

Fragmentos del antimenemismo. Consenso social y moralización de la política en la revista *Humor* durante la primera presidencia de Menem

Fragments of antimenemismo. Social consensus and moralization of the politic in the magazine *Humor* during the first presidential period of Menem

Mariano Fernández

Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
elcadri@yahoo.com.ar

Resumen

El presente escrito busca describir un caso particular (el de la revista *Humor Registrado* durante la primera presidencia de Menem) que puede considerarse testigo de una problemática siempre actual: las torsiones de la argumentación política cuando debe dar cuenta de la legitimidad del antagonista en el marco de un sistema democrático.

En el caso de *Humor* esos argumentos fueron tensados al máximo por interrogantes políticos que generaba el menemismo: ¿era posible que la democracia funcionara de manera tan perversa, permitiendo la reproducción del poder de aquel que se encargaba de burlar el mandato popular? Y más allá: ¿era posible que eso fuera lo que el mandato popular reclamaba?

En cualquier caso, los analistas de la revista se sintieron obligados a poner en cuestión, una y otra vez, el funcionamiento básico de la democracia. Y en ese movimiento realizaron dos operaciones características del antimenemismo: la moralización de la política y la interrogación, siempre pasmada, por el aval popular que Menem recibió en sucesivas elecciones entre 1989 y 1995. Los modos en que ambas características se combinan en *Humor* es el objetivo específico del presente escrito.

Palabras clave: Menem; legitimidad política; revista *Humor Registrado*

Abstract

The present work will describe a particular case (the one of the magazine *Humor Registrado* during the first presidential period of Menem) which can be considered a witness of an always present problem: the twist of political argumentation when has to give account of the antagonist legitimation in the context of a democratic system.

In the case of *Humor* those arguments were tensed to the maximum by the political wonderings generated by the menemism: It was possible for the democracy to work in such a perverse way, permitting the reproduction in the power to the one who made sure of cheat the popular commandment? Furthermore it was possible that that was what the popular conmmandment reclaimed?

In any case, the magazine's analysts felt obligated to put in question, once and again the basic working of the democracy. And in that movement made two characteristics operations of the antimenemism: the moralization of the politic and the question, always surprisded, for the popular support that Menem had in his successive elections between 1989 and 1995. The ways that both characteristics are combined in *Humor* it's the specific objective of the present article.

Keywords: Menem; political legitimation; *Humor Registrado* magazine

Introducción

El presente escrito es un ensayo sobre la *Revista Humor Registrado* (1). Mi objetivo



es describir los argumentos que sus analistas políticos fueron desplegando durante la primera presidencia de Carlos Menem, 1989/1995. Más precisamente, me interesa comprender el funcionamiento de la argumentación política cuando debe dar cuenta de la legitimidad del antagonista en un régimen democrático. En este sentido, interesa destacar lo siguiente: para explicar el fortalecimiento del menemismo (ratificado en sucesivas victorias electorales) los analistas de *Humor* se vieron obligados a formular hipótesis sobre el comportamiento del electorado y a explicar la producción de consenso social en la sociedad argentina de los primeros noventa. *Se vieron obligados a poner en cuestión, una y otra vez, el funcionamiento básico de la democracia.*

Podrá decirse que esto no guarda en sí mismo mayor interés: al fin y al cabo, el análisis político, en periodismo, siempre busca explicar derrotas o victorias electorales. La pregunta por la legitimidad, por el reconocimiento que los gobernantes deben obtener periódicamente de los gobernados (y de los signos que dan cuenta de ese reconocimiento) no es desde ya, exclusiva de *una* revista, ni constituye un interrogante original o extraño. Eso está claro.

Lo interesante del caso de *Humor* (y, en efecto, este artículo debería considerarse un estudio de caso) es que esa pregunta es llevada al abismo, y por tanto, el pensamiento democrático es tensado hasta el límite. En efecto, para *Humor*, desde el principio, cada medida política del gobierno de Menem contenía en su seno la debacle Argentina, y aún más, la anunciaba. Es decir, para *Humor* el daño que el menemismo causaría al país era ostensible, evidente ya desde 1989. Por eso, explicar los sucesivos triunfos electorales del gobierno obligaba a sus periodistas a repensar el mecanismo de funcionamiento del sistema: ¿era posible que la mayoría del electorado legitimara al gobierno que lo perjudicaba?

¿Para eso podía servir el voto? ¿Acaso ellos, desde la revista, no venían explicando, con evidencias incontestables, las consecuencias del modelo? ¿Acaso el menemismo, por obscuro, no era también transparente en sus motivaciones? ¿Era posible que la democracia funcionara de manera tan perversa, habilitando la reproducción del poder de aquel que se encargaba de burlar el mandato popular? Y más allá: ¿era posible que eso fuera lo que el mandato popular reclamaba?

Por otro lado, tampoco fue *Humor* el único actor en el abanico de la oposición al gobierno de Menem que buscó articular posiciones frente a estos interrogantes, ni tampoco toda la oposición al menemismo puede entenderse a partir de ellos. De todas maneras, hay en los artículos de la revista elementos que permiten ubicarla en las cercanías de las posiciones que Marcos Novaro (2004:216) describe como características del *antimenemismo*: *“las diferencias planteadas por el antimenemismo se afincaron tanto en el terreno ideológico (rechazo del neoliberalismo) como en el moral (rescate de lo público) y se reforzaron en el rechazo tajante del pragmatismo que, articulado a dichas*

diferencias, exaltaba una política de valores supuestamente abandonada por aquel". Esa *moralización de la política* (que en el caso de *Humor* va más allá del rescate de lo público) es una característica que también pretendo analizar en paralelo a las cuestiones ya planteadas. Por eso, el último apartado del trabajo (el que da título al artículo) está destinado a pensar el antimememismo de *Humor* como la condensación de la argumentación política sobre el consenso y la moralización de la praxis política.

Intento, en definitiva, pensar la política desde el periodismo. En este sentido, acuerdo con Pierre Bourdieu (1990) en que toda lucha política es una contienda en la que, *en una de sus dimensiones*, se disputan las representaciones (en tanto percepciones cristalizadas) del mundo social: a las características que esa contienda asumió en *Humor* dedico la primera parte de este escrito. Además, por ser *Humor* un medio de comunicación masiva –por tanto, un *lugar* de condensación discursiva-, considero que su estudio me permitirá proyectar posiciones: en la tercera parte de este trabajo intento explicar en qué medida un medio *representa* o puede *representar* las percepciones de un colectivo social, sin caer en el determinismo (que es siempre una simplificación) de considerar el medio como un espacio de posturas homogéneas, ni a los lectores como espejos inmutables de esas posturas.

