

EL PIQUETE EN SUS INICIOS: UNA REFLEXIÓN EN TORNO A LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA DEL FENÓMENO

Daniel Arturo Herrera y Hugo Ignacio Pizarro
Universidad Nacional de Córdoba / CONICET (Argentina)
herrera_daniel_@hotmail.com / hugo_pizarro@hotmail.com

Resumen

El presente trabajo se inicia con una caracterización de la herramienta de lucha piquete en sus comienzos bajo los diversos enfoques de estudio de la protesta social, seguida de una contextualización de las condiciones económicas, sociales y políticas que en la Argentina de la década del 90 vieron emerger esta modalidad de acción. En una posterior instancia, bajo la utilización de algunas categorías teóricas provenientes del campo de la comunicación, se pretende reflexionar acerca de las implicancias comunicativas que tuvo el fenómeno, entendiendo al mismo en ese entonces como un mensaje novedoso reproducido por los medios masivos de comunicación con efectos y funciones sociales en la opinión pública.

Palabras clave: Piquete – protesta social – Argentina – medios de comunicación – funciones y efectos – agenda mediática

Introducción

Entre los meses de abril y junio de 1997, cortes de ruta en demanda de puestos de trabajo se multiplican a lo largo y ancho de Argentina. Durante abril, las ciudades de Cutral-Co y Plaza Huincul, en la provincia de Neuquén, son interrumpidas en sus accesos por manifestantes con el objetivo de reclamar ante las autoridades provinciales la situación de creciente desempleo y marginación, como consecuencia del cierre de la petrolera estatal YPF. Al mes siguiente, la provincia de Jujuy será escenario de 21 barricadas en rutas provinciales, como resultado de la movilización de gremios y organizaciones de desocupados.

Los sucesos, teñidos de dramatismo, serán emulados en otras localidades iniciando un nuevo ciclo de protesta social, alejada de las formas tradicionales de movilización. El periodismo reflejará esta forma novedosa de acción, la cual ilustrará una situación aun más profunda: poblaciones sumidas en la más absoluta miseria. La demanda por inclusión y las imágenes de descontento recorrerán las pantallas televisivas, quienes haciendo eco de esta inusual metodología darán entidad a quienes la practican.

El presente trabajo está basado en la revisión bibliográfica de estudios precedentes en torno a la herramienta de lucha "piquete". Nuestra intención es la de exponer algunas definiciones de esta acción colectiva; y a su vez entenderla en relación con ciertos conceptos provenientes del estudio de los movimientos sociales. Posteriormente valiéndonos de algunos aportes teóricos provenientes del campo de la comunicación, reflexionaremos acerca del fenómeno en cuestión. Nuestra interpretación tendrá como objetivo la determinación en ese momento inicial del contenido del mensaje piquete, teniendo en cuenta al mismo como un hecho reproducido por los medios masivos de comunicación, y por lo tanto con diferentes y variadas modalidades de recepción. Con el fin de llevar a cabo una caracterización acabada, hemos procedido a analizar el piquete en esa instancia original, entendiendo que las motivaciones, condiciones de producción y reconocimiento, efectos y funciones de la protesta mediática en aquel entonces se diferencia claramente del periodo actual.

1. El piquete como novedad en la protesta social

La problemática de la protesta social es abordada bajo la óptica de las formas de acción colectiva: su desempeño y resultado están estrechamente relacionados con las oportunidades reales de obtención de soluciones, el comportamiento coyuntural del sistema político y la tolerancia del conjunto de la sociedad frente a este tipo de manifestaciones en un momento y situación dada. Los expertos en movimientos sociales destacan a la hora de analizar el surgimiento y desarrollo de los movimientos sociales, tres grupos de factores 1) estructura de oportunidades políticas 2) formas de organización a disposición de los contestatarios 3) procesos colectivos de

