

“El otro” construido en el correo de lectores de La Nación

Mauro Basiuk

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

maurosergio2297@yahoo.com.ar

Resumen

A diez años del conflicto que enfrentó al Gobierno Nacional con las entidades agropecuarias reunidas en la Mesa de Enlace, retomar las conclusiones derivadas del análisis del Correo de Lectores del Diario *La Nación* sirve para entender cómo se instalaron sentidos y significancias que posibilitaron el triunfo de la Alianza Cambiemos en 2015 y que sostienen el apoyo de su gestión en el ejercicio del Poder Ejecutivo.

En aquel entonces, al discutirse la aplicación del régimen de retenciones móviles para los granos exportables, el Correo de Lectores de *La Nación* puso en escena, a través de textos, manifestaciones directas que el medio apropiaba en un vínculo que legitimaba al lector en ejercicio de su palabra y al diario como respetuoso del contrato de lectura por el cual respondía a sus deberes y obligaciones.

Palabras clave: La Nación – lectura – medios - discurso

Resumo

Após dez anos do conflito que colocou ao governo nacional contra as entidades agropecuárias reunidas na Mesa de Enlace, é útil retomar as conclusões derivadas da análise do Correio de Leitores do jornal *La Nación*. Isto serve para compreender como é que foram introduzido os sentidos e significados que levaram ao triunfo da aliança “Cambiemos” em 2015 e que, atualmente, mantém o apoio a gestão deles no Poder Executivo.

Em aquele momento, quando se pensava na aplicação do regime de retenções móveis para os grãos exportáveis, o Correio de Leitores colocou, através de textos, manifestações diretas que o meio de comunicação se apropriava gerando um vínculo que legitimava a liberdade de expressão do leitor e ao jornal como respeitoso do contrato de leitura pelo qual ele dava conta dos seus deveres e obrigações.



Introducción

Al cumplirse diez años del conflicto desatado por el intento de aplicación de la Resolución 125 que intentó fijar retenciones móviles a las exportaciones de trigo, maíz y soja, el presente artículo rescata las conclusiones obtenidas en mi Tesis de Grado para la Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Nacional de La Plata, presentada en 2014. La misma estaba basada en el análisis del Correo de Lectores del Diario *La Nación* y tuvo como objeto demostrar la construcción de un otro social a partir de la voz presente en las cartas de los lectores del medio, para lo cual se valió de herramientas vinculadas a la teoría política y a la lingüística, siendo la noción de contrato de lectura, el punto de anclaje entre ambas dimensiones de estudio.

La elección del medio no fue azarosa, ya que, en marzo de 2008, al momento de comenzar el conflicto, el diario fundado por Bartolomé Mitre en 1862, era socio con el diario *Clarín* de la muestra a campo abierto Expoagro¹ y ambos instalaron *El paro del campo* como cintillo en sus coberturas mediáticas para totalizar la acción de las cuatro entidades agropecuarias agrupadas en la Mesa de Enlace. “Los medios de comunicación jugaron un notable papel en la nacionalización del conflicto y en la instalación pública de una dirigencia rural hasta ese momento casi desconocida para la sociedad” (Barsky y Dávila, 2008, p. 7), cumpliendo una función clave en la intensificación del conflicto y en el fortalecimiento de la idea de confluencia entre la Sociedad Rural Argentina (SRA), Confederaciones Rurales Argentinas (CRA), Federación Agraria Argentina (FAA) y la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Cooperativa Limitada (CONINAGRO), entidades con diferencias constitutivas y en sus modos de establecer relación con el Poder Ejecutivo.

Realizada esta distinción de actores al momento de iniciar el análisis, se tomó como referencia la imagen del lector, entendida como un sujeto activo en la interpretación y generación de mensajes. Si bien la lectura es una labor solitaria, constituye un acto dinámico que se retroalimenta de forma constante, permitiendo todo tipo de intertextualidades y de conexiones amparadas por la inquietud de ese lector. La vocación por ser parte de un diálogo real o ficticio propuesto por los medios de comunicación siempre existió, la tradición de referirse a los responsables de un medio gráfico, representada por el *Señor Director* que encabeza las cartas de los lectores de *La Nación*, se remonta a mediados del siglo XIX. En ese momento, se