1. La pregunta

“¿Cómo interpretar al menemismo?”, se preguntaban Marcos Novaro y Vicente Palermo en 1996, en la apertura de su libro *“Política y poder en el gobierno de Menem”*. De algún modo, esa es la pregunta que puede hilar el vasto conjunto de artículos de la revista *Humor* que aquí se analizan. No necesariamente porque en ellos esa pregunta esté explícitamente formulada. En realidad, lo que encontramos en el período que se extiende entre 1989 y 1995, es el ejercicio de ese interrogante, que para el analista político implica un principio de descolocación: esa pregunta es la de quien está buscando poner las cosas en su lugar, ordenar, elaborar o recuperar una lógica de percepción.

El menemismo provocó un cimbronazo: dislocó, con su comportamiento, las *claves de lectura* de los analistas políticos de la revista. Es cierto que ellos no fueron los únicos descolocados; Novaro y Palermo, explicando la pertinencia de aquella pregunta, apuntaban sus razones: *Cualquiera sea la valoración que hagamos de este fenómeno excepcional de la política contemporánea argentina, estaremos de acuerdo en que ha conllevado la ruptura de no pocas tradiciones, formas de relación y esquemas de comprensión que durante largo tiempo ordenaron nuestra vida colectiva*.

Los periodistas de *Humor* tuvieron una posición precisa respecto al menemismo: lo rechazaron en conjunto y sin concesiones. Pero mientras tanto intentaban comprenderlo.

Y si intentaban comprenderlo era porque –redundancia necesaria- no podían comprenderlo: no podían entender, por sobre todas las cosas, su legitimidad (2). A veces esa dialéctica se tornó maldita: lo que por un momento se les aparecía entendible –era evidente, para ellos, la debacle social que provocarían las políticas menemistas-, de inmediato se volvía incierto –sus víctimas eran los que lo avalaban. Y entonces la interrogación volvía a empezar.

¿Cómo interpretar al menemismo? Para *Humor* esa pregunta, y la gama de respuestas posibles, era una necesidad con una impronta de urgencia presente: no era una pregunta retrospectiva, no era la pregunta del historiador. Es decir, si Palermo y Novaro se detenían, pasada ya la primera presidencia de Menem, a preguntarse cómo interpretar al gobierno de Menem –es decir, con qué categorías, con qué herramientas conceptuales, desde qué tradiciones teóricas, según cuáles posicionamientos políticos- *los periodistas de Humor preguntan y responden al mismo tiempo que se constituye aquello que quieren entender*. El menemismo *está siendo*, se *está haciendo*, y los analistas de *Humor* asisten –ofuscados o desconcertados, lúcidos o equivocados, desmoralizados o esperanzados- al desarrollo de ese fenómeno político que define *una época*. Se entiende entonces que los alcances del interrogante por cómo entender al menemismo sean vastos, está en juego el sentido de una época: *su época*.

Por el mismo tiempo –los primeros noventa- el sociólogo Horacio González escribía un ensayo sobre *Página 12* –esa gran sorpresa y renovación del periodismo gráfico masivo de fines de los ochenta- y sostenía (1992:124-125) que el menemismo (“*un escenario que cuenta con obtusos funcionarios y burócratas ávidos*”) y sus opositores (“*la ramificada arboladura de comunicadores, políticos de aquí y de allá, opositores moderados o no, intelectuales de los medios o con funciones diversas que se consideran adversos al actual orden político y social*”) compartían una “*finísima atmósfera común de afinidades y parecidos*”. El menemismo, condensaba González, “*no es sólo el lado activo y ostensiblemente abyecto de este complejo cultural sino su producto mismo, no por eso indemne a la condena ética y social. Retrato global, sin duda cruel, de una seguidilla de almas de época (...) el menemismo no ha encontrado aún sus verdaderos críticos*”. Hablaba, en gran medida, de la crítica política que *podía* llegar a ejercer el periodismo; hablaba, claro, de *Página/12*, que para González acertaba con *la investigación periodística* pero pifiaba con la crítica cultural del período. Y decía, esta vez de modo genérico: “*un diario –un buen diario crítico- es la crítica que una época prepara como cultivo de su mala conciencia*”. Entendemos que *Humor* participa de ese enunciado, es uno de sus destinatarios: en esos artículos está sembrada la culpa de una época que podría haber sido de otro modo (3).

Esto no se les escapó a los periodistas de *Humor*. “*Pero entonces, se pregunta Álvaro Abós (La jungla informativa, Humor 342), ¿qué son los medios informativos? ¿El*

barómetro de la madurez intelectual de una sociedad o el instrumento de su confusión, y un tobogán hacia la frivolidad y el conformismo? Las dos cosas al mismo tiempo, cara y cruz de nuestra época compleja, miseria y grandeza de este tiempo”.

“La nueva crítica periodística, seguía González, (...) vuelve a plantearse la sorpresa ante el objeto, sin lo cual no hay crítica. La idea de “objeto nuevo” –no porque siempre haya novedad sino porque la crítica siempre construye objetos nuevos- es lo que caracteriza el moderno periodismo que es la crítica-espejo de la época. No puede dejar de criticar y no puede dejar de pertenecer a lo que critica”.

Si no se nos objeta la transferencia, podemos decir que *Humor* fue, en esta época, *un efecto del menemismo*. Por reacción, por resistencia, por oposición, por antagonismo. Compartió la fina atmósfera y logró hacer un retrato global de las almas de época. Hizo periodismo de investigación, persiguió corruptos, escrachó rufianes, abogó por una democracia justa y equitativa, denunció las prebendas de privatizaciones, radiografió las transformaciones *estructurales* a las que el país era sometido por la conjunción de la avanzada neoliberal y la audacia del *populismo-conservador* de Menem. Hizo todo eso, sí. Pero el trabajo *intelectual* se desarrolló en una intensa crítica cultural, sociológica, siempre antropológica: en el todo estaba el menemismo.

