

DOSSIER

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN, MEDIOS Y CENSURA.

Publicación de la Facultad de Periodismo
y Comunicación Social de la UNLP

nº1 - año 1 - issn en trámite - marzo 2016

SIN DESTRUCCIÓN DEL ORDEN NEOLIGÁRQUICO NO HABRÁ COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA Y POPULAR

Dr. Víctor Ego Ducrot*

Nadie sabe dónde está. Muchos suponen que se encuentra escondido, lejos del periodismo y del mundanal ruido, rumiando su angustia. Sus allegados juran que está deprimido. Y que la depresión es grande, grande y profunda. Se llama Sergio Szpolski. Es el sobrino de Alberto (sin Z, en este caso, pese al parentesco), el titular del directorio del Banco Patricios. En el ambiente de la City dicen que fue él quien llevó a la entidad al desastre. Aseguran que era el lobbista de la institución (...). Lo peor de la jornada de anteayer para Sergio Szpolski, cuando en los medios se supo que el banco Patricios había sido retirado del clearing, fue enterarse de que los empleados de la AMIA, del Colegio Jerusalem (comunidad religiosa creada por la familia), algunos periodistas de la revista Tres Puntos y varios usuarios de la comunidad, no habían podido cobrar sus sueldos ni retirar los haberes depositados en el Patricios. Ayer se comentó con insistencia que, mientras Sergio Szpolski ingresaba el miércoles a una clínica para "hacerse un chequeo", su tío Alberto mantuvo una reunión con Carlos Corach, Rubén Beraja y altos funcionarios del banco Central. En la misma se habría acordado una salida decorosa para el escándalo.

*Titular de la Cátedra II de Historia del Siglo XX de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

El párrafo anterior remite a una historia de hace años, de cuando el siniestro empresario irrumpía en el mundo de los negocios, ya vinculado a una maniobra en contra de los derechos de los trabajadores, de la sociedad, y podría decirse que de forma delictual. Pertenece al artículo *La historia de Sergio Szpolski*, de la colega Alejandra Rey y publicado por el diario *La Nación* el 20 de marzo de 1998. En pocas palabras, a nadie debería sorprender entonces el desenlace del *Grupo 23*, del desguace y vaciamiento de sus medios, de la lucha que se ven obligados a llevar adelante, entre otros, los trabajadores del diario *Tiempo Argentino*, por el cobro de salarios adeudados y el mantenimiento de la fuente de trabajo; Szpolski y sus compinches en ésta, por ahora y tan solo por ahora la última de sus satrapías, Matías Garfunkel y un tal Mariano Martínez, no han hecho otra cosa que los que les dicta su “naturaleza o genética histórica”, con el debido perdón por el exabrupto semántico, y en ese sentido cualquier periodista de cierto recorrido en el oficio sabe que se trata de apenas una nueva constatación de aquél doble principio: en términos generales, en nuestro país y en América Latina en general, los empresarios periodísticos son expresiones de lo que denomino *lumpen burguesía*, especuladora, predatora y sin proyecto de clase que no sea el del engrosamiento de sus arcas siempre desde los casi márgenes de la ley, pues no les basta

las generalidades de la plusvalía; y esa *lumpen burguesía* propietaria y gestora de medios es más perversa aún cuando apela a discursos y simulaciones democráticas y progresistas.

El caso de Szpolski y sus socios – existieron y existen otros de parecidos tenores- es apenas un ejemplo de lo señalado en el párrafo anterior, fenómeno que no se visualizó como correspondía desde el campo popular, cuando durante tanto tiempo se apostó a la creación de un polo comunicacional privado, amplio y “nacional y popular” que refleje los esfuerzos del mismo en el gobierno, creyendo que esa *lumpen burguesía* podría acometer la tarea y dotándola entonces de amplio recursos financieros vía pauta publicitaria oficial.

La experiencia culminó como era esperable que culmine: confirmada la victoria de la derecha, esos empresarios “amigos” vacían sus empresas, se apropian de una porción sustantiva de aquellos aportes, dejan el tendal de deudas entre sus trabajadores y se disponen a trabajar para el nuevo mejor postor; y si éste no aparece pasan a un dulce retiro provisorio y millonario, a la espera de una nueva oportunidad estafadora.