1 Según consta en la edición impresa de LA NACION del 09 de marzo de 2008, ese año Expoagro, en su segunda edición, había recibido a 202.498 personas en cuatro días y las operaciones comerciales rondaron los 170 millones de dólares. Es decir, un 21 por ciento más que en 2007.

encuentran vestigios de cartas, publicadas en la primera página o en la portada del periódico, muy cerca del nombre de la cabecera. Las cartas destinadas al director, bajo la forma de *correspondencias* o *solicitudes*, eran definidas como

misivas en las que los lectores escribían prosas reflexivas y cuidadas que podían disentir con la opinión del periódico, pero generalmente con argumentos políticamente correctos y, siempre, firmando la nota con nombre y apellido, como quién está dispuesto a hacerse cargo de lo dicho hasta las últimas consecuencias (Quiroga, 2008).

En 2008, el espacio destinado a las cartas de lectores en *La Nación* se ubicaba en tres columnas situadas a la izquierda de las editoriales que sentaban la posición diaria del medio. En ese contexto, las cartas funcionaban “como editoriales personales, que en su conjunto representan el estado de ánimo colectivo”². Estas palabras del director del medio, Bartolomé Mitre, sirven para reflejar el espíritu del espacio desde la perspectiva de sus realizadores, a modo de una tribuna con nombres y apellidos, muestreo de una comunidad o colectivo que tiende a reflejar a quienes leen el diario habitualmente, a partir de la puesta en escena de ciertas recurrencias o valores que generalmente obedecen a la línea editorial del medio³. Las cartas reflejan opiniones; son voces, testimonios de vivencias que contradicen, sostienen o refuerzan el discurso predominante en el medio gráfico.

El contrato de lectura como nexo

Es entre el medio gráfico y sus lectores que predomina la idea de “contrato de lectura”, la cual estima que, “en tanto que los soportes y los lectores sean conocidos como dos realidades separadas, este problema no puede ser abordado de un modo satisfactorio; hay que comprender su relación, y ésta no es otra cosa que la lectura”⁴ (Verón, 1987). En el caso de las comunicaciones de masas, es el medio el que propone el contrato y su éxito reposa en tres capacidades: la de proponer un contrato que se articule correctamente a las expectativas, motivaciones,

² En *La Nación, testimonio de tres siglos*. Libro editado por el medio con motivo de los 135 años de su fundación, el 04 de enero de 2005.

³ En ocasión de presentar *Señor Director*, el libro que reúne las cartas publicadas durante 1997, el director de *La Nación* Bartolomé Mitre usó la palabra *comunidad* para referirse al diario y sus lectores: “cotidianamente los roles se invierten y los que leen pasan a ser los que escriben y los que escriben pasan a ser los que leen”. Se logra, así, “la profundidad de los lazos sobre los cuales se sustenta esa nutrida y entrañable comunidad de personas que produce diariamente *La Nación*” (<http://www.lanacion.com.ar/94746-los-lectores-de-la-nacion-escribieron-su-libro-propio>).

⁴ *El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, IREP, París, en “*Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*” (http://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf).

intereses y a los contenidos del imaginario de lo decible visual; la de hacer evolucionar su contrato de lectura de modo de “seguir” la evolución socio-cultural de los lectores preservando el nexo, y la de modificar su contrato de lectura si la situación lo exige, haciéndolo de una manera coherente (Verón, 1987). El sostén para esta idea es el que brinda, desde la Lingüística, la Teoría de la Enunciación, al establecer una cierta imagen del enunciador, como construcción discursiva a cargo de un punto de vista, junto a una cierta imagen de a quién se habla, el destinatario, generando un nexo entre esos “lugares” distantes.

Para el estudio de este contrato hay que considerar todos los aspectos de la construcción de un soporte de prensa para evidenciar cómo se genera el nexo con el lector. Así, la idea engloba “la forma en que el texto programa su recepción a través de las convenciones del género y del lugar institucional en que se sitúa” (Calsamiglia y Tusón, 1999, p. 73). A esta definición, Umberto Eco suma cuatro competencias ideales del lector en ese ejercicio: a) el conocimiento de un diccionario de base y de reglas de co-referencia, b) la capacidad de captar las selecciones contextuales y circunstanciales, c) la aptitud para interpretar la hipercodificación retórica y estilística, d) la familiaridad con los escenarios comunes e intertextuales (Eco, 1979) y e) la visión ideológica (Calsamiglia y Tusón, 1999).