2. El sentido de la época: la política como disputa simbólica

El menemismo: dijimos que estaba en juego el sentido de la época. El *sentido*: la capacidad –o la posibilidad- de disputar su comprensión. En una de las tantas notas en que los analistas de *Humor* se reponían de las reiteradas victorias eleccionarias de Menem –en este caso, las legislativas de Septiembre de 1991- Enrique Vázquez alentaba a la oposición –“a los sectores progresistas”- a replantearse sus ideas en la nota titulada: Es para pelear (*Humor* 298). Y se preguntaba, alternativamente, qué es política y qué es democracia. Respondía, luego de repasar conspicuas definiciones sobre el primer término: “*Hace cuatro o cinco años, en esta misma revista, nos atrevimos a sugerir la más innovadora que habíamos conocido: “La política es la disputa por el sentido de una sociedad. Claro que las sociedades, para los pragmáticos, son como son, y punto, mientras que para los filósofos –los que incorporan el ingrediente moral- son lo que son pero también lo que deberían ser”.*

Ese tránsito entre el *ser* y el *deber ser* encauzó los análisis de los periodistas de *Humor*. En términos generales, para ellos, el presente del menemismo nunca fue lo que hubiera debido. Y el futuro, por eso, se condenaba de antemano. El menemismo – que pudo ser su objeto de crítica porque, nunca fue tan obvio como para entumecer la sorpresa, aunque al mismo tiempo colocó a los periodistas de la revista en un estado de estupefacción reiterada por la pasmosa facilidad con que, según ellos, la

sociedad aceptaba la obviedad de lo perverso- el menemismo, decimos, anulaba las esperanzas, los *deseos*, que todo crítico moral contrariado por el presente cifra en un futuro promisorio. En el final del recorrido (Héctor Ruiz Núñez tituló *Chau utopía* la última nota de nuestro corpus, correspondiente al número posterior a las elecciones presidenciales de 1995) toda esperanza no encontraba lugar en dónde, o hacia dónde, acomodarse. El *periodista oracular*, aquel que enuncia futuros condicionados, que amenaza con pronósticos agoreros, es, en el fondo, el crítico moral decepcionado, derrotado: impotente.

La impotencia y la derrota, despedirse de la utopía era resignarse a la obviedad: la época a la cual pretendían encontrarle sentido los desarraigaba y les espetaba en la cara que ese no era el lugar, tampoco el momento: que allí *mal-estaban*, con las esperanzas de cargar el féretro de aquel que, en realidad, nunca había muerto.

Pero claro, este es el final, y a nosotros nos interesa el *mientras tanto*. Y el *mientras tanto* es el combate político, la disputa por el sentido de la sociedad. Porque así lo definía Vázquez, y no como mera proposición personal: decía *“nos atrevimos a sugerir”* la más innovadora definición que conocemos sobre la política. Entender era una necesidad colectiva.

Disputar el sentido, entonces: dar la batalla simbólica –en tanto contienda por el reconocimiento de las representaciones de lo social- inscripta en toda lucha política. Bourdieu (1990:290) lo ha dicho con claridad: *“El conocimiento del mundo social y, más precisamente, de las categorías que lo posibilitan es lo que está verdaderamente en juego en la lucha política, una lucha inseparablemente teórica y práctica por el poder de conservar o de transformar el mundo social conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo.”*

Humor participó activamente en esa lucha y –lo que a los fines de nuestro trabajo es muy importante- lo hizo con plena autoconciencia de esa disputa simbólica (4). Daniel Larriqueta escribía (*Humor* 342:1993) *“Y aunque muchos políticos lo ignoren, las batallas políticas se pierden primero en el terreno de las ideas”*. Para *Humor* esa, la de las ideas, había constituido la primera derrota. Esta aseveración está profundamente influida por la posición que la revista asumió frente al enorme interrogante social que le propuso el menemismo: ellos se preguntaban cómo era posible que el menemismo tuviera apoyo electoral, y una de las respuestas aceptadas fue que un primer triunfo se había dado en el plano de la persuasión comunicacional. Ruiz Núñez, en un artículo titulado *“Con el bolsillo o con la moral”*, (*Humor* 296) aseguraba, bajo el subtítulo *“Un proyecto bien vendido”*, que el éxito del modelo estaba sostenido en dos motivos: *“el fantasma de la hiperinflación” –que determina paradójicos apoyos en el ámbito de profesionales liberales y pequeños empresarios afectados por la recesión- y en la acción de los medios de comunicación, a través de los cuáles ha*

calado profundamente la doctrina del stateless (sociedad sin Estado) y el “capitalismo salvaje”. Ahora bien: la lucha por la legitimación de las percepciones sobre el mundo social constituye una parte insoluble de toda lucha política. ¿Pero qué eficacia política puede reclamar una lucha que se da sólo en el plano de las representaciones? En rigor, el adverbio altera el pleno sentido de ese funcionamiento. Para Bourdieu *“recordar que la percepción del mundo social entraña un acto de construcción no implica en modo alguno aceptar una teoría intelectualista del conocimiento: lo esencial de la experiencia del mundo social y del trabajo de construcción que esta experiencia implica se opera en la práctica, sin alcanzar el nivel de la representación explícita ni de la expresión verbal”* (Bourdieu, 1990:289) Proponer, entonces, que hay una dimensión de la lucha política que se resuelve en una confrontación de las representaciones no equivale a restar a esas luchas un carácter “estructural”, o a reducirlas a un hipotético plano de las “ideas” (es decir, un plano que pudiera existir con autonomía, o – peor- sin materialidad). Implica reconocer, a la inversa, que no hay lucha política en que, en uno de sus niveles de análisis, no se disputen los modos legítimos de contener el devenir incesante de lo social, nominándolo, para disputar su conocimiento.

Volvamos a la batalla de las ideas. Creemos que Larriqueta se equivoca al afirmar que es la primera parada de la lucha: en realidad, la de ideas es ya parte de la batalla total, es indisoluble de una disputa por la transformación “material”. Por fin: ¿en dónde, sino en *el plano de las representaciones*, podría un medio de comunicación opositor encarar la disputa política por las visiones del mundo social?

En esa batalla, los periodistas (por el lugar estructural que ocupan dentro del espacio social) están en una *posición de poder*. Así lo explicaba Bourdieu

“La lucha política apunta esencialmente (...) a reforzar o modificar la visión del mundo social. Los periodistas juegan así un rol central, ya que entre todos los productores de discursos, son quienes disponen los medios más potentes para hacerlos circular o imponerlos. Ocupan de ese modo un lugar privilegiado en la lucha simbólica por hacer ver y hacer creer” (2002:64).

Conviene señalar que el privilegio de ese lugar es *objetivo*, en tanto se sobrevive más allá de la persona que lo encarna, de su arbitrio o voluntad: por eso es estructural. Pero más allá de esto, en algún momento aparece la necesidad de una elección: ¿para qué y cómo utilizarlo?