El escenario se complejiza porque el desguace mediático del campo popular y la reconfiguración de un aparato de

sentidos monolítico de la derecha no es una pieza más del abanico de hechos políticos registrados en el país a partir del 10 de diciembre pasado, día en que comenzó el proceso de restauración neoliberal de la mano de Mauricio Macri y su gobierno de Ceos, hombres y mujeres de negocios cercanos y otros exponentes de la más rancia neooligarquía argentina.

El desguace mediático opera como vector determinante de un estrategia gubernamental: la convalidación social de una política de Estado que se propone transferir la riqueza socialmente producida por los argentinos hacia los bolsillos insaciables de la burguesía concentrada y transnacionalizada.

El menú *macrista* para la comunicación y el periodismo fue claro desde el primer momento: derogación fáctica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y de sus instancias de aplicación, instrumentos claves para el programa de democratización mediática; silenciamientos de voces en el sistema de medios públicos (radio y TV) y desmantelamiento paulatino de sus servicios informativos; desfinanciamiento de medios y comunicadores con líneas editoriales en disidencia con el nuevo oficialismo mediante el redireccionamiento sigiloso de la pauta pública;

aplastamiento informativo de la agencia *Telam*; censura directa y expresa sobre los contenidos de *Infojus* y apertura de un proceso de privatización encubierta de *Fútbol para Todos*.

Ese esquema apunta a un objetivo estratégico: restablecimiento del discurso único mediático, blindaje comunicacional en torno a las políticas de saqueo encaradas por la administración Macri, y dentro de esa lógica, restitución del poder omnímodo a los grandes medios concentrados, empezando por el *Grupo Clarín*, como así también al trazado oligopólico para todo el espectro de telecomunicaciones y nuevas tecnologías aplicadas a la creación de medios, contenidos y flujos informativos.

El intento de restauración neoliberal en Argentina cumple con la hoja de ruta pensada y puesta en práctica hace ya mucho tiempo, a partir de mediados del siglo XIX y desde los centros hegemónicos e imperiales: *la veda y la obstrucción a la libre información la abrió, en la era contemporánea, Inglaterra, el país que más ha presumido de democracia y libertad de prensa, junto a Estados Unidos (...). En 1854 Inglaterra entro en guerra con Rusia por el control de la península de Crimea. El Times envió como corresponsal de guerra a quien iba a ser considerado el padre del género: William Howard Russell. Las operaciones bélicas británicas estaban al*

*mando de lord Raglan (...). Las crónicas de Russell calaron hondo entre sus compatriotas y enfurecieron a lord Raglan, que era la imagen del héroe flamenco inglés. Para neutralizar al periodista, Raglan introdujo una técnica que muchos militares han usado contra la prensa desde entonces: lo acusó de poner en peligro la seguridad de las tropas y de ayudar al enemigo con sus informaciones. Además, se envió a Crimea al fotógrafo Robert Fenton para contrarrestar el trabajo de Russell; respecto del material que debía fotografiar, tenía una orden perentoria: "nada de cadáveres". Casi al mismo tiempo llegaría el famoso "fondo de reptiles", una bolsa de dinero destinado a la prensa con la intención de favorecer la propaganda estatal. Acabo de transcribir un párrafo del libro *Dioses y diablo mediáticos*, del español Ramón Reig¹, y lo que ese texto recuerda mucho tiene en común con lo que viene sucediendo desde aquél entonces hasta nuestros días en las relaciones del poder concentrado burgués y los medios de comunicación, en orden a disciplinar al conjunto de la sociedad, y el hecho de que aquellas experiencias se hayan dado en el contexto de una guerra no hace más que constatar dos hechos por demás ilustrativos: tiene razón el maestro Eric Hobsbawm² cuando en su *Historia del Siglo XX* recuerda que*

¹ Reig, Ramón. *Dioses y diablo mediáticos*. Ediciones Urano (Barcelona; 2004).

² Hobsbawm, Eric. *Historia del Siglo XX*. Editorial Planeta. (Buenos Aires; 1998)

las dos conflagraciones mundiales fueron decisivas en el impulso del desarrollo tecnológico global; y que el de guerra (siempre la guerra) es un concepto que anida en forma profunda en todo escenario de confrontación política:

la derecha restauradora argentina (y latinoamericana) se sabe en guerra contra todo proyecto del campo popular y conoce a la perfección que uno de los teatros de operaciones centrales de esa confrontación es el de los medios de comunicación, en el cual se decide la suerte del sentido que vaya imperar entre los grandes contingentes sociales.

