja) directriz de las políticas.

Este fomento de la responsabilidad individual propicia un aislamiento que debilita las solidaridades y el sentido comunitario, y profundiza las desigualdades. Como explica Dubet <<la profundización de las desigualdades es producto del debilitamiento de la solidaridad. Al sentirnos menos solidarios, aceptamos las desigualdades que no nos incumben directamente y hasta las deseamos porque nos protegen de los otros, que son percibidos como amenaza y riesgo>>

(Dubet.2016:17). Schuttemberg recuperando a Bobbio (1995) completa esta idea <<la derecha acepta las desigualdades (jerarquías sociales económicas y políticas incluidas) ya existentes, sobre todo si son, al menos en apariencia, productos del trabajo y el mérito, y no de la herencia y el privilegio. Pero no se interroga acerca de todo lo que origina el éxito en el trabajo y que ayuda a explicarlo >> (Mauricio Schuttemberg, 2017:133) La igualdad que propugna la narrativa macrista es la de las oportunidades <<todos los individuos son fundamentalmente iguales y que deberían ocupar posiciones sociales desiguales sólo en función de su mérito>> (Dubet.2014:232).

La construcción de esta narrativa sólo es factible a costa de una sistemática deshistorización y/o descontextualización de lo social y de los procesos colectivos de conquista de igualdades. Como nos explicaba unx entrevistadx: <<En términos de cambio de gestión claramente, acá hay una gestión que busca deshistorizar. Si vos buscás deshistorizar las políticas públicas estás diciendo: "te quedás con el subsidio que te doy hoy que no tiene nada que ver ni con lo que fuiste ni con lo que sos, ni con lo que serás". Y se queda con la historia personal, el relato de la biografía personal empieza tener mucho valor en el Estado>>. Algunxs entrevistadx aluden a esta misma cuestión cuando señalan que el macrismo se comunica desde <<lugares difusos, apelando a los sueños individuales, a la realización personal, a la auto superación, descontextualizado oportunidades reales de desarrollo y desvinculando al Estado de su responsabilidad y del rol de garante>>.

Desde el análisis de las entrevistas, observamos que se constituyen dos modos de concebir a quienes dirigen la gestión de gobierno. Por una parte, en el kirchnerismo de fuerte centralidad del líder político, verdadera encarnación del mito de gobierno y responsable de pensar y llevar adelante todas las acciones de gobierno. En relación a esto, una de las entrevistas menciona que <<la comunicación funcionaba de manera directa, eliminando los medios, o sea que Cristina hablaba en cadena nacional y no había mucho que decir porque el gesto de la obra de ella ya comunicaba por sí mismo>>.

Una declaración que refuerza esta idea de líder en el kirchnerismo, y que refiere al entorno de trabajo según unx entrevistadx comenta que <<Estaba como muy ideologizado y muy en esta línea de la construcción hacia el personalismo de Cristina>>

En contraposición en la gestión macrista se enfatiza en la idea de un equipo, como quedó registrado en uno de sus discursos más recientes de Macri <<Este equipo no es perfecto, pero tenemos buenas intenciones>>. Esta idea de equipo de trabajo sintoniza con la idea de gobierno como gerenciador técnicamente calificado y eficaz

a la vez que desliza una crítica sistemática a la vieja política, la política tradicional, hiperideologizada en la que abundan las palabras y escasean los resultados. Al respecto unx entrevistadx comenta: <<Hoy con esta gestión se esconde [la política]. Son tipos que hacen política avergonzados de hacer política. Algo rarísimo lo que sucede que a mí me cuesta entenderlo. Ellos dicen que están en la gestión actual, parece que están en la política pero no son de la política. Ellos son de otro lado, hasta tienen cierto desprecio por la política. A veces no dudan en decirlo. Acusan a la política de un montón de cosas cuando ellos están dentro, son capaces de decir que la política ensucia>>. Por el contrario unx de lxs entrevistadxs, en relación al modo de comunicar en uno de los Ministerios durante la gestión anterior, comenta que <<comunicábamos en un marco de un proyecto político la gestión de un Ministerio. El componente político-ideológico estuvo presente siempre en todos los materiales. Nosotros escribíamos a todos prólogos un contenido realmente ideológico importante, que era el rasgo distintivo de la gestión>>.

En relación a lo que venimos desarrollando Schuttenberg explica que <<la idea de ser recién llegados a la política actúa en el discurso (de Cambiemos) como elemento que aseguraría el no estar contaminados por la práctica de ésta. La contracara que es la política tradicional, su militancia, se construye como un sistema prebendario con intereses propios>>. (Schuttenberg, 2017:138).