En relación a ese interrogante, *Humor* hace algo distinto a lo que Bourdieu denomina *“el inconsciente de la comunicación”* (ocupar aquel lugar privilegiado sin la conciencia del poder de sus efectos). Hubo en nuestros periodistas una opción deliberada y por cierto plausible: un combate con denso arraigo ético, de fuerte impronta moral, bien informado, fuerte en el ataque y preparado para la defensa. Si nos fuera posible ponderarlo, lo haríamos con simpatía, les computaríamos un punto a

favor, más allá o más acá de los acuerdos o desacuerdos circunstanciales. Es decir: nos atrae su actitud, que de ningún modo nos parece facilista.

El palestino Edward Said, en su libro "*Representaciones del intelectual*" (1996:96- 97) decía que

"para el intelectual la búsqueda pendenciera de debate es el núcleo de su actividad, el verdadero escenario y marco de lo que los intelectuales hacen realmente sin revelación." Pero, precavía, esto tiene sus condiciones de entrada: "¿Qué verdad y qué principios tendría uno que defender, sostener, representar? Ésta no es la pregunta de Poncio Pilatos, una manera de desentenderse de un pleito difícil, sino el comienzo necesario de una inspección del lugar donde se encuentra hoy el intelectual y del traicionero campo inexplorado de minas que lo rodea".

Nosotros también podemos preguntar a *Humor*: ¿qué verdad y qué principios buscaron defender, sostener, representar? Y apresurarnos a decir que la posibilidad de hacer esta pregunta ya dice bastante de las *tomas de posición* de la revista, entendidas como conjunto de respuestas constantes y regulares a problemas reiterados. En primer lugar, debemos decir que la pregunta por la verdad y los principios tiene un evidente sesgo moral y ético. Álvaro Abós (en *Siete hipótesis sobre la corrupción, Humor* 286) reclamaba la necesidad política de un movimiento progresista que hiciera eje en la ética y señalaba que la izquierda descreía, tanto como el menemismo, de que el argumento ético tuviera virtualidad para convertirse en el centro del debate político. Este sesgo, durante el período visitado, no es exclusivo de *Humor*. Marcos Novaro (2004:216) ha dicho que "*las diferencias planteadas por el antimemismo se afincaron tanto en el terreno ideológico (rechazo del neoliberalismo) como en el moral (rescate de lo público) y se reforzaron en el rechazo tajante del pragmatismo que, articulado a dichas diferencias, exaltaba una política de valores supuestamente abandonada por aquel*".

3. Humor y la condensación de las percepciones diseminadas.

Ahora bien: queremos indagar en las disputas por el sentido de la sociedad, por la lucha política que, en una de sus manifestaciones, se resuelve en el orden simbólico, en las tensiones por sostener y legitimar unas percepciones del mundo social. Este es el conflicto que late bajo la pregunta por cómo interpretar al menemismo, la cual, retirada de un libro de análisis académico-teórico (el de Palermo y Novaro) y colocada como disparador de las deliberaciones de nuestros periodistas, adquiere un matiz perentorio: de necesidad y urgencia.

Pero ¿qué puede enseñarnos *Humor* al respecto? Mucho, si podemos ubicar a la revista en relación al cuerpo de lectores para el que escribe. Si le asignamos a la lucha política una faz de contienda simbólica que se da en el plano de las representaciones, entonces podemos pensar que *Humor*, al ofrecer percepciones (al publicarlas, y por

eso, al objetivarlas) está *representando*, es decir, dando existencia, a determinado grupo social, en este caso pensado como cuerpo de lectores.

Esa posición de *representantes* es un *presupuesto* fuerte de nuestro análisis. Como *medio de comunicación* su supervivencia en el tiempo se realiza si existe un conjunto de lectores que comparte sus percepciones sobre el orden social (con quienes renueva periódicamente su *contrato de lectura* (5). Y no hace falta suponer que comparten *todas* las afirmaciones (6): basta con pensar al medio de comunicación como un *lugar* de condensación de discursos, es decir, allí donde las percepciones de lo social, de ordinario diseminadas y multiplicadas, se agrupan y se colisionan y por tanto se cristalizan públicamente. Este sólo hecho, que asumimos como presupuesto, es ya determinante para pensar las luchas políticas que se resuelven en el orden de las percepciones y representaciones del mundo social.

Al respecto, Boudieu dice (1990: 290):

“La capacidad de dar existencia explícita, de publicar, de hacer público, es decir, objetivado, visible, decible o, incluso, oficial a aquello que, al no haber accedido a la existencia objetiva, continuaba en estado de experiencia individual o serial –malesar, ansiedad, expectación, inquietud- representa un formidable poder social, el poder de hacer los grupos haciendo el sentido común, el consenso explícito, de todo grupo”.

De fondo se oye el galopar de un problema que al que Bourdieu ha dedicado algún estudio: el de la representación y el fetichismo de la delegación. Básicamente, el planteo del francés es que el mecanismo de la representación está sometido a un efecto paradójico (que es del orden del fetichismo): el grupo que elige a una persona a través de la cual expresará su voluntad, en realidad sólo existirá a través de la voz del representante, y no antes. Es el representante el que hace al grupo (que en rigor, es aquello que permanecía en estado de *experiencia individual o serial*) y no a la inversa. En esa operación consiste el *misterio del ministerio*.

Con los cuidados del caso, este mecanismo puede extenderse al funcionamiento de un medio de comunicación y más a uno que reconoce explícitamente su lugar de pertenencia. En una de tantas veces, Enrique Vázquez (*¿Achicar el Estado era agrandar que cosa?*, *Humor* N° 356) escribía: *“Obligados a replicar tarde y mal en una discusión que nos tomó de sorpresa, los autodenominados sectores progresistas de la sociedad no supimos más que recitar slogans y letanías dogmáticas cuando desde la trinchera de enfrente nos impusieron la consigna Achicar el Estado es agrandar la Nación”*

Humor, entonces, como representante de una de las formas del antimememismo. Dotados del poder de hacer visibles estados que permanecían diseminados, los periodistas están, en su combate, haciendo al grupo al que idealmente le hablan. Ideal, en tanto derivarlo linealmente (por caso sostener que todo aquel que lee *Humor* es

antimenemista) sería desconocer el principio de la circulación discursiva establecido por Eliseo Verón: el sentido social es el desfasaje entre condiciones de producción y condiciones de reconocimiento (2004:125-127). Entre la generación de un texto –una revista- y su consumo, se abre un campo de efectos de lectura posibles, que no pueden ser determinados de antemano. El sentido es el resultado del proceso de circulación, de ningún modo puede precederlo.