De esta manera, puede entenderse la relación que empezó a establecerse desde la tirada inicial de *La Nación* como una relación no exenta del componente ideológico y de la intención de compartir una forma propia de observar y analizar la realidad. El periodista Jorge Halperín retoma la noción de *contrato de lectura* al notar que “el público se vale de los medios para conocer los hechos, pero también realiza operaciones más complejas. Entre otras cosas, necesita que los medios ejerzan una función cotidiana de recomposición ideológica. Que cada mañana, cada tarde, refuercen la particular visión del mundo de cada lector, de cada oyente y, muchas veces, que confirmen también sus prejuicios” (2007, p. 35).

En *La Nación*, uno de sus rasgos más perceptibles, y acaso el más reconocido, “responde al tipo de mirada que el medio ofrece sobre la realidad argentina. Este modo de mirar es una observación distanciada del funcionamiento institucional del país que incluye indicaciones sobre los cambios que deberían producirse para que éste mejore, o se rectifique, de ser necesario” (Cremonte, 2010, p. 231)⁵. El modo de mirar, tanto como la dinámica de los medios de comunicación, los posiciona como constructores de sentido y mediadores de la realidad. Al inda-

5 Cada cual atiende su juego. La construcción del conflicto entre el Gobierno Nacional y las entidades agropecuarias en *Clarín*, *La Nación* y *Página /12*, En *Campos de batalla: Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*.



gar en la formación de un espacio donde se cruzan los sentidos de las prácticas sociales, se visualiza a la “comunicación como una cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento” (Martín-Barbero, 1987, p. 10). Allí tallan el espacio común de los miembros de una comunidad y lo que ellos realizan con los mensajes recibidos, dándoles un cierto grado de pertenencia.

De hecho, en su forma más frecuente el género epistolar, que se caracteriza por la preeminencia de la primera persona, constituye un modo de interacción “sin otra función que la de mantener el vínculo socio-afectivo entre los miembros del intercambio” (Kerbrat-Orecchioni, 1998)⁶. Como subgénero dentro del género periodístico, este tipo de cartas públicas, “en la perspectiva de Maingueneau (1998, p. 58; 2002, p. 89) no constituyen una categoría genérica bien definida, pero permite reagrupar cierto número de textos concebidos para ser difundidos en un amplio público y cuyo propósito suele ser el de abrir un debate o participar en él de diferentes maneras” (Kerbrat-Orecchioni, 1998).

El modo de polemizar mediante la participación de un debate abrevia en las reglas presentes dentro de esos territorios de sentido en disputa, las significaciones culturales presentes en los medios de comunicación se traducen en espacios de hegemonía, por el cual un sector social logra que su visión de la realidad sea asumida por otros sectores, de una forma que no sea violenta.

Las identidades reflejadas en las cartas analizadas expresan la filiación a esa tradición de la cual el mismo medio se vale. Esta doble dirección resulta clave para entender que detrás de la pertenencia a una publicación hay motivos, emocionales o racionales, que exceden el calor de una coyuntura determinada. Más expuesta en un conflicto como el de la Resolución 125, desatado por la aplicación de una medida de carácter económico, la opinión del medio dada “la dimensión de la crisis y las formas que adquirieron las discusiones”, pese a procurar mantener un rol supuesto de “actor argumental”, fue la de un evidente “actor político” poniendo en jaque un estilo característico. Además, la resistencia a la suba en las retenciones puede interpretarse no como la victimización de un sector débil, sino como la resultante de las mejores condiciones dentro de la dirigencia de un espacio histórico, complejo y poderoso, que, dispuesto a disputar poder, se resistió a una medida de carácter redistributiva.

6 En *De la antigua prensa de opinión: usos del género epistolar*, Paulina Maritza Brunetti, Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), en revista Question Vol 1. N 37, verano 2013, p.227.