interpretación, atribución y construcción social (D.Mc Adam, J.Mc Carthy y M.N.Zald; 1999). En "¿Qué queda del movimiento obrero?: Las formas del reclamo laboral en la nueva democracia argentina", Marina Farinetti retrata las distintas herramientas de lucha empleadas desde el retorno democrático haciendo énfasis en nuevas modalidades de acción. Para la autora, la protesta es entendida como la manifestación colectiva de carácter público, directo y discontinuo que expresa desacuerdo y reclama solución frente a un cierto estado de cosas. La misma obtiene carácter público al hacerse visible frente al conjunto de la sociedad civil y/o las autoridades políticas en reclamo o situación percibida como problema social por los actores protagonistas. Su carácter directo se produce al expresarse mediante algún tipo de acción que implica interrumpir la actividad cotidiana o habitual de los participantes o del funcionamiento normal de la vida pública. Farinetti también considera el carácter discontinuo en el tiempo al tratarse de una acción episódica, aunque pueda tratarse de una lucha más amplia y permanente. Bajo esta consideración, el corte de ruta emprende una modalidad de protesta, alejado de las formas tradicionales de reclamo sindical, como el caso de la huelga o la movilización callejera. La forma de expresión es la obstrucción de rutas, impidiendo la circulación de personas y bienes con barricadas y fogatas; sus protagonistas usan su rostro cubierto. Dentro del lenguaje de la protesta, el objetivo es llamar la atención del Estado nacional y de aquellas instancias competentes para dar solución a sus reclamos, comprometiendo uno de los atributos básicos, como se trata del territorio (Farinetti, 1999).

Javier Auyero da cuenta de estas transformaciones en "Los cambios en el repertorio de la protesta social en la Argentina", donde refiere a la modalidad crecientemente normativa en la lucha colectiva: las huelgas en las fábricas dejan su espacio como forma predominante de acción a los cortes de ruta nacionales y provinciales. Durante el correr de pocos meses durante 1997, la forma de expresión es aprendida y adoptada en todo el país. (Auyero, 2002). McAdams y McCarthy añaden al respecto que el surgimiento de movimientos sociales concretos se da sobre la base de los cambios en la estructura institucional o en las relaciones informales de poder de un sistema político nacional dado. Los movimientos sociales y las revoluciones adoptan una forma u otra, dependiendo de la amplia gama de oportunidades y construcciones políticas propias del contexto nacional en el que se inscriben.

Retomando a Marina Farinetti, fue la prensa quien en un primer momento utilizó el vocablo "piquetero" para retratar a quienes estaban al frente de estas puebladas. El problema para identificar a estos actores se originó cuando los medios de comunicación, las autoridades e incluso los mismos manifestantes se encontraban con la dificultad de denominarse, dado las condiciones novedosas en que se enmarcaba la protesta y ciertamente la procedencia plural en términos de clase de quienes manifestaban. Farinetti añade que el corte de ruta no era para nada inédito, sin embargo en las condiciones en que se actualizó, por actores imprevistos, lo diferenció de su carácter tradicional. De ahí que se emplee el término "piquete" para identificar concretamente al fenómeno en cuestión.

2. Las condiciones de producción del piquete

Estas nuevas formas de beligerancia popular tienen su origen según Auyero en tres procesos: por un lado la 1) desproletarización, 2) la retirada del Estado en su función proveedora de bienestar y 3) la descentralización de los servicios educativos y de salud. El aumento de la desocupación como resultado de la desindustrialización del país, la privatización de las empresas estatales y su reducción de personal en comunidades cuya existencia estaba ligada a la presencia de estos núcleos productivos, como las mencionadas Plaza Huincul y Cutral-Co, fueron el caldo de cultivo para el estallido de vastos sectores de población, sumergidos en la falta de trabajo. (Auyero, 2002). Farinetti añade que en el plano económico, la década del 90 es escenario del reemplazo del anterior modelo intervencionista por un modelo de apertura y desregulación del mercado interno. Las movilizaciones se presentan en este contexto de reforma económica llevado adelante por el gobierno de Carlos Menem. Los "estallidos" aparecen ligados a los procesos de ajuste emprendidos por los gobiernos provinciales a instancias de la política de transformación estructural impulsada desde el gobierno central. La política refiere al conjunto de estrategias establecidas en el Plan de Convertibilidad (Farinetti, 1999).