Esta concepción que construye Cambiemos y que describe Schuttenberg, pretende solapar el carácter necesariamente contencioso de política. Como nos comentaba unx entrevistadx <<no les gusta el conflicto, [...] no pueden absorber niveles de conflictividad que el Estado tiene, por los perfiles de la gente que labura en el Estado. En general, mucha gente tiene historia de militancia, de participación. [...] El Estado es gente que tiene mucho nivel de compromiso afuera. Entonces, ante ese nivel de gente, ellos no toleran el conflicto>>. Unx de lxs entrevistadxs explica cómo se traduce directamente a las comunicaciones que se producen <<Hay una comunicación mínima, dónde se comunican algunos ejes, pero muy difusos, sin explicar nada. Son posteos de tres líneas, muy lavados, sin explicar la política pública. Ni si quiera te digo bajar un contenido ideológico, no se explica la política pública. [...] Cosas que no entran en conflictos con nadie, porque todo el mundo tiene sueños, todo el mundo tiene oportunidades, pero no estás diciendo quién accede a ese programa, cómo, cuándo, dónde lo podés hacer>>.

Esta demonización de la política, también es reconocida por lxs entrevistadxs en lxs intercambios con lxs funcionarixs, ya que explican que observan <<otra idiosincrasia ahora en los funcionarios, otra idea, de que forman parte de un gobierno centralizado y mucho respeto a ese lugar. Y esta cosa que ellos dicen todo el tiempo, de que dejaron las ligas mayores para venir a ayudar al Estado, como

que es parte de la legitimación del gobierno, es esa idea de que están como aportando su tiempo y su saber a un proyecto mayor, pero cuando eso termine, se retiran y vuelven a su empresa, la deshistorización también va con el descompromiso y la pospolítica, digamos. Ese lugar donde uno entra y sale livianamente de las cosas>>.

Conclusión

En concreto, lo más destacable de ésta comparativa, es que durante el macrismo, se dejó de lado la idea de lo colectivo, de los derechos -conceptos muy fuertes en el kirchnerismo-, y fundamentalmente de la política, por considerarla un lugar de conflicto, lo que tanto se busca evitar. Todo se desarrolla en relación al individuo, se comunica y se piensa para individuos y se refuerza en el cotidiano. Se borra la participación y se despolitiza el discurso, decantando en un vaciamiento de las políticas públicas. Características de un gobierno neoliberal, donde <<construyen un discurso político que busca borrar la politicidad de la propia enunciación, y además, esta negación de la politicidad de su propio discurso es justamente una de las formas de construir una identidad>> (Schuttenberg, 2017:282,284).

Hay una coincidencia general en las entrevistas, en que las comunicaciones en el macrismo se han simplificado y que están muy vacías de contenido, que no explican demasiado, y que fundamentalmente están pensadas para redes sociales. También, que se ha dejado de acompañar las publicaciones con imágenes o dibujos. Esto va en sintonía con ese pensar el futuro deseado que construyen en el relato de Cambiemos <<desvinculado de las tradiciones, los procesos anteriores que son más bien obstáculos para la evolución>> (Schuttenberg, 2017:293)

Aquí se conjugan de manera sinérgica estas particularidades de la gestión macrista antes dichas, la exacerbación del individualismo, la demonización de la política y el rompimiento de los vínculos con el territorio por el vaciamiento de las políticas públicas, donde estas narrativas de gobierno dinamizan las acciones y las orientan ya que como habíamos dicho en principio en un gobierno todo comunica, y no comunica de una manera inocente donde el simple uso de una palabra o la censura de otra es como un solo cambio lingüístico, es un ordenamiento donde la política de la buena onda es el pilar para poder pensar un Estado, donde el sujeto debe salvaguardarse por sí mismo y garantizarse por su mérito esos <<derechos>> que no le pertenecen, que se le otorgan.

En nuestra Latinoamérica viene sucediendo una avanzada donde estas narrativas no solo construyen esta relación sujeto-Estado, sino que posicionan al Estado como administrador. Un Administrador que ni por empatía ni equitatividad responde a

este otorgamiento, sino a la cantidad de intereses y capital que puedan significar un gasto.

