

Brenda Inés Di Paolo

Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. Argentina.

brendadipaolo@gmail.com

POLÍTICA Y MEDIOS: LAS TENSIONES DE LA PRENSA ARGENTINA EN DICTADURA Y DEMOCRACIA

Resumen: *El trabajo presenta un recorrido histórico a partir de diversas fuentes bibliográficas que dan cuenta de la relación medios y política en distintos períodos políticos en Argentina. La reflexión abarca desde la última dictadura militar, la etapa de retorno democrático, la década neoliberal de los 90 y el período kirchnerista inserto en el marco de la tensión entre los gobiernos populares latinoamericanos y las empresas de medios de comunicación privados. La investigación focaliza en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 y en la consolidación del periodismo como espacio enunciativo autónomo.*

Palabras clave: *medios de comunicación, periodismo, prensa, política*

Politics and media: *the tensions of the Argentinian press in dictatorship and democracy*

Abstract: *We create a historical itinerary using diverse bibliographic sources that show the media relation with the different political periods and governments in Argentina. The reflection starts with the last military dictatorship and goes through the return of democracy, the neoliberal decade during the '90s, and the Kirchnerist period inserted in the context of the tension between the Latin American popular governments and the private media enterprises. We focus on the following newspapers: Clarín, La Nación and Página/12, and on the consolidation of journalism as an autonomous expository space.*

Keywords: *media, journalism, press, politics*



Dictadura (1976-1983) y medios de comunicación

Censura, medios y política

Diversos trabajos –entre ellos Díaz, César (2011), Borrelli, Marcelo (2013), Porta, María Sol (2011), Varela, Mirta (2001), Gago, María Paula, y Saborido, Jorge (2011), Franco, Marina (2002) y Vitale, María Alejandra (2009)– ponen en evidencia el modo en que distintos medios de comunicación participaron en la construcción discursiva del régimen de la última dictadura militar. Esta participación se da en primer lugar a partir de la instalación de la “inevitabilidad del golpe” del 24 de marzo de 1976 que dio fin al gobierno de María Estela Martínez de Perón (Isabel) entendido como una “misión” de las Fuerzas Armadas ante la amenaza de desintegración del orden social.

Para Mirta Varela (2001) el gobierno militar que tomó el poder en 1976 utilizó de manera sistemática los medios de comunicación como espacio de construcción de un discurso oficial. La *guerra ideológica* apuntaba a eliminar lo que los militares y sus aliados civiles denominaban la *subversión*, al mismo tiempo que eliminaba otras voces a través de la censura. La difusión de la ideología se da en dos momentos “pico”: el campeonato mundial de fútbol (junio y julio de 1978) y la guerra de Malvinas (abril a junio de 1982). Otra distinción muy clara se da entre una primera etapa de persecución y censura, y un segundo momento, cuando se produce la derrota de Malvinas, anunciando la apertura democrática.

El discurso de la censura se organizó lentamente durante más de un cuarto de siglo hasta alcanzar una etapa de aceleración a partir de 1974. Se oponía la “cultura verdadera y legítima” a la “cultura falsa e ilegítima”, y se hablaba de prohibir lo “no moral”, que abarcaba los conceptos de sexualidad, religión y seguridad nacional.

Para Varela los medios de comunicación no funcionaron “en bloque” durante el período dictatorial. Se da un enfrentamiento entre productos culturales; los discursos artísticos (teatro y literatura, pero también el rock nacional y las revistas culturales) se asumen como zonas de resistencia cultural; mientras que los discursos mediáticos se instalan como formas de “reproducción hegemónica del discurso autoritario”. De allí que las voces alternativas casi no puedan encontrarse en las publicaciones de alta tirada o en el discurso informativo.



¹ Así, durante las dos semanas posteriores al golpe, los responsables de las publicaciones escritas debieron llevar su material a una oficina llamada Servicio Gratuito de Lectura Previa que estaba en la Casa de Gobierno para que personal de Inteligencia autorizara su publicación.

La libertad de prensa fue suprimida por la Junta Militar (Videla, Massera y Agosti) en el Comunicado N°19, del 24 de marzo de 76, en el que los comandantes resolvían que sería reprimida cualquier difusión de grupos ilícitos o dedicados a actividades subversivas o de terrorismo¹. Por otro lado, desde la Secretaría de Prensa y Difusión se inducía a promover valores fundamentales que hacen a la integridad de la sociedad, como por ejemplo: orden, laboriosidad, jerarquía, responsabilidad, idoneidad, honestidad, dentro del contexto de la moral cristiana.