La construcción del “otro” eel correo de lectores: formas de presentación y caracterización

El corpus textual de 92 diarios publicados en el período comprendido entre el 16 de marzo y el 16 de junio de 2008 arrojó un total de 1074 cartas de lectores. De ese total, se seleccionaron para su análisis 269 misivas, con referencias concretas o apenas tangenciales al conflicto entre el Gobierno y “el campo” o “las entidades agropecuarias”, causado por la decisión de subir las retenciones a las exportaciones de granos, atándolos a una escala móvil basada en el precio internacional. Constituye un promedio de tres cartas publicadas por día haciendo alusiones a aspectos técnicos de la medida, ideas generales o aspectos particulares que hacen referencia a la puesta en sentido del tema en discusión.

En cuanto a su contenido, las formas de presentación y caracterización enunciativa de un “nosotros” frente a los “otros” se demuestran a través de los modos empleados en el lenguaje, el carácter formal e informal del texto y la intención del enunciador, sea invocar, persuadir y/o instruir, siempre teniendo en cuenta el sentido del cual están cargados los textos y el contexto proporcionado por el medio gráfico en que fueron publicados. En todo caso, la dimensión de análisis de discurso retoma una realidad factual, ontológica y la construye de una manera determinada; no reproduce la realidad tal cual se presenta, pero sí se vale de los elementos existentes para legitimarla o refutarla.

En ese sentido, un discurso puede considerarse político en la medida en que enuncia un punto de vista determinado. Según ese punto de vista, se asume una representatividad manifiesta, sea para hablar en nombre de otros que comparten la misma visión o para expresar un modo de poder. Es decir: se buscaría persuadir de que esa postura lleva implícitos valores absolutos que se encuentran ausentes o poco esclarecidos desde otra posición

Al indagar en las construcciones de sentido presentes en las cartas de lectores mencionadas referidas a un “otro social”, nos situamos en un conflicto que, además de una lucha por la apropiación de una renta extraordinaria en virtud de las condiciones favorables del mercado mundial de granos, implicó una puja de discursos entre dos sectores reconocibles: la Presidenta Cristina Fernández, como portavoz del Poder Ejecutivo, y los titulares de las cuatro entidades agropecuarias, opuestas a la medida tomada.

Cada uno de estos sectores buscó hacer valer su propia legitimidad: “La Presidenta esgrimió el principio democrático representativo, es decir, el hecho de haber sido votada por el *pueblo*, como principio de legitimidad de sus acciones y de las atribuciones que acababa de

darse, y que sus interlocutores en el conflicto rechazaban. En efecto, estos últimos, en nombre del federalismo, de la defensa de ‘los pequeños’ frente a ‘los grandes’, de quienes producen frente a quienes dilapidan, del interior frente a la capital, etc., propusieron otros principios de legitimidad opuestos a los que esgrimía la Presidenta, y de este modo intentaron rearticular los sentidos en juego en el conflicto” (Vommaro, 2010, p. 186)⁷.

Las posiciones así expuestas sintetizan el *abecé* de la enunciación política, en tanto, “el campo discursivo de lo político implica un enfrentamiento, relación con un ‘enemigo’, una lucha entre enunciadores (...) La enunciación política parece inseparable de la construcción de un adversario” (Verón, 1987). Ésta lucha se construye desde un punto móvil acorde a las distintas lecturas del tiempo y es, en ella, donde se ponen en juego los sentidos con que cada enunciador pronuncia sus palabras.

Estrategias discursivas para caracterizar al “otro”

En el caso analizado, la pretensión de dotar de legitimidad al término “campo” apareció caracterizada por una identidad unida a sustantivos como amor y trabajo. La voluntad y el esfuerzo, junto al trabajo diario y denodado eran la fórmula que genera apego a las costumbres, la historia y las tradiciones de “nuestra patria”. Amar a la tierra sería lo mismo que amar a la Patria, entendida como un todo que debería nuclear tanto a los que “trabajamos” en el campo como a los que viven en la ciudad. Son una serie de lectores quienes así se expresan pero no lo hacen de forma aislada, sino bajo el amparo de un medio de comunicación de tradición centenaria, con influencia en la agenda política de discusión y fundado como expresión del pensamiento de una clase determinada. Las formas discursivas allí presentes, “a través de la equivalencia, anulan toda positividad del objeto y dan una existencia real a la negatividad en cuanto tal” (Laclau y Mouffe, 1985, p. 172). Mouffe introduce la noción de “exterior constitutivo” para definir que “toda identidad se construye a través de parejas de diferencias jerarquizadas: por ejemplo, entre forma y materia, entre esencia y accidente, entre negro y blanco” e indica que “la condición de existencia de toda identidad es la afirmación de una diferencia, la determinación de un ‘otro que le servirá de ‘exterior’, permite comprender la permanencia del antagonismo y sus condiciones de emergencia” (1999, p. 15).