Bibliografía

Coronel, Valeria; Ramírez Gallegos, Franklin (2014). << La política de la «buena onda». El otro Mauricio y la reinención de la derecha ecuatoriana en tiempos de Revolución Ciudadana>>. *Revista Nueva Sociedad*, 254, pp. 136-148 [en línea]. Recuperado de <<http://nuso.org/revista/254/los-rostros-de-la-derecha-en-america-latina/>>

Denzin, Norman y Lincoln, Yvonna (2011) Introducción general La investigación cualitativa como disciplina y como práctica. En *El campo de la investigación cualitativa Manual de investigación cualitativa*. Vol. I (2011). España. Editorial Gedisa.

Dubet, François (2015). *¿Por qué preferimos la desigualdad?: (Aunque digamos lo contrario)*. Siglo XXI. Introducción pp. 11-17

Dubet, François (2014). <<Los postulados normativos de la investigación en educación>>. Conferencia Inaugural dada en el *I Encuentro Internacional de Educación. Espacios de Investigación y Divulgación. Espacios en Blanco*. Tandil: UNCPBA [en línea]. Recuperado de <<http://encuentroespaciosenblanco.unicen.edu.ar/inicio.xhtml>>

Duran Barba, Jaime (2009) Estrategias de Comunicación Política. En Izurieta, Roberto, Arterton, Christopher y Perina, Rubén *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía. pp. 23-76

Durán Barba, Jaime y Nieto, Santiago (2006) *Mujer, sexualidad, internet y política. Los nuevos electores latinoamericanos*. Buenos Aires. Fondo de cultura económica.
_____ (2010) *El arte de ganar. Como usar el ataque en campañas electorales exitosas*. Buenos Aires. Debate.

_____ (2017) *La política en el siglo XXI*. Buenos Aires. Debate.

Elizalde, Luciano, Fernández Pedemonte, Damián y Riorda, Mario (2011) *La gestión del disenso: la comunicación gubernamental en problemas*. Buenos Aires: La Crujía.

Elizalde, Luciano y Riorda, Mario (2013) Planificación estratégica de la comunicación gubernamental: realismo e innovación. En Elizalde, Luciano y Riorda, Mario (2013) *Comunicación Gubernamental 360*. Buenos Aires: La Crujía. pp. 15-46

Izurieta, Roberto, Arterton, Christopher y Perina, Rubén (2009) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.

Jaramillo López, Juan Camilo (2004) Modelo de comunicación pública (MCPOI). Bogotá, USAID - Casals & Associates Inc.

_____ (2011) "¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista". Documento presentado en el VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación, he ahí la cuestión del DIRCOM". Cali, Universidad Autónoma de Occidente.

Macri: "Este equipo no es perfecto, pero tenemos buenas intenciones" (2018, 20 de septiembre). En *El Destape* [en línea]. Recuperado de

<<https://www.eldestapeweb.com/macri-este-equipo-no-es-perfecto-pero-tenemos-buenas-intenciones-n49451>

Noguera, Felipe (2009) La campaña permanente en Izurieta, Roberto, Arterton, Christopher y Perina, Rubén (2009) *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía.

Perelmiter, Luisina (2016) *Burocracia plebeya. La trastienda de la asistencia social en el estado Argentino*. San Martín. UNSAM EDITA.

Riorda, Mario y Rincón, Omar (2016) Introducción. Las mitologías tropicales latinas de la política. En Riorda, Mario y Rincón, Omar *Comunicación Gubernamental en Acción. Narrativas presidenciales y mitos de gobierno*. Buenos Aires: Biblos. pp. 11-23

Rincón Omar (2006) *Narrativas mediáticas. O ¿Cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento?*. Barcelona: Gedisa.

Schuttenberg, Mauricio (2017). <<La política de la despolitización. Un análisis de la construcción del relato PRO>>. *Desafíos*, 29 (2), pp. 277-311 [en línea].

Recuperado de

<<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/5259>>

Schuttenberg, Mauricio (2017). <<La revolución de la alegría ¿Una articulación populista?>>. *Questión*, 1 (53), pp. 127-148 [en línea]. Recuperado de

<<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3812/3197>>

Vacas, Francisco (2013) Gobierno y ciudadanía: nodos en la red. En Elizalde, Luciano y Riorda, Mario *Comunicación Gubernamental 360*. Buenos Aires: La Crujía. pp. 221-239

Notas

¹ Un balance de los procesos de planificación comunicacional en nuestro país. Análisis de las concepciones y las prácticas comunicacionales en los procesos de planificación en líneas priorizadas de áreas públicas estatales estratégicas. Proyecto PPIID P/017. Directora Dra. Daniela Bruno. Co-Directora Lic. Andrea Iotti. FPYCS/UNLP.