Según un informe de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA), hacia 1980, los periódicos de mayor circulación eran *Clarín* con 539.800 ejemplares, *Crónica* con 426.000, *La Razón* con 304.800 y *La Nación* con 248.300. En ese momento, también circulaban *Diario Popular*, *La Prensa* y *La Opinión*.

Se promovía, ya sea a través de la TV, el cine, radio y los órganos de control como COMFER y la SIP (Secretaría de Información Pública) “mostrar al mundo” un clima de “alegría popular” y mensajes en los que se desacreditaba la supuesta campaña antiargentina en el exterior. No se debía hacer ningún comentario que desacreditara la economía y el mercado cambiario. Se promovía “un cine optimista” que exaltara valores espirituales, morales, cristianos e históricos o actuales de la nacionalidad o que afirmaran los conceptos de familia, orden, respeto, trabajo, esfuerzo fecundo y responsabilidad social, buscando crear una actitud popular de optimista enfrentamiento del futuro².

²Por el otro, se afianzó, según Varela (2001), un cine de acción, surgido a principios de los 70, que utilizaba un lenguaje plagado de eufemismos y metáforas de la jerga castrense para aludir a la “guerra antisubversiva”. En este grupo, podemos ubicar las sagas de los *Superagentes* y los *Comandos azules*. La primera saga ya había estrenado *La gran aventura*, de Emilio Vieyra (1973), y *La super super aventura*, de Enrique Carreras (1974).

La prensa y la dictadura

Los roles que asumió la prensa gráfica argentina de carácter informativo y masivo fue justificar la represión y promover el consenso; como también las prácticas oscilantes entre la colaboración y el apoyo amplio al gobierno dictatorial; la omisión informativa y la autocensura sistemática ya sea por temor a la censura, o por las amenazas directas ligadas a las variadas políticas represivas.

En gran parte de los diarios de esa etapa se observa un discurso monocorde en el que las opiniones quedan bloqueadas y las noticias se emitían casi sin comentarios ni explicaciones. El diario se sometió a ese poder y agachó la cabeza renunciando a su presunta misión esencial: la

mediación ante los lectores. En ese contexto, se destacó la posición adoptada por el diario de habla inglesa *Buenos Aires Herald* que, si bien apoyó la intervención militar, pronto se convirtió en el medio al que acudían los familiares de los desaparecidos para difundir su búsqueda a través de solicitadas y cartas de lectores que eran publicadas, mientras otros medios se negaban a hacerlo.

Entre las publicaciones en oposición al sector militar, podemos considerar a *Crisis* y *Humor*. Desde mayo de 1973 y hasta agosto de 1976 se publicó *Crisis*, una nueva forma de hacer política “dando la voz” a los protagonistas: obreros, marginados, trabajadores, otros. Contó entre sus directores, escritores y colaboradores, con Aníbal Ford, Rodolfo Walsh, Haroldo Conti y Federico Vogelius. Su cierre fue producto de las amenazas y censuras recibidas. La revista *Humor* surgió en 1978, desde sus páginas realizaba, muchas veces en clave humorística, análisis críticos a la TV, la censura, la burocracia estatal y la situación económica imperante (Varela, Mirta, 2001).

Por otro lado, la Editorial Atlántida es recordada como una de las empresas periodísticas que apoyó con más fuerza y consecuencia la dictadura militar instalada en marzo de 1976. En esos años, las diferentes revistas de la editorial –*Somos*, *Gente* y *Para Ti*– se convirtieron en soportes ideológicos del poder; desde sus páginas tanto la “lucha antisubversiva” como la gestión económica de Martínez de Hoz fueron objeto continuo de valoración positiva (Gago, María Paula, y Saborido, Jorge, 2011).

Los diarios denominados *socios* de la dictadura –*La Nación* y *Clarín*–, al construir su agenda, solían tener una mirada sesgada que se ajustaba a la Doctrina de la Seguridad Nacional, pues adherían a los valores “occidentales y cristianos”. Estilo y estrategia comunicacional instrumentada por ambos matutinos con el fin de inducir a sus lectores a una interpretación de la realidad que invisibilizaba gran parte de los atropellos que la administración dictatorial cometía amparada en su proyecto de país. *La Nación* y *Clarín*, en ocasiones, apelaban a “mentiras sociales o puntos ciegos”. Y, en otras oportunidades recurrían a subterfugios lingüísticos que, de un modo más sutil, alejaban a los lectores de la realidad (Díaz, César, 2011).