Tienen razón, estamos en guerra; hay que asumirlo con el bagaje de todas nuestras experiencias históricas y más allá de las responsabilidades y consecuencias que la guerra y su nueva forma de ser puedan provocar.

Esto implica, en primer término, identificar los errores cometidos para evitarlos en el futuro, y, en el campo que nos ocupa, esa reflexión nos lleva a recordar que el bloque popular debió hacer más esfuerzos, por encima de las trabas permanentes impuestas por un Poder Judicial cooptado por los monopolios, para

poner en absoluta vigencia *el espíritu* de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual – la distribución en tres tercios iguales del espectro entre emprendimientos privados, del sector público, y de las organizaciones libres del pueblo-, impulsar con decisión la creación de una red competitiva entre los medios de ese tercer sector y potenciar una masa crítica también competitiva en el universo digital y de las nuevas tecnologías en su conjunto, sumando todo ello a los esfuerzos efectivamente realizados en favor del sistema de medios públicos y de las tramas de conectividad informática. El cumplimiento de un programa como ese nos hubiese permitido ahora encontrarnos en una mejor situación para contrarrestar la política censora y disciplinante del discurso público impuesta por el gobierno de Macri.

Para poder confrontar con éxito en esa guerra comunicacional que venimos señalando, lo cual significaría salir del círculo perverso que forman las sucesiones de ciclos favorables al campo popular y las consecuentes contraofensivas oligárquicas, considero necesario darse una estrategia subversiva del orden liberal burgués imperante – hacer estallar por los aires el plasma de comunicación mercancía y hasta la lógica progresista según la cual la transformación provendrá desde dentro mismo de la actividad comunicacional, y revolucionar lo artefactos y las gramáticas,

algo en el orden de lo que aportó Gustave Flaubert con su *Madame Bovary* como narrativa propia, lenguaje propio de la novela burguesa frente a las textualidades y sentidos del Antiguo Régimen, o en el de Sor Juana Inés de la Cruz, mucho antes, cuando desde su poesía encerrada en un convento de México abonaba el camino del barroco latinoamericano, el estilo de las revoluciones más profundas de la América Latina y el Caribe de los siglos XVIII y XIX; y para ello es imprescindible un previo reconocimiento teórico, tópico ese, el teórico, sobre el cual me permitiré seguir a continuación al italiano Paolo Virno³ en su libro *Gramática de la multitud: en la industria cultural, la actividad sin obra, es decir la actividad comunicativa que se cumple en sí misma, es un elemento central y necesario. Y justamente por este motivo es en la industria cultural donde la estructura del trabajo asalariado coincidió con la acción política (...). Cabría preguntarse qué rol jugó la industria cultural en relación con la superación del taylorismo / fordismo. Sostengo que ella puso a punto el paradigma de la producción postfordista en su conjunto. Creo que los procedimientos de la industria cultural devinieron, en un cierto momento y de allí en adelante, ejemplares e invasivos (...). En Dialéctica del Iluminismo, Theodor Adorno y Max Horkheimer (Escuela de Frankfurt) sostienen*

³ Virno, Paolo. *Gramática de la multitud*. Editorial Colihue. (Buenos Aires; 2005)



que también las fábricas del alma (editoriales, cine, radio, televisión, etc.) se conforman a los criterios fordistas de la serialidad y la parcelización. También en ellas parece afirmarse la cadena de montaje (...). El capitalismo – ésta es la tesis – muestra su capacidad de mecanizar y segmentar aun la producción espiritual, así como hizo con la agricultura y la elaboración de metales (...). El concepto de “espectáculo”, acuñado en los años sesenta por los situacionistas, es un concepto específicamente teórico que no está muy alejada de la argumentación marxista (...), el “espectáculo” es la comunicación humana devenida mercancía (...). La comunicación humana, en cuanto espectáculo, es una mercancía entre otras, desprovista de prerrogativas y cualidades especiales. Pero, por otro lado,

es una mercancía que concierne hoy a todos los sectores industriales (...). Es la reina de las fuerzas productivas (...). En el espectáculo se exhiben, en forma separada y fetichizada, las fuerzas productivas más relevantes de la sociedad, aquellas que necesariamente tiene que utilizar todo proceso laboral contemporáneo: competencias lingüísticas, saber, imaginación, etcétera. El espectáculo (para nosotros la comunicación en todas sus manifestaciones) tiene entonces una doble naturaleza: producto específico de una industria particular y, al mismo tiempo, quintaescencia del modo de producción en su conjunto (...). La doble naturaleza del espectáculo nos recuerda un poco la doble naturaleza del dinero, una mercancía entre otras, fabricada por la Casa de la Moneda del Estado, constituida por un cuerpecito me-



tático o un trozo de papel impreso. Pero también tiene una segunda naturaleza: es el equivalente, la unidad de medida de todas las otras mercancías (...).