A su vez, Auyero suma a este planteo el proceso de constante degradación del sistema público de educación, salud y vivienda destinados a sectores de bajos ingresos. La privatización de empresas estatales es un aspecto de la retirada del estado en sus funciones básicas con un importante impacto en los niveles de empleo (Auyero, 2002). La desproletarización que menciona Auyero se inserta dentro del carácter novedoso de quienes efectúan estas

formas de lucha: no se trata de trabajadores en relación de dependencia, más bien son desempleados, despojados de formas de representación tradicional y por ende de herramientas clásicas de interpelación por reivindicación salarial. Su demanda será la inclusión, el sistema económico que le había conferido identidad a esas comunidades a raíz del cual se habían desarrollado durante décadas, en pocos años se había esfumado. El nuevo accionar se verá ubicado al calor de transformaciones económicas que ya demostraban para ese tiempo signos de debilidad y sobretodo de notables consecuencias para el tejido social. La problemática del desempleo será el puntapié para posteriores manifestaciones y consignas de similar contenido.

3. Los medios de comunicación y los mensajes funcionales / disfuncionales

Ahora procederemos a esbozar un mapa con algunas conceptualizaciones teóricas provenientes del campo de la comunicación con el que posteriormente relacionaremos al piquete. La capacidad que tienen los medios de comunicación de masas para llegar a grandes públicos y ejercer un efecto sobre ellos, ha sido desde siempre tema de investigación. Lazarsfeld y Merton en "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada" exponen la preocupación por los efectos de los mass media, en particular la creencia de que la exposición constante puede moldear opiniones políticas e influenciar cosmovisiones de la realidad (Lazarsfeld y Merton; 1982). Maxwell McCombs completa este pensamiento al afirmar que las noticias influyen en las facetas de la vida cotidiana, los sentimientos generales de bienestar o inseguridad o el enfoque de la atención hacia el mundo más allá de la experiencia inmediata y las preocupaciones sobre los temas del día. Un dictamen de noticias puede transformar el comportamiento de manera inmediata cambiando el curso de lo que considerábamos cierto. Los medios pueden definir nuestro mundo, no solamente el mundo de la política (McCombs, 1996).

La tradición investigadora en comunicación de Estados Unidos, tal como da cuenta Luis Ramiro Beltrán en "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina", está orientada hacia la búsqueda de efectos y funciones en los mensajes de los medios de comunicación. Asentada en una concepción de ciencia social para el ajuste y la conformidad más que para el cambio social; los medios ayudarían al sistema a lograr "normalidad" y evitar comportamientos "desviados". Algunas de las principales funciones de la comunicación de masas en una sociedad serían la vigilancia del medio ambiente y la cohesión social. El mensaje funcional contribuiría a la adaptación o ajuste del sistema social. Por oposición, "disfuncional" refiere a cualquier circunstancia que conduce a la ruptura del mismo. La hipótesis que descansa en lo profundo de estas nociones es la de una sociedad que naturalmente debe conducir a un equilibrio.

Sería una necesidad sistémica la de volver a la normalidad, y los medios de comunicación jugarían un rol importante en esto: neutralizando posibles picos de tensión (Beltrán, 1976).

4. El piquete como mensaje mediático y sus efectos manifiestos y latentes

Ahora bien, bajo estas categorías teóricas, ¿cómo podemos considerar al "piquete"? ¿Qué efectos y funciones poseen? ¿Dentro de qué lógica mediática se insertan? ¿Las motivaciones en torno a la protesta también tienen implicancias y relación con el juego mediático?