Los primeros años, en sus editoriales apoyaron y adhirieron a la ideología militar en lo vinculado a la



imposición del “orden” y la “lucha antisubversiva” y contra el “terrorismo”. A partir de 1980, es muy significativa la apertura crítica de los medios. Fuertes críticas de *Clarín* al modelo económico, o de *La Nación* a la falta de libertad de prensa o inclusive sobre la situación de los desaparecidos en *La Prensa*. Concomitante con los sectores de poder económico, en su mayoría, adhirieron a la toma del poder militar bajo la idea de la necesidad de *orden* y disciplinamiento social impuesto por la vía de la represión como única salida, pero ese mismo apoyo fue luego fracturándose con el transcurso de los años y estaba ya fuertemente mermado en su legitimidad a partir de los años 80 (Díaz, 2011).

Roberto Sidicaro (1993) indica que para *La Nación* la moderación de las críticas a la política estatal a partir de 1978 debió ser un resultado de la evaluación de riesgos en cuanto a la continuidad del medio. Otros, como *Clarín*, ofrecían mayores matices, un alineamiento menor con algunos tópicos propios del discurso dictatorial y una fuerte crítica a las políticas económicas y a las restricciones a la libertad de prensa. En ese sentido, véanse los editoriales de *Clarín* durante 1978 con una visión fuertemente crítica sobre política económica ya que el diario provenía de un tradicional desarrollismo (Borrelli, Mareclo, 2013) o el extenso espacio concedido a los informes de ADEPA con transcripciones literales que mencionan centralmente la falta de libertad de prensa y la desaparición y exilio de periodistas y hombres vinculados a los medios de comunicación. Sin embargo, en contraposición –o tal vez como estrategia alternativa– este medio optará por la mayor exaltación nacionalista en momentos de la “campaña antiargentina”. La evaluación de esta campaña no puede desligarse de la alianza comercial con el Estado en la cual *Clarín* y *La Nación* son beneficiados con la compra a precios muy bajos de Papel Prensa en el 78, cuya mayoría accionaria estaba en manos del Grupo Graiver³ (Díaz, 2011).

Frente a esto, la prensa escrita de alcance masivo se moverá con dos estrategias confluyentes. Por un lado, se hará eco rápidamente de estos argumentos y durante 1978 denunciará asiduamente la misma “campaña antiargentina” y “falsa imagen” del país a lo largo de noticias, columnas firmadas y editoriales. Pero, a la vez que denuncia esta campaña, a lo largo de todo ese año algunos medios comienzan a difundir lo que podemos denominar su propia “campaña argentina” y cuyo momento de mayor auge será –lógicamente– la conocida

³ Acusado de tener relaciones con la organización Montoneros, David Graiver, presidente del Grupo Graiver, sufrió la intervención de sus bienes y luego murió en un dudoso accidente aéreo en México. El Estado obligó a la familia a vender las acciones de Papel Prensa, mantuvo el 25% en su poder y ofreció el resto a los editores de *La Nación*, *Clarín*, *La Razón* y *La Prensa*. Excepto en el último caso, cuyos propietarios rechazaron la oferta, los diarios que entraron en el negocio gozaron de un préstamo del estatal Banco Nacional de Desarrollo para pagar la inversión, además de subsidios en el suministro eléctrico y de un aumento de 48% en los aranceles a la importación de papel: “Así se constituyó un monopolio que tenía un manejo discrecional del precio del papel”, señalan Postolski y Marino (2006).

exaltación nacionalista de junio y julio en torno al Mundial de Fútbol. En términos generales, *La Nación*, *La Prensa* y *Clarín* serán los que mayor espacio adjudiquen al tema –aunque con estrategias bien diversas–, mientras que *La Opinión* y *La Razón*, más aún, serán los medios más escasos al respecto.

De modo que, tanto *La Nación* como *La Prensa* y *Clarín*, socios del Estado en Papel Prensa, a través de notas firmadas, editoriales y columnistas denuncian “campanas de desprestigio”, o la “falsa imagen de la Argentina en el exterior”. Los espacios habituales para emitir estas fórmulas serán el Mundial de Fútbol, el Congreso Mundial de Cáncer o acontecimientos internacionales. Todos los medios con similares construcciones hacen referencia a una “imagen deformada” o “distorsionada”, a la idea de una “campana difamante contra Argentina que sería difundida y organizada por extremistas que actuaban en Estados Unidos y Europa a través de la prensa y otros medios de difusión, “quienes tendrían un fin confesado: subvertir el orden” (Díaz, 2011).