Permítasenos una digresión al respecto. Dijimos *lector ideal*. Podríamos hablar también de lector presupuesto. Verón (1987) ha desarrollado, en este sentido, un análisis sobre la estructuración del discurso político. Dicho con brusquedad: en todo texto político hay inscriptos tres tipos de lectores: “*el destinatario positivo*” o “*predestinatario*” (donde el enunciador político reposa en una “*creencia presupuesta*”), “*el destinatario negativo*” o “*contradestinataro*” (cuyo principal esencia es invertir una creencia) y “*el paradestinataro*” (identificado habitualmente como *indeciso*). En este sentido, Verón sostiene que “*todo discurso político es un discurso de refuerzo respecto del predestinatario, de polémica respecto del contradestinataro, y de persuasión sólo en lo que concierne al paradestinataro*”.

Lo cierto es que refuerzo, polémica y persuasión se imbrican y copulan en los textos de *Humor*, lo que nos habilita a pensar que no es sólo a un grupo de convencidos a quienes los artículos de la revista están dirigidos. Digámoslo de esta manera: el antimenemismo era una fuerza que había que formar, que no se iba a consolidarse por generación espontánea. Como ha dicho el francés Herman Parret (1995:53): “*siempre que la verdad es objeto de comunicación hay persuasión de un lado y verdad fiduciaria del otro*. Para concluir: “*Tal como los relatos, los argumentos son una búsqueda de la victoria*”.

Entonces: la relación que suponemos entre *Humor* y el conjunto de sus lectores es un espacio compartido. Parret utiliza una figura plausible. Habla de “*los estados epistémicos*”, es decir, creencias, opciones, presunciones, convicciones, y también de “*motivos erotéticos*”, o sea, deseos. Queda delimitado, pues, un terreno de preocupaciones compartidas en el que pueden darse acuerdos y desacuerdos sin forzar la ruptura del contrato con el lector.

Y más allá, la batalla argumentativa. Es decir: la incertidumbre, porque si todas fueran certezas, entonces la argumentación se limitaría a un simulacro, cuyo pobre objetivo sería *hacer-como-que* hay algo en juego, como el partido que se juega previa coima al equipo contrario. En cambio, el espacio de incertidumbres obliga a dar batalla.

Si partimos de esta premisa, por tanto, podemos precisar el alcance de la representación que le asignamos a *Humor*: ellos *representan*, no en tanto han sido encargados, mediante delegación, de hablar *por*; ellos *representan* pues tienen el poder de la publicación de las percepciones sociales diseminadas y, como dijimos, de la

objetivación de lo que hasta ese momento permanece en estado implícito, invisible: mudo.

4. Fragmentos de un discurso antimnemista

Ya señalamos las precauciones que hay que asumir si se habla de *antimnemismo*. En este apartado intentaremos un diálogo entre un análisis general, como el que propone Marcos Novaro, y un análisis puntual, el nuestro sobre *Humor*. No sabemos si Novaro tomó en cuenta los discursos de la revista para elaborar su reflexión. Lo que podemos asegurar es hemos detectado gestos argumentales en *Humor* que se condicen con la descripción genérica hecha por Novaro sobre el antimnemismo. Como señalamos al comienzo de este trabajo, aquí nos detendremos sobre dos características de la oposición a Menem: el debate sobre la legitimidad de su gobierno, que derivó en un debate sobre los fundamentos del voto popular, y en la moralización de la política, que para Novaro (2004:217) fue una reacción especular a la caracterización que el antimnemismo hizo de un antagonista predilecto.

Sostiene el propio Novaro que la oposición a Menem afincó sus posiciones en el terreno moral e ideológico: el menemismo aparecía como una hipérbole de corrupción y neoliberalismo obsceno, salvaje (7). Ese rasgo de obscenidad supone que la consecuencia de los actos de gobierno debían ser transparentes para la ciudadanía: en el caso de *Humor* la contradicción entre lo que para los periodistas era evidente –el desastre al que llevaba el menemismo- y las victorias electorales consecutivas -1991, 1993, Reforma de la Constitución, y reelección en 1995- provocó reflexiones muy ilustrativas sobre cómo se piensa el funcionamiento democrático desde posiciones progresistas. En todo caso, es importante remarcar que el trasfondo de estas observaciones es que la democracia debe ser un régimen en cuya dinámica la producción del consenso sea transparente. (No ahondaremos en este punto: que baste con señalar que abre la puerta a un debate que todavía se sigue escamoteando en casi todos los niveles de la política, desde la nacional a la universitaria, tanto por parte de las fuerzas políticas de izquierda cuanto por las que no lo son. La complejización de las sociedades indica que esa *transparencia* es más bien una ilusión no asumida.)

Nuestra tesis es que *Humor*, en el curso de su argumentación, incurrió en lo que Antonio Gramsci, en sus escritos de la cárcel, denominó “*el error iluminista*” (1975) y que Pierre Bourdieu (1999) llamó la “*ilusión epistemocéntrica*”. *En ambos casos estamos frente a una crítica a la ausencia de reflexión sobre las implicancias que las condiciones que hacen posible una actividad tienen sobre la propia labor. En este caso, la actividad del intelectual, considerado como un profesional dotado de métodos de trabajo y formación específicos que deben ser entendidos por su incidencia sobre el propio pensamiento del intelectual. La capacidad del intelectual es una especialidad, dirá Gramsci, y no un dato del vulgar sentido común.*

Pero antes de proceder en la descripción de estas figuras en el caso de *Humor*, es necesario ubicar estos discursos (que ambos autores detectan en el pensamiento bien intencionado del *progresista*) en el marco preciso en que tanto Bourdieu como Gramsci lo delimitan: el de la labor intelectual. Porque nuestros periodistas son, sobre todo, intelectuales.

Y aquí abrimos un paréntesis textual. No parece ser una tarea simple la de definir los contornos de la figura del intelectual. Proponemos desistir de una definición normativa y asumir una postura de descripción genérica. Porque está en juego, tanto la definición de una tipología sociológica –producto de una división del trabajo social-, el peso del prestigio, del estatus que confiere a *una persona* la autoridad para hablar de algunas cuestiones con, precisamente, autoridad. En este sentido, *el intelectual* no es sino una institución social, un *lugar*, y no sólo una función.

Esto lo percibió Michel Foucault (1979:183-189) cuando analizó la “*muerte del gran escritor*”. Lo hizo en la década de 1970, y el francés decía: “*Vivimos actualmente la desaparición del “gran escrito”, es decir, del intelectual como portador de valores universales. En cambio, el intelectual que se va configurando “es más bien alguien que ocupa una posición específica –pero de una especificidad que está ligada a las funciones generales del dispositivo de verdad en una sociedad como la nuestra*”. Foucault hablaba de las políticas de la verdad, no como disputa por el descubrimiento de lo verdadero, sino en torno al estatuto de la verdad, de las reglas que controlan la producción de la verdad.