Corresponde identificar en primer lugar el mensaje manifiesto del piquete. A simple vista, el piquete fue en aquel entonces un corte de ruta espontáneo protagonizado por un grupo de manifestantes cuyo objetivo era el de reclamar posibilidades reales de reinserción laboral. Retomando a Luis Ramiro Beltrán, en su crítica a la investigación en comunicación norteamericana, sostiene que el enfoque de contenido no consideró factores tales como los significados "latentes" de los mensajes de los medios masivos. El interés de los estudiosos de la comunicación, críticos de esta perspectiva, debería estar orientado según Beltrán a determinar las ideologías, verdaderas intenciones e intereses detrás del contenido manifiesto "a simple vista" de los mensajes mediáticos, si son tenidos en cuenta como expresiones de los intereses pro statu quo en la estructura de poder dominante (Beltrán, 1976). Si el mensaje manifiesto del hecho noticioso mediático era un corte de ruta, ¿qué esconde por detrás? Bajo nuestro criterio, el eje central era transmitir a la opinión pública una situación de disconformidad, dar cuenta en ese momento, del cierre de numerosas industrias y la consecuente pérdida de puestos de trabajo. Maristella Svampa recoge otra posible interpretación del contenido latente del piquete en tanto fijó una dimensión cruda de los conflictos sociales, colocando las condiciones de vida material en primer lugar: el caudal disruptivo del piquete proviene entonces de esa interpelación radical, el reclamo de una situación límite y de urgencia envuelta en la problemática del desempleo y el hambre. (Svampa, 2004).

La intencionalidad de la protesta también otorga visibilidad a los manifestantes, quienes se encuentran excluidos y considerados marginales del sistema, y que no ven efectivas las formas tradicionales de reclamo. Ligado a este razonamiento, Farinetti aclara que un rasgo destacable de estos piquetes fue la presencia de los medios (de la televisión principalmente) bienvenidos por los propios participantes. La presentación mediática de los manifestantes, fue potenciada por el efecto simbólico de cortar la circulación de personas y mercancías dentro del territorio nacional, concitando la atención de las autoridades y población en general. La red mediática fue a su vez, espacio de reconocimiento entre los distintos focos de protesta (Farinetti, 1999). Volviendo a McAdams y McCarthy, al retratar el enmarcado comunicativo que tienen las acciones colectivas, consideran que el uso continuado del simbolismo evocador contribuye a la construcción de identidades colectivas. Los movimientos se comunican con un público amplio a través de los medios de comunicación y usan símbolos espectaculares. Los autores comprenden que los medios de comunicación se convierten en un recurso externo de los movimientos suministrando un vehículo difuso para la formación de consenso que los movimientos jamás lograrían por sí mismo (McAdams, McCarthy, 1999).

A nivel más profundo, ¿qué generó este mensaje? Claramente fue un llamado de atención a la opinión pública de un modelo económico que mostraba signos de debilidad y exclusión social. Para el gobierno entonces de Carlos Menem, ver reproducida esa imagen significó un revés para un proyecto socioeconómico que se mostraba como único y triunfalista, y fue el comienzo de un clima de deslegitimación. Los cortes de ruta escenificaron el abandono por parte del Estado sufrido por comunidades que sentían derecho a formar parte del mismo.

Dentro del planteo mensajes funcional-disfuncional el piquete claramente puede considerarse como un mensaje disfuncional, imprevisto, disruptor dentro de la normalidad del sistema social. Los sectores disruptores buscaron tomar protagonismo desafiando la normatividad e implementando una herramienta que perjudica el libre desenvolvimiento del tránsito.

5. Las funciones sociales del piquete en los medios y su carácter de novedad

Lazarsfeld y Merton desarrollan una serie de funciones sociales que desempeñan los mass media: la función otorgadora de estatus, la misma refiere a que los medios confieren categoría, a cuestiones públicas, personas, organizaciones y movimientos sociales: el prestigio social de personas aumenta cuando estas exigen una atención favorable en los mass-media. La legitimación de estatus está vinculada con la importancia que supone haber sido destacado entre grandes masas anónimas: la conducta y su opinión son suficientemente significativas como para requerir atención pública. El mensaje piquete y su éxito, tiene gran relación con el efecto mediático que genera: probablemente si no hubiese tenido la magnitud noticiosa que logró, probablemente no hubiese trascendido. Al aparecer en los mass media, le confirió legitimidad a la protesta e incluso una suerte de estatus. McAdams y McCarthy agregan a esto que la cobertura de los medios ayuda a los movimientos a conservar sus apoyos reforzando el sentimiento de estatus de sus miembros y manteniendo a sus seguidores al corriente de sus actividades (McAdams; McCarthy, 1999).