En términos generales, la prensa escrita estuvo marcada por la autocensura, la opacidad, el totalitarismo y el patriotismo. Su mayor responsabilidad fue la “omisión del horror”, aunque sus páginas pudieran oscilar entre la denuncia de algunos “excesos represivos”, la crítica de ciertas políticas económicas y la defensa del gobierno militar ante las intervenciones extranjeras en el tema de derechos humanos. En ese sentido, la pretensión manipuladora en ciertas coyunturas –como el Mundial de Fútbol–, el fortalecimiento de la agenda de temas oficiales y la contribución a la creación de consenso habría sido la pauta general de la conducta de la prensa argentina durante el período (Franco, Marina, 2002).

Retorno democrático y medios de comunicación

El inicio del nuevo ciclo democrático en diciembre de 1983 no marca un punto de inflexión en cuanto a la estructura de propiedad de los medios ni en cuanto a la relación entre el campo político y los actores mediáticos. La relación del gobierno alfonsinista con los medios fue tan conflictiva como la de muchos de sus antecesores. Además, a pesar de la promesa de constituir un sistema de radiodifusión de acuerdo con la nueva etapa de pluralismo y democracia, el gobierno nunca llegó a diseñar una ley específica.

Las promesas en materia de democratización de las



comunicaciones quedaron inconclusas en el alfonsinismo. No se llevó a cabo ni la derogación de la Ley de Radiodifusión promulgada por la dictadura ni la formación de una comisión bicameral que propusiera un nuevo diagrama para la estructura de medios en el país, ni la creación de un ente público no estatal –no vinculado a la lógica político-partidaria – que manejara uno de los canales estatales. El alfonsinismo actuó, sin embargo, para impedir que las privatizaciones de canales de televisión siguieran su curso, al suspender el Plan Nacional de Radiodifusión diseñado por la dictadura (Vommaro, Gabriel, 2008: 27).

Aun cuando la censura directa, la discriminación ideológica y política disminuyeron sensiblemente y el manejo de la programación de los antiguos canales privados pasó a manos de empresas productoras, se mantuvo bajo el control de dirigentes radicales los servicios informativos, los noticieros y los programas de contenido político.

Fue el gobierno de Carlos Menem, iniciado en 1989, el que trastocó el sistema de propiedad de medios, a través de la modificación del artículo de la Ley de Radiodifusión que prohibía la participación de las empresas de prensa en la privatización de los canales de televisión. Se produjo la licitación de los canales que aún estaban en manos del Estado, excepto *Canal 7* y se crearon y consolidaron las empresas de multimedios. Luego del proceso privatizador, el grupo *Clarín* se convirtió en la empresa multimedia más poderosa del país, al tomar posesión de *Canal 13*, de *Radio Mitre* y de su FM y las compañías de televisión por cable, que en la década de 1990 alcanzaron una gran expansión. En tanto, la editorial Atlántida y otros accionistas se hicieron con el control de *Canal 11*, al que bautizaron *Telefé*.

En los años 80 se fue consolidando una cultura televisiva de la carrera por el *rating* y competencia entre programas y canales. La estructura de multimedios se modificó durante los 90 con el ingreso de inversores extranjeros y la intervención de las empresas telefónicas. Se da un proceso de “mediatización de la política” en el contexto de conformación de una cultura mediática, la constitución de una verdadera audiencia a nivel nacional y de una estructura de medios de comunicación privatizados y concentrados. Es en este contexto que se producirá el proceso de transformación de los actores de los medios en general, y de los periodistas en particular, en verdaderos *mediadores* sociales. Se produce el surgimiento de

un tipo de posicionamiento de las empresas de prensa como actores independientes con compromiso con la *gente*. Se construye un vínculo directo, de confianza, que interpreta los deseos de las audiencias basado en estrategias comerciales, en la batalla por el *rating*, en negocios publicitarios y en el auge de los estudios de mercado y de opinión pública que colabora en la emergencia de una audiencia formada por: “consumidores/clientes y ciudadanos independientes” (Vommaro, 2008: 29-31).

Profesionalización del periodismo: “los medios independientes”

En un contexto de auge de los dispositivos de mediatización social, el discurso de las empresas de medios y de los periodistas se basó en la construcción de un lugar autónomo, centrado particularmente en la búsqueda de la “transparencia”, “el medio que trasmite la verdad”, “el medio que refleja los hechos tal como son”, “el debate sobre la realidad”, “lo que quiere la gente”, “la objetividad”, etcétera. De modo que los medios de comunicación supieron ganarse un lugar que tomó valor como justificación de su posición mediadora y de su poder social.