⁷ “Acá el choripán se paga”: movilización política y grupos sociales en el reciente conflicto en torno a las retenciones a las exportaciones de granos”, en *Campos de batalla: Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*.

A la vez, al tener una posición antagónica, se hizo hincapié en estrategias de universalización que lograsen trasladar los motivos de los reclamos hacía otros sectores sociales. La universalización es la característica de las operaciones hegemónicas en las cuales un particular lucha con otros para encarnar la forma de lo universal: “La política, como el terreno en el cual se constituyen los sujetos que no poseen una existencia *a priori*, es lo que nos permite pensar qué tipo de sujeto se está construyendo cuando la universalización es el modo de intentar alcanzar, aunque ello sea constitutivamente imposible, la representación absoluta” (Yabkowski, 2010, p. 72). Este “otro”, con el cual polemizar a través de las palabras, quedó plasmado a través de manifestaciones discursivas que sirvieron de anclaje para los sentidos puestos en disputa dentro del campo político. En esa dirección, se evidenciaron operaciones tales como el desplazamiento de cierta visión hegemónica, prevaleciente en la intención de hacer extensivo el reclamo de un sector, ubicado espacialmente en la zona pampeana, a otros sectores con peso específico en los grandes centros urbanos del país. Este desplazamiento no hizo más que dejar al descubierto la estrategia de universalizar una serie de nociones o apropiaciones en torno a lexemas que se emplean recurrentemente en el discurso político. Los mismos adquirieron un significado específico en el espacio textual discursivo del corpus, como “Argentina” o “Patria”, y se fueron llenando por equivalencia con otra serie de palabras que remitían a una visión moral del conflicto, ligada estrechamente con el discurso de las entidades que al reunirse en la Mesa de Enlace aparentaban dejar de lado sus diferencias sectoriales para salir en defensa del conjunto de los sectores agropecuarios.

La publicación de esas cartas no exime la responsabilidad de un editor al seleccionarlas, por lo cual ese nexo resulta funcional a ambas partes, estableciéndose una especie de solidaridad reforzada por el uso de la primera persona, sea singular o plural, y la verosimilitud inherente al género epistolar. Este vínculo no amonesta, sino que estimula la preferencia por determinado posicionamiento de clase, representado en la elección de paradigmas negativos sobre acciones que, como los cortes de rutas, resultan válidas cuando se trata de defender los intereses adquiridos, en este caso, por productores agropecuarios. En ese sentido, fortalecer el núcleo interno frente a una amenaza posible resultaría un acto reflejo, sin que sea expresado cabalmente en términos de combate. El Estado, dirigido por el Poder Ejecutivo Nacional, en manos de la Presidenta Cristina Fernández, devengaría en ese “otro” ideal para erigir la defensa no sólo de las ganancias obtenidas por el cultivo de un cereal, sino también contra el despojo y la corrupción, sea de un partido político o de un grupo de ociosos. A la usanza de una “guerra de

posición”, vinculada a la construcción permanente del término hegemonía que, lejos de ser fugaz y transitoria, se convierte en un conjunto discursivo-institucional de largo plazo.

A través del empleo de procedimientos lingüísticos que ponen de manifiesto la subjetividad, estrategias de designación del “nosotros” sobre a *quién habla, a quién se dirige, cuándo, dónde y sobre qué*, lo que se está hablando dejaría sentado un juego de opuestos que sin ser necesariamente explícitos redundarían en una serie de postulados acordes con un modo de interpretar la historia del país, binario en el caso de las cadenas establecidas: producción/ocio; república/antirepública; violencia/paz; patria/antipatria; constitucionalidad/inconstitucionalidad que encuentra en el eje civilización/barbarie su primera representación, bajo la forma de la memoria histórica, cuyo uso aleccionador debería servir en el presente.