Por el lado del descubrimiento de que la audiencia también conoce de la importancia de los temas tratados en las noticias, Maxwell McCombs da cuenta de la capacidad de los mass media de estructurar y organizar el mundo percibido a través de las noticias. Esta cualidad de saber privilegiar los contenidos de la actualidad ha sido denominada como la función de comunicación agenda setting. Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad. A través de esta práctica diaria de estructuración de la realidad social y política, los medios informativos influyen en el agenda-setting de los asuntos sociales alrededor de los cuales se organizan los imaginarios. ¿Qué hubiera sucedido si los piquetes no hubiesen sido considerados de relevancia para la agenda de los medios? ¿Hubieran tenido tal impacto en la opinión pública, al considerarlos relevantes o no?

La inclusión de la temática en la agenda noticiosa del país contribuyó en términos de Daniel Saur a la construcción de un mapa imaginario del reclamo del país (Saur, 2002).

Tras el surgimiento del piquete como nueva forma de protesta, es importante destacar cómo los medios toman el carácter de lo novedoso de esta acción (uno de los requisitos de lo noticiable es el carácter inédito del acontecimiento) para que la temática sea incluida en su agenda y de esta manera tome visibilidad pública. Estas nuevas formas de expresarse son mostradas por los medios como formas alternativas de protesta que no se condicen con las formas institucionalizadas de reclamo. Los teóricos de la comunicación Grasso y Rodríguez

exponen determinadas pautas de noticiabilidad que deben cumplirse para que el hecho sea considerado de relevancia: dichos criterios de noticiabilidad se basan en la importancia y el interés que puede despertar en la opinión pública un determinado fenómeno. Siguiendo esta noción, la valoración de las noticias está supeditada como entre otras cosas a los siguientes ítems: 1- el grado o nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable 2- el impacto de la noticia sobre el interés nacional (significatividad y proximidad) 3- cantidad de personas implicadas en el acontecimiento 4- el carácter novedoso de los acontecimientos (Grasso y Rodríguez, 2005). Dibujando un mapa de significatividad, tomaron la protesta como un signo de descontento hacia el gobierno. Sin embargo, cuando el hecho se convierte en rutina, los medios pierden interés en el acontecimiento, incluso su enfoque y tratamiento puede variar.

6. Conclusiones

Por medio de este trabajo intentamos hacer una aproximación a los alcances y repercusiones en términos comunicacionales que tuvo el piquete en sus inicios. La herramienta significó en aquellos años un llamado de atención sobre las decrecientes condiciones de vida de amplios sectores de la población, pautas de debilidad sobre un modelo económico y también un sentimiento por parte de algunos actores de debilidad o agotamiento acerca de formas clásicas de interpelación y manifestación hacia el Estado. Los medios de comunicación tuvieron gran relevancia en el éxito del piquete: lo reconocieron, lo legitimaron, lo presentaron al país y hacia al mundo, generaron un efecto de contagio hacia otros actores que en poco tiempo adoptaron igual metodología. Incluso el periodismo le otorgó un nombre, e identidad a quienes lo practicaban. El corte de ruta de ahora habría de asociarse con el término "piquete".

Es claro el rol de los medios de comunicación en cuanto a su capacidad de moldear opiniones, como así también de insertar intencionalmente determinadas cosmovisiones que pueden legitimar o deslegitimar una acción colectiva, o incluso a un Gobierno. Las imágenes de choque del piquete, entendiendo a los medios bajo una lógica comercial y de la noticia como mercancía, probablemente hayan tenido en sus inicios una fuerza que les haya sido redituable. Como se refieren McAdams y McCarthy, la tendencia de los medios a centrar su interés en lo que es noticia refuerza el interés de los mismos en los movimientos sociales cuando se produce el paso de la disrupción a la violencia.