Creemos que el periodismo ocupa un rol específico aunque su saber no lo sea (al menos, no puede blandir frente a los agentes especializados –o expertos- más que su credencial de mediador). No es el físico nuclear – figura que Foucault destaca como encarnación de ese nuevo intelectual específico-, no participa en la legitimación de saberes científicos, aunque sí tiene potencia para hacer circular algunos de esos saberes que saltan el cerco académico tamizados por un lenguaje cuya pretensión primera y última es la escritura *blanca* (o el habla transparente). Es necesario considerar la participación del periodismo en las *políticas de la verdad* (o de las formas de la verdad) que dirimen las percepciones colectivas sobre lo social. Los medios de comunicación, y los periodistas claro, manejan dispositivos propios de producción de verdad, y tienen un poder de inmersión social muy vasto, del que carecen los intelectuales tradicionales. En el contrato que ambos deben resolver (el periodismo para valorizar la rigurosidad de su mirada; *el intelectual* para sostener el monopolio de la palabra especializada) pierde, al parecer, el último, que debe adaptarse a las condiciones impuestas por el dispositivo y los imperativos del primero.

Hemos dicho que los periodistas son intelectuales. Agregamos: los periodistas de *Humor* son intelectuales profesionales. Están formados en la academia, y ese no es

un dato menor: observado desde Bourdieu, esto implica una disposición, un habitus, una *razón práctica*. Gramsci fue muy sensible a este problema; advertía, en unas páginas dedicadas precisamente al periodismo en su rol de *organizador cultural*, sobre las implicancias de la formación intelectual en la mirada sobre lo social (1975:154): *Un error muy difundido consiste en pensar que cada estrato social forma su propia conciencia y su cultura del mismo modo, con los mismos métodos, es decir, con los métodos de los intelectuales de profesión.* El intelectual es un *profesional (skilled)* que conoce el funcionamiento de las propias *máquinas* especializadas; tiene su *tirocinio* y su *sistema Taylor*. Es pueril e ilusorio atribuir a todos los hombres esta capacidad adquirida y no innata, así como sería pueril creer que cada obrero puede hacer de maquinista ferroviario. Es también pueril pensar que *un concepto claro* oportunamente difundido se inserta en las diversas conciencias con los mismo efectos *organizadores* de claridad con que fue propagado; por eso aseveramos que este es un error *iluminista*. La capacidad del intelectual de profesión (...) es una *especialidad*, una *cualidad* y no un dato del vulgar *sentido común* (8).

Daniel Larriqueta (Humor 325) decía que el voto que los sectores más pobres habían depositado a favor de Menem en 1989 había sido una “*decisión moral y política*” y que la respuesta de Menem había sido “*un tino descomunal*”. ¿Por qué lo seguían votando entonces? El economista filo radical hablaba (Humor 342) del “*hechizo de la teología del ajuste*”. Enrique Kédinger (columnista económico, para quien el modelo se sostenía provisoriamente porque los perjudicados que votaban a quien los perjudicaba sobrevivían sumidos en *ficciones participativas*; Humor 436) se cansó, a lo largo de seis años, de subrayar que la estabilidad de Cavallo tenía corto alcance y que a la larga lo que sobrevendría sería pauperización económica y cultural (La Matanza era el espejo del país futuro, nos alertaba en “*Buenos Aires en el purgatorio*”, Humor 436) y sus consecuentes secuelas de conflictos sociales. Esto, en rigor, lo sostuvieron todos los periodistas de *Humor*. Vázquez (que en su momento había desarrollado la tesis del *masoquismo en el cuarto oscuro*), por otro lado, decía que hacía rato que en las sociedades de masas ni los políticos ni los curas ni los rabinos imponían temas de agenda pública. “*Hay un único lugar de realización común en las sociedades de masas: el televisor. La sociedad televidente votó el domingo 8 y por ser televidente y no participativa o lectora dejó de lado los antecedentes sobre corrupción del gobierno de Menem (...) y de tantos otros antecedentes que normalmente pesaría a la hora de tomar una decisión cívica como el destino del voto.*” Héctor Ruiz Núñez (que había rechazado por soberbia la tesis Vázquez) preguntaba si el electorado iba a votar con el bolsillo o con la moral. Decía que “*los pobres*” tenían miedo al recambio y por eso seguían eligiendo a Menem. Afirmaba, concluyente, que Argentina era un extraño país en el que la clase obrera era de derecha.

Ya no se trata sólo de Menem, de sus adláteres, de su gestión de gobierno, sino de las fuerzas sociales que lo sostienen, de la ciudadanía que lo votaba, y en especial sobre *los estratos populares*, que para los analistas de "*Humor*" seguían a Menem por tradición peronista, y a las capas medias-altas, beneficiarias circunstanciales del modelo. En este sentido, el corolario de las lecturas que hacen los analistas de *Humor* sugiere que, en el fondo, las razones de la continuidad del menemismo había que buscarlas en una *razón cínica* o en una *razón suicida* (9) o un *pragmatismo de corto alcance* (10), o, simplemente, en un *mero costumbrismo* temerario de los cambios agitados, todo bien amalgamado por la sordina o la deliberada voluntad de engaño de los medios de comunicación adictos al gobierno (11).

Proponemos, en todo caso, que se repare en los presupuestos implícitos en las afirmaciones: son esos presupuestos los que configuran los discursos que queremos exponer. Por caso, el *carácter moral* del voto, o su alternativa, *el pragmatismo* miope, o el peso omnímodo de la televisión ... Se trata de observaciones hechas desde *un* lugar preciso, cuyo común denominador son las evaluaciones sobre las *razones del voto*. ¿Qué elementos juzga un ciudadano como decisivos a la hora de votar? ¿Por qué alguien vota como lo hace? Cualquiera sea la respuesta a estos interrogantes, ella nos dará la pauta de un modelo de pensamiento de la política en democracia. En realidad, para despejar cualquier misterio: los modos en que los periodistas de *Humor* resolvieron esos interrogantes dan cuenta de la tradición de pensamiento político que heredan y reproducen. Genéricamente, esa tradición es derivada de la Ilustración del siglo XVIII y puede denominarse *liberalismo político*. Son demócratas argentinos que escriben en la posdictadura, agradecidos de las libertades democráticas pero desencantados con los resultados sociales del sistema.