Los argumentos repetidos para sostener esas construcciones (hincapié en el valor de la palabra “producción”; falta de división de poderes; promoción de la violencia desde el poder central; falta de apego y respeto a la Constitución Nacional) a lo largo del conflicto, contribuyeron al perfil de un “ser del campo” que atraviesa a la figura del “lector” y se establece como, incapaz de anclar en un espacio preciso, pero con fuertes connotaciones, asociadas, entre otros sentidos, al trabajo y al amor a la tierra. Los recursos para dotar de legitimidad a ese perfil se basan principalmente en la autonomía de las bases que lo componen y en el fruto de la renta obtenida por la labor diaria.

Estas construcciones permanecen vigentes en la actualidad y son los momentos de conflicto los que las evidencian, intensificándolas. Si bien puede considerarse que el estado latente de diferenciación persiste, en 2008, al discutirse la aplicación del régimen de retenciones móviles para los granos exportables, el correo de lectores del diario *La Nación* puso en escena textos, manifestaciones directas que el medio apropiaba en un vínculo que legitimaba al lector en ejercicio de su palabra y al diario como respetuoso del contrato de lectura por el cual respondía a sus deberes y obligaciones.

En base a la discusión sobre una medida de carácter redistributivo, se evidenciaron las tensiones entre los sujetos que se construyen colectivamente de manera textual discursiva. Estas tensiones tienen su correlato en la dimensión ideológica pero también factual, a través del análisis discursivo de los textos, en los cuales se da cuenta del universo de referencia compartido, a través de la gestión referencial, por el cual ambos deben mantener un registro de los referentes y proposiciones que tienen en común y la forma en que el lenguaje representa a la realidad.

El otro como lector y sujeto activo

Si bien puede pensarse que, debido al vértigo impuesto por las nuevas tecnologías, la carta es un formato en extinción, es dado rescatar determinadas características del formato epistolar en la medida en que refuerzan la presencia de su autor a través de una identidad, un nombre y apellido acompañado del DNI que acredita esas palabras, un atributo que se pierde en la comunicación virtual de foros y comentarios de lectores en Internet, resguardados por un nickname o un nombre de usuario. Un dinamismo, mal entendido, que hace de la superproducción de mensajes un distintivo del tiempo actual donde el usuario ha desplazado al lector y el uso de un portal o sitio informativo dejó de lado el ejercicio de lectura entendida como hábito; un uso por una función, es decir, con múltiples modos posibles de articular esa labor.

Así se ha impuesto otro vínculo entre los realizadores de los medios de comunicación y sus audiencias potenciales. A este respecto, aún reducido, el espacio destinado a las cartas de lectores que mantiene el diario *La Nación* conserva su poder de posicionamiento y a la vez abona la construcción de una identidad que sirve para amalgamar a un sector social ante una determinada situación de conflicto o resistencia, como lo fue hace diez años, en un momento en que

todos los productores, sean pequeños, medianos o grandes, obtenían una elevada rentabilidad originada en la mayor devaluación del tipo de cambio real en la historia argentina, llevado a cabo en 2002 y en el notable incremento de los precios internacionales a principios de 2008 (Basualdo y Arceo, 2009, p. 51).

Al regresar al análisis de aquellas cartas, corroboramos de qué modo estos sentidos y construcciones posibilitaron la estrategia discursiva y siguen sosteniendo la gestión de Cambiemos. No es nuevo, ya que formaron parte del ser constitutivo de un partido como el PRO, creado en el seno de ONGs y con una visión del emprendedorismo que privilegia los vínculos individuales y las relaciones interpersonales sin mediación del Estado: “Los recursos públicos se deben poner al servicio de la creatividad de los privados, al crear oportunidades de desarrollo de negocios” (Vommaro/Morresi/Belloti, 2015). Claro que sería corto de vista decir que se trató solo del éxito político de un grupo de empresarios provenientes de la gestión privada que encontraron en “lo público” la veta para consolidar su posición y dotarla de un sentido moral, debido a que hubo un aporte clave de políticos provenientes de otras fuerzas políticas y un juego de alianzas propicio, fruto de la caracterización del escenario político.