Paolo Virno nos da una clave del por qué de tanta esfuerzo de la derecha, sus aparatos políticos y culturales, pero sobre todo del sistema empresario corporativo y de Estado de los actores imperiales del mundo global y sus respectivos mandantes vernáculos en cada uno de los territorios y sociedades dependientes, a la hora de hegemonizar y controlar en la forma más absoluta posible los flujos comunicacionales; y también nos habla de la agenda que debe darse el campo popular para enfrentar esa realidad; de esa agenda que es política, que registra sus actividades por afuera del propio campo que nos ocupa, o por

lo menos más allá de él, y consiste en crear las condiciones objetivas y subjetivas necesarias, políticas e ideológicas (y si es necesario militares), a través de un proceso dialéctico que convierta al deseo en voluntad política organizada de las grandes mayorías sociales, para ponerle fin al orden liberal burgués, al capitalismo que tiene cautivo a aquello nos explica como género humano, nuestro lenguaje, nuestra palabra, nuestra capacidad comunicacional.

En el contexto de esta tarea estratégica, desde el universo que nos compete, debemos pensar y articular en un praxis militante anticipada un programa que contribuya a la creación de herramientas periodísticas y comunicacionales en general, tendientes a crear los estilos, las gramá-

ticas propias de los actores sociales, colectivos e individuales, de esa revolución antioligárquica, pues las multitudes plebeyas jamás podrán crear un orden comunicacional propio, ni por supuesto un orden social diferenciado del hegemónico contra el cual se está en guerra, si no elabora e impone sus lenguajes originales e identitarios, sus propias *madame Bovary*.

La labor no es sencilla, pero existen algunas herramientas que pueden y deben ser utilizadas. En la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y en otros centros de estudios de la trama nacional de Universidades Públicas hace más de una década que un conjunto de docentes y académicos venimos trabajando en el modelo teórico, metodológico y práctico que denominamos Intencionalidad Editorial, pensado para comprender y poner en marcha tareas tanto de la producción como del análisis de contenidos mediáticos. No me propongo abundar aquí en ese modelo; remito a la lectura de las varias tesis de grado y de posgrado que aplican nuestra propuesta pero sobre al libro *Sigilo y nocturnidad en las prácticas periodísticas hegemónicas*, de mi autoría en colaboración con otros autores, entre ellos el doctor en Comunicación Ernesto Espeche y el licenciado Fernando López, y editado en 2009 por el Centro Cultural de la Cooperación, de Buenos Aires.

Desde ese marco teórico afirmamos que, para producir contenidos o analizar los ya producidos, los comunicadores y los analistas cuentan con tres dimensiones concretas: la de la realidad que el medio o el comunicador recorta para narrar su historia (agenda), la de las voces elegidas para esa narración (fuentes), y la de las gramáticas y estilos narrativos, siendo esta última dimensión la más compleja y hasta decisiva en términos de composición de línea editorial, de toma de posición ideológica y política frente a la realidad narrada. Estas consideraciones se registran en forma objetiva en todas y en cada una de las prácticas comunicacionales conocidas, y más allá de la voluntad o el deseo de admitirlas o no por parte de sus hacedores.

Desde la perspectiva de la subversión política y teórica de las formas discursivas impuestas por el bloque *neooligárquico*, tendiente a su sustitución por un nuevo orden comunicacional, con pluralidad de voces y profundamente desobediente del canon liberal burgués, en procura de un sistema de sentidos que revea desde su cimientos las perspectivas de lo ético como sistema, de lo justo y de lo injusto, de lo estético en tanto valoración revolucionaria de lo bello y de lo feo, desde esa perspectiva apunto y para concluir, la cuestión pasa por hacer un uso alterativo y revulsivo de las agendas, de las fuentes y de los estilos.

Esa tarea por sí sola será insuficiente y hasta inconducente si no se da como parte de un proceso multitudinario de transformaciones políticas y desde una organicidad militante apropiada. Ese mismo programa estratégico no se verificará en términos de victoria sin el ejercicio constante de revolución de la palabra.