Pero lo que nos interesa en el caso de *Humor* es cómo reproduce una de las facetas de ese liberalismo político, faceta que Bourdieu ha definido como "*ilusión epistemocéntrica*", que toma la forma de "*un universalismo intelectualista*", apuntalado por la buena "*conciencia democrática*" y por "*la creencia en los valores sagrados de la persona*". Bourdieu (1999:90-99) ha intentado desanudar las implicancias del "*moralismo como universalismo egoísta*", conjunto de profesiones de fe democráticas que, en el intento de exponer posiciones universales, lo que hacen es universalizar sus problemas particulares. El sociólogo francés está analizando lo que él denomina *la scholè*, o la doxa escolástica, propia de todos los campos del saber cuya condición de existencia es el privilegio del tiempo libre para el trabajo intelectual y que Bourdieu denomina "*el ocio estudiantil*". Y especialmente de una *disposición académica, científica* (12). Pero no parece desatinado intentar extenderla al análisis de nuestros analistas políticos que, como intelectuales, están "*dotados en cierta medida* (13) del privilegio del "*ocio estudiantil*".

A Bourdieu le interesan los discursos de buen talante democrático posibles de condensar en el modelo de la *“acción comunicativa”* de Habermas, y su presupuesto de que en el espacio público se genera una deliberación, libre y voluntaria, que conduce a un consenso racional. En rigor, el francés está discutiendo con lo que denomina *“la fórmula generadora del pensamiento político inscripto en el modelo de Habermas”*. Según dice, esa fórmula es la *doxa democrática*, *“que hace de la elección política un juicio, y un juicio puramente político (...) lo que equivale a suponer que todos los ciudadanos poseen en un mismo grado el dominio de los instrumentos de producción política”* (1999:94). Para Bourdieu, este modelo pasa por alto *“las condiciones de acceso a la esfera política, o más específicamente: el problema de las condiciones económicas y sociales de acceso a la opinión política en su definición legítima de discurso articulado y general sobre el mundo”*. Para Bourdieu, volver sobre esas condiciones es reconocerle a los desposeídos (objetos, finalmente, de ese discurso democrático) el hecho de su desposesión. Por el contrario, la *“ilusión intelectualista”* arraiga en *“la fe elitista en la opinión personal”* y sólo puede coexistir *“con la creencia en la universalidad del acceso al juicio ilustrado a costa de un colosal rechazo de las condiciones de acceso a esa opinión distintiva y distinguida”*. Uno de los efectos de esta visión, que reduce las relaciones de fuerza política a relaciones de comunicación, es el *repliegue de la política al terreno de la ética*. Y desde una ética -por cierto ponderable- hace profesión de fe universalista que, al fin y al cabo, es *“sólo fruto de la universalización (inconsciente) del caso particular, del privilegio constitutivo de la condición escolástica”*.

En este sentido, Marcos Novaro (2004: 219) ha señalado que mientras el menemismo fue una estrategia de construcción política con un débil sostén intelectual y de convicciones, en el caso del antimenemismo sucedió lo contrario: las estrategias que lo vertebraron pueden haber sido por largo tiempo fragmentarias e inconsistentes, pero se cimentaron en una amplia postura intelectual y en precisas definiciones estéticas, que proveyeron a aquellas una amplia gama de convicciones morales.

La lucha política como combate por la conservación o transformación de las categorías de percepción del mundo social: de esto venimos hablando. Y lo que queremos decir es que una de las batallas más fuertes en ese plano *Humor* la libró procurando moralizar la cuestión política, haciendo de la vida política una cuestión moral. Enrique Vázquez (*“Bolsa de valores”*, Humor 317) afirmaba que Vázquez que *“en Argentina más que una crisis de valores asistimos a la consagración de una serie de valores desvirtuados”*. Y *“agregaba: “Los valores impuestos por este modelo –político, económico, ideológico, cultural-, escribía Enrique Vázquez, desvirtúan la esencia y la razón de ser de las personas y las cosas”* (*“Bolsa de Valores”*, Humor 317). Valores sin virtud; virtud, como preocupación por el bien de todos; valores egoístas, entonces, culto al materialismo y al individualismo. Este, para *“Humor”*, fue un drama indisoluble del problema político que

implicaba el menemismo. En rigor, el menemismo se sostenía por el éxito de estos valores. Por eso, las prescripciones sobre la necesidad de una *eticidad* social, y más aún, la insistencia por definir a la cuestión social por su carácter moral fue la batalla que “*Humor*” compartió con el antimememismo, si por este asumimos la definición que nos ofrece Novaro.

Luego, *la doxa democrática, el error iluminista*, la conversión de aquel diagnóstico al estatus de criterio universal de evaluación de la política. “*Vivimos en otro país*”, titulaba Oscar Muiño (*Humor* 298) una nota luego de las elecciones legislativas nacionales de 1991, y sostenía que se había producido un cambio en el sentido histórico del voto de los argentinos: “*La gente –en particular la gente sencilla, a juzgar por los resultado de las villas y zonas pobres de todo el país- cree que el orden social vigente es inmodificable. Y no le parece mal. Es más: le parece justo*” (14).

Pero lo más interesante de la participación de “*Humor*” en la “*doxa democrática*” fue la paradoja en la que cayeron al afirmar (luego de haber señalado las variantes de *las razones* que guiaban el voto) que el menemismo triunfaba por efectos que mucho tenían de superchería. Vázquez habla del *éxito hipnótico del menemismo* (“*El menemismo real*”, *Humor* 305); Kédinger se pregunta: “*¿Se agota la magia Menem?*” (título de nota publicada en *Humor* 322); y Larriqueta intentaba explicar el triunfo de lo que denominaba como “*hechizo de la teología del ajuste*” (“*La teología del ajuste llega a los altares*”, *Humor* 342). Así, el electorado ya no vota con argumentos, deliberando, consensuando (es que incluso la razón cínica o el pragmatismo miope reclaman razonamiento e instrumental para elaborar un pensamiento político): vota y decide de modo casi supersticioso, movilizad por el tipo de creencia que reclama la magia o la brujería.

Allí pues en el fárrago de la historia reciente está el testimonio de “*Humor*”. No podemos decir que haya sido una tarea solitaria. En todo caso, como parte de ese conjunto de posiciones que definimos como antimememismo, “*Humor*” entre los años 1989 y 1995, luchó por alcanzar algo que no llegó (la derrota de Menem) y, al mismo tiempo, lanzó los anuncios de los escenarios malditos por venir, que finalmente llegaron. Un flaco aliciente para el derrotado ese privilegio de haber predicho con exactitud el horizonte que se avecinaba. Tan flaco como victoria pírrica. Pero no hubo victoria “*Humor*” (sin querer o queriendo, eso no importa) escribió la crónica de una derrota.