Para Vommaro, el surgimiento de programas independientes marcó una ruptura con un momento anterior de falta de profesionalismo de los periodistas e influencias directas del poder político. El programa *Tiempo Nuevo*, de Bernardo Neustadt y Mariano Grondona, fue ejemplo de una lógica periodística en auge, vinculada con un nuevo espacio en expansión, cuyo formato de producción se extenderá en los 90 y que marcará un rasgo profesional vinculado a independencia, objetividad, neutralidad. Estos programas pagaban sus propios espacios, de modo que la lógica privada (no estatal) supuso gran parte de su pretensión de objetividad.

En 1990 los periodistas políticos comienzan a obtener una posición autónoma. El espacio de independencia es conquistado en los medios de comunicación privatizados y productoras independientes que pagarán los espacios televisivos y dispondrán de sus contenidos. Este hecho afianzará el lugar de independencia de la política, al tiempo que agudizará la más oculta pero no menos efectiva dependencia económica de los anunciantes. Así se fue gestando un espacio del periodista político, autónomo,



desvinculado respecto de los partidos y del Estado. Es un espacio de crítica y control al poder político, desde los espacios de los “medios independientes”, fuente de legitimación del espacio mediático y desde el cual el público entiende que “se afianza la democracia”. Así lo señalaba el diario *Clarín* en una nota de octubre de 1987⁴:

⁴ Ejemplo de este posicionamiento puede verse en una nota de *Clarín* titulada: “Los argentinos y el ejercicio de informarse” (16-10-1987) que muestra resultados de una encuesta: “Una encuesta realizada para *Clarín* reveló que una absoluta mayoría reconoce la necesidad de medios de comunicación independientes, dispuestos a efectuar las críticas que consideren necesarias. El público entiende que así se afianza la democracia. Por el contrario, un hipotético control del gobierno sobre la libertad de prensa sería visto como perjudicial para el ciudadano y para el sistema. Los medios en general registran una buena imagen, son “confiables, responsables” (Vommaro, 2008:33).

Los argentinos quieren que haya menos canales de televisión en manos del gobierno. Un 65,9% de los entrevistados se manifestó en ese sentido. Los que quieren que la situación se mantenga como ahora, con tres canales en la órbita estatal, suman 21,7%. Un porcentaje mínimo, 8,4%, querría que hubiera más canales estatales.

La presión sobre la reforma de la Ley de Radiodifusión aparecía enseguida, mostrando el interés del diario en esta “encuesta exclusiva”: “¿Qué opina usted al respecto: se debe permitir al propietario de un diario tener acceso a otros medios o no? La mayoría (55,5%) opinó que sí (Vommaro, Gabriel, 2008: 34).

Distintos factores intervinieron en el proceso de profesionalización del periodismo con la adquisición de reglas propias, y la búsqueda de la constitución de un campo autónomo. Como señala Silvio Waisbord (2002) en América Latina, el fin del autoritarismo de las dictaduras iniciadas en los años 70, propició la adopción de un patrón periodístico más distante y crítico hacia los poderes gubernamentales, investigando a modo de “monitoreo ciudadano” la acción política y de los funcionarios de gobierno. Waisbord denomina esta nueva función del periodismo como “perro guardián” en contextos pos dictatoriales.

De modo que el ejercicio del periodismo como un espacio de enunciación propio fue posible a partir de la confluencia de procesos: 1) una fuerte impronta ideológica en los tardíos 80 de los organismos de derechos humanos, sosteniendo una posición de denuncia más bien técnica y experta frente al poder del Estado; 2) la consolidación del periodismo de investigación a partir de la emergencia, en los 90 del problema de la corrupción, el cual se instaló en Argentina como problema público y como dominio experto de control desde la sociedad civil; 3) el auge de los estudios de mercado y opinión pública⁵; 4) la hegemonía mediática en la representación del lugar de la gente, el público informado, el ciudadano, el indeciso, el hombre común, el independiente 5) la crisis de representación política que afianzó el lugar

⁵ Uno de los “padres fundadores” de la disciplina en Argentina, Manuel Mora y Araujo, fue también uno de los fundadores de Poder Ciudadano. En 1992, Mora y Araujo, junto a su socio de entonces, Felipe Noguera, produjo para la ONG un primer estudio cualitativo que indagaba el interés y las percepciones ciudadanas respecto del tema de la corrupción.



de los periodistas como mediadores y guardianes de las instituciones democráticas.