Sí es cierto que el valor más importante para esta incursión en la política partidaria no sería tanto el éxito en sí, sino el significado para los managers de empresas que se introducen al desafío de colaborar con el país. Sería algo semejante a un llamado moral lo que los hizo acercarse a funcionarios de la primera línea del PRO, en su momento, y a directivos a tomar cargos ministeriales y secretarías en la función pública, a partir de su formación en laboratorios de ideas, conocidos como *think tank*: profesionales con buen pasar económico, una carrera exitosa dentro de su empresa, pero con insatisfacción por la situación del país, que se sumaron a la gestión de Cambiemos. Sin ir más lejos, el 31 de octubre de 2017, la asunción del Titular de la SRA, Luis Miguel Etchevehere, al frente del Ministerio de AgroIndustria, fue un gesto más del vínculo que une a la actual gestión con los líderes de sectores importantes de la economía. Que el Presidente de la Sociedad Rural ocupe el puesto más importante en la toma de decisiones sobre la agroindustria sintoniza con el ideario de ubicar en la función pública a los managers o gerentes de empresa con predilección por aquellos que ya concentraban parte de la riqueza. Un dato que resulta significativo pero que no garantiza la continuidad de la gestión gubernamental ni mucho menos el apoyo incondicional de los sectores concentrados del poder económico que vieron con agrado su llegada a la Casa Rosada.

BIBLIOGRAFIA

- Aronskind, R.; Vommaro, G. (compiladores). (2010). *Campos de batalla: Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*. Prometeo Libros, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Bellotti, A.; Morresi, S.; Vommaro, G. (2015). *Mundo PRO: Anatomía de un partido fabricado para ganar*. Planeta, Buenos Aires.
- Benveniste, E. (1977). El aparato formal de la enunciación. En: *Problemas de Lingüística General II*, México, Siglo XXI; pp. 82-91.
- Calsamiglia, H.; Tusón Valls, A. (1999-edición actualizada en 2007). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Ariel, Barcelona.
- Charadeau, P; Maingueneau, D. (dir.) (2002). *Diccionario de Análisis del Discurso*. Amorrortu, Buenos Aires, 2005.
- Diario LA NACION (2005). *La Nación, Testimonio de tres siglos*. Buenos Aires, 4 de enero.
- Diario LA NACION.(1997). *La Nación, Manual de estilo y ética periodística*. Espasa Calpe, Buenos Aires.
- Diario LA NACION (1998). *Señor director: las mejores cartas de lectores publicadas en 1997*. Espasa Calpe, Buenos Aires.
- Eco, U. (1982). *Cómo se hace una tesis*. GEDISA, Barcelona.

- Kerbrat-Orecchioni, C. (1988). *La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Hachette, Buenos Aires. Cap. I.2, pp. 39-44; cap. II.2, pp. 47-177.
- Halperín, J. (2007). *Noticias del poder: buenas y malas artes del periodismo político*. Editorial Aguilar, Buenos Aires.
- Laclau, E.; Mouffe, C. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Maingueneau, D. (1980). *Introducción a los métodos de análisis de discurso*. Hachette, Buenos Aires.
- Maingueneau, D. (2001). *Análisis de textos de comunicación*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, Barcelona.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Mouffe, C. (1999). *El retorno de lo político*. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Piglia, R. (2005). *El último lector*. Editorial Anagrama, España.
- Quiroga, A. E. (2008). *La participación de los públicos en los medios: de las cartas de lectores a los contenidos informativos generados por los usuarios*. Congreso de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación (REDCOM), Universidad Católica de Salta.
- Sidicaro, R. (1993). *La política mirada desde arriba: Las ideas del Diario La Nación 1909-1989*. Editorial Sudamericana, Buenos Aires.
- Verón, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Editorial Gedisa, Buenos Aires.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Buenos Aires.
- Verón, E. (2009). *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, IREP, París, en "Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications" (http://arfuch2.files.wordpress.com/2009/10/veron_eliseo_analisis_del_contrato_de_lectura.pdf)
- Yabkowski, Nuria (2010). "Nosotros, ellos... Todos. Los sentidos de la representación política", en *Campos de batalla: Las rutas, los medios y las plazas en el nuevo conflicto agrario*. Buenos Aires: Prometeo.

Artículo recibido el 30-08-2018 | Aceptado el 14-11-2018 | Publicado 26-05-2019

<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/>
Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