Si bien se indicó en un principio, al tratarse este de un ensayo breve, se decidió realizar un recorte temporal y referirse al tratamiento mediático del piquete en sus inicios, podemos reflexionar acotadamente en algunas líneas como se ha visto modificado la repercusión de la protesta. Con el correr de los años, la repetición, profesionalización de la práctica independientemente de los reclamos y lugares de origen y su traslado de las periferias a las grandes urbes por otros actores con diferentes motivaciones, han conllevado a una suerte de deslegitimación del piquete como herramienta de lucha. La sucesión de gobiernos de distinto signo político y con diversas posiciones de permisividad y tolerancia frente a la práctica como así mismo una sociedad que comenzó a considerar a la acción como un obstáculo vehicular para el desarrollo normal de la vida cotidiana conllevó asimismo a un decrecimiento en el apoyo que en un principio se había manifestado.

Y así sucedió también en su lugar en la agenda de los medios: cuando perdió el carácter novedoso, al producirse acostumbramiento, el piquete perdió fuerzas y así su tratamiento mediático giró gravitativamente hacia ser considerado una molestia. Lo que en un principio implicó comunicar en primera plana una dimensión de hambre y miseria en la periferia del país, con el paso de los años, los medios terminaron ubicándola en espacios de menor relevancia en su agenda asociándola más con una posición de caos en el tránsito y el entorpecimiento de la vida social urbana.

Bibliografía

- AUYERO, Javier: "Los cambios en el repertorio de la protesta social en la Argentina" Desarrollo Económico, Revista de Ciencias Sociales. Vol. 42, n° 166, julio-septiembre 2002 (pp. 187-210).
- BELTRAN, LUIS RAMIRO: "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina", en Comunicación y Desarrollo de Communication Research: An International Quarterly, vol III, N° 2, abril 1976. Versión castellana. Revista Orbita, N° 22, Caracas, julio 1978.
- FARINETTI, MARINA "¿Qué queda del movimiento obrero? Las formas del reclamo laboral en la nueva democracia

argentina". Trabajo y sociedad, n° 1, Vol. 1, junio-septiembre 1999, Santiago del Estero, Argentina.

GRASSO, MAURICIO y RODRÍGUEZ, NORMA en Cáp. 3: *Agenda Setting y el newsmaking* en manual de cátedra *Teorías de la Comunicación* de la carrera Relaciones Públicas, Universidad Nacional de Córdoba (2005).

LAZARSELD, PAUL FELIX y MERTON, ROBERT KING en *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada* Pág. 29, 30 (1982).

MC ADAM, J.MC CARTHY Y M.N.ZALD, "Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva sintética y comparada de los movimientos sociales", en *Movimientos Sociales: perspectivas comparadas*, McAdam, McCarthy y Zald (comp.), Madrid, Istmo, 1999, pp. 21-46.

MCCOMBS, MAXWELL en *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*. Pág. 16-17 MCombs, M. "Influencia de las noticias sobre las imágenes del mundo" en Bryant, J. Et al. (1996), op. cit.

SAUR, DANIEL, Ponencia *Apuntes sobre piqueteros. El parto mediático de un nuevo actor*. IV Congreso de RedCom Escuela Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Julio de 2002.

SVAMPA, MARISTELLA, *Las dimensiones de la experiencia piquetera: Tensiones y marcos comunes en la organización y movilización de desocupados en Argentina* publicado en REVUE DU TIERS MONDE, Paris, Francia, abril/junio 2004. Una versión en castellano fue publicada en la revista TRAYECTORIAS, nro. 16, Revista de Ciencias sociales, Universidad Autónoma de Nuevo León, Año VI, septiembre-diciembre de 2004.

SVAMPA, MARISTELLA, *La política de los movimientos piqueteros* Publicada en la Revista da Sociedade Brasileira de Economía Política, Río de Janeiro, Brasil, nro. 15, dezembro de 2004 y en el libro *Tomar la palabra*, de F. Schuster et al., Buenos Aires, Prometeo, 2006.