NOTAS

- (1) La revista *Humor Registrado* fue fundada en 1978 y se publicó hasta 1999. El corpus de este trabajo está compuesto por artículos análisis político, económico y cultural publicados entre 1989 y 1995. Cada vez que se cite un pasaje de algún artículo se indicará su autor, el título y el número de la edición en que fue publicado.
- (2) Probablemente la primera gran sorpresa que generó el menemismo fue la alianza tejida para promoverlo, la conjunción de *establishment* y *populacho*: esa fue la primera decolocación.

Al menos en el corto plazo, para el menemismo funcionó la eficacia política de la incoherencia; o mejor, como decía Gramsci (1975:146): *“no siempre son los movimientos más coherentes e intelectualmente ricos los que triunfan. Con frecuencia, un movimiento triunfa por su propia mediocridad y elasticidad lógica: todo puede ser, los compromisos más llamativos son posibles, y éstos justamente pueden ser razones de triunfo”*.

- (3) Pero en rigor no es culpa propia: es más bien, la sensación de que se ha hecho todo lo que estaba al alcance de la mano para advertir sobre los peligros del menemismo y sin embargo esos alertas no han sido atendidos.
Pero en rigor no es culpa propia: es más bien, la sensación de que se ha hecho todo lo que estaba al alcance de la mano para advertir sobre los peligros del menemismo y sin embargo esos alertas no han sido atendidos.
- (4) Podríamos decir: lo hizo con conciencia teórica.
- (5) Contrato de lectura, en el preciso sentido en que lo ha definido Eliseo Verón . *“La relación entre un soporte y su lectura reposa sobre lo que llamaremos el contrato de lectura. El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos “partes”, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato”* Verón, Eliseo (1985). *“El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media”*. En *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*. IREP, París, 1985. En www.hipersociologia.com
- (6) Sería por demás interesante hacer un seguimiento de las cartas de lectores. Encontraríamos muchas enviadas por personas que se reconocen *lectores de Humor* pero que escriben a propósito de algún desacuerdo con afirmaciones hechas por algún redactor de la revista.
- (7) Novaro (2004:218): *“Ella [la oposición a Menem] tomó aquello que en el menemismo era en última instancia instrumental, el discurso ideológico neoliberal, como la identidad de su enemigo, para llevar al paroxismo lo que era verdaderamente más esencial en la identidad de aquel: la exaltación de la voluntad y el mandato moral de “burlar el destino”*.
- (8) Subrayado del autor
- (9) En *“El presidente, el abogado, la mujer y el traficante”* (Humor 299), E. Vázquez critica a aquellos electores que *“prefieren perdonar conductas éticas reprochables con tal de preservar la estabilidad económica”* lograda sobre las penurias de los más pobres; *“el mandato electoral, agregaba Vázquez, se ejecuta así en contra de los intereses permanentes del elector”*, que entre lo correcto y lo conveniente elige lo segundo.
- (10) Enrique Kéding, en *“Buenos Aires en el purgatorio”*, Humor 436 se enojaba con la *“burguesía”*. *“Esa clase detesta al mismo personaje que los gronchos votan por hábito, y lo vota, detestándolo, porque les vendió una estabilidad rara: en 1991 no te servía si ganabas menos de \$3000 por mes; hoy no te sirve si ganás menos de \$5000.”*
- (11) En *“Con el bolsillo o con la moral”*, Héctor Ruiz Núñez afirmaba que el modelo neoliberal, tanto en el mundo como en Argentina, había sido *“un proyecto bien vendido”* por los medios de comunicación. En *“El cogobierno”* (Humor 311) Enrique Vazquez habla del *“vaciamiento informativo”* al que es sometida la población por la complicidad de parte de la prensa con el menemismo.
- (12) Bourdieu está estudiando al homo *“academicus”*, portador por antonomasia de la *“dóxa escolástica”*. La extensión del análisis a los periodistas de *Humor* está precavida de este hecho.
- (13) En cierta medida, es decir, en la medida en que, como bien ha señalado Patrick Champagne (1998:248): *“el periodismo es una actividad intelectual muy particular que solo puede existir y durar con la condición de ser económicamente rentable en el corto plazo...”*.
- (14) Y luego, sobre el final de la nota, Muiño se tomaba de la mano con Vázquez y su tesis del masoquismo electoral: *“La solidaridad y las ideas han quedado enmohecidas, olvidadas, en el ático de las antiguallas. Un modelo duro, basado en lograr la confianza de los poderosos merced al desarme de los humildes, acaba de ser plebiscitado por sus presuntas víctimas”*.

Bibliografía

-Bourdieu, Pierre (1990). *“Sociología y Cultura”*. Grijalbo, México DF.

- Bourdieu, Pierre (1997). *Razones Prácticas*, Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre (1999) "*Meditaciones Pascalianas*.Anagrama", Barcelona.
- Gauthier, Gosselin y Mouchon (comps) (1998). "*Comunicación y política*". Editorial Gedisa. Barcelona.
- González, Horacio (1995). "*La realidad satírica. Doce hipótesis sobre Página/12*". Editorial Colihue. Buenos Aires.
- Gramsci, Antonio (1975). "*Los intelectuales y la organización de la cultura*". José Pablos Editor, México.
- Novaro, Marcos (2004): "*Menemismo, pragmatismo y romanticismo*", en Novaro, Marcos-Palermo, Vicente (comps.): *La historia reciente. Argentina en democracia*. Edhasa, Buenos Aires.
- Parret, Herman (1995). "*De la semiótica a la estética: enunciación, sensación, pasiones*". Edicial, Buenos Aires.
- Verón, Eliseo (1985). "*El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*", en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*", IREP, París, 1985. En www.hipersociologia.com
- Verón, Eliseo (1987). "*La palabra adversativa*" en *El discurso político. Lenguajes y Acontecimientos*. Ed. Edicial. Buenos Aires.
- Verón, Eliseo (2004). "*La semiosis social*". Editorial Gedisa. México.

Recibido: 20 de mayo de 2007.

Aprobado: 15 de julio de 2007.

Para citar este artículo

Fernández, Mariano. "Fragmentos del antimememismo. Consenso social y moralización de la política en la revista *Humor* durante la primera presidencia de Menem" en *Cuadernos de H Ideas* [En línea], vol. 1, nº 1, diciembre 2007, consultado...; URL: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/1367>