En 1999, el ascenso al poder de la Alianza entre la UCR y el Frente por un País Solidario (FREPASO) constituyó uno de los puntos más altos no solo de la “colonización” de la política por parte de la lógica mediática (y económica), sino también de la importancia de la corrupción –de la lucha contra la corrupción– como discurso capaz de atraer electores y apoyos de diversos sectores sociales e ideológicos. Mediante las estéticas publicitarias modernas, los tiempos y superposiciones del videoclip y las escenas de películas hollywoodenses, los jóvenes del llamado Grupo Sushi dieron cuenta en la campaña de las presidenciales de 1999 de hasta qué punto las técnicas de comunicación habían ingresado en la vida de los principales partidos nacionales (Vommaro, 2008: 80).

El quiebre de estas lógicas político-mediáticas y de la visión liberal de la política estandarte del gobierno de la Alianza fue cuando se conocieron hechos de corrupción hacia fines de 2000, y el gobierno no solo perdió a su vicepresidente, sino también uno de los pilares de su sustento. La ridiculización de la política –y el patético intento del entonces presidente Fernando de la Rúa de revertir esta imagen con una aparición en el programa de Tinelli en la que se mostró, como su doble, perdido, lento e incapaz– llevó al límite la parodia de la decadencia de legitimidad de la *clase política* argentina.

La mirada mediática de la política se fue deslizando del *control* y la crítica a la parodia y el cinismo⁶. Sin embargo, frente a la crisis de 2001 los medios debieron hacer frente a movilizaciones populares, renuncias presidenciales e incertidumbre político-institucional. Fue entonces el momento de actualización del poder de la política en las calles en que el lema “que se vayan todos” pareció animar las manifestaciones de los sectores medios urbanos, sumada a las protestas de los sectores populares en los saqueos a comercios y supermercados.

El estilo: Página/12

En un contexto de profundas reformas en el Estado, y en especial de privatización de bienes y servicios públicos, las oportunidades de negocios privados y de *corrupciones* de todo tipo se multiplicaban. La paradoja era que esto le sucediera

⁶ El programa *Videomatch*, conducido por Marcelo Tinelli, fue un indicador de este cambio. De los “raporteros”, que a través del rap realizaban una crítica al gobierno de Menem, primero y al De la Rúa, después, se pasará al “Gran Cuñado”, simulando la casa de los dirigentes políticos y sociales que revela el peso de la lógica mediática en la legitimidad política.



a una coalición reformista que había llegado al poder con la promesa de reformar el Estado, entre otras cosas, para hacer más eficientes los servicios públicos y controlar la “corrupción estructural”. Pero esto servía, al menos, para que la cuestión de las arbitrariedades en el manejo de los fondos y bienes públicos estuviera ya planteada como problema político mayor.

En los primeros años del gobierno de Menem aparecieron las primeras denuncias mediáticas de corrupción. Horacio Verbistky publicó en el diario *Página/12* el reclamo que había hecho el embajador estadounidense ante los ministros de Economía, Antonio Erman González, y de Relaciones Exteriores, Domingo Cavallo, por un soborno, solicitado por Emir Yoma, cuñado y asesor del entonces presidente Menem, al frigorífico norteamericano Swift Armour. Como publica en su reseña institucional el diario, es reconocido por los escándalos denominados: “el Swiftgate, el Narcogate, el Milkgate”, entre los más destacados.

La figura de Verbitsky, vinculada al estilo emergente de *Página/12*, combinaba un pasado militante en el peronismo revolucionario, la actividad pionera de denuncia de corrupción, el compromiso con la sociedad civil –como miembro activo y luego presidente del Centro de Estudios Legales y Sociales y la reconversión de militante periodista a periodismo de denuncia– había escrito, en los 80, un libro donde mostraba la trama conspirativa de la llamada Masacre de Ezeiza, organizada por la derecha peronista contra el ala izquierda. En 1991, el periodista publicó *Robo para la corona. Los frutos prohibidos del árbol de la corrupción*, en el que desarrolló la hipótesis de que el menemismo constituía un sistema de corrupción organizada que permitía recaudar dinero “para la corona” desde distintas dependencias del Estado. Verbitsky fue un referente del periodismo de investigación. Su libro alcanzó reputación y popularidad transformándose en *best-seller*, alcanzando en poco tiempo los 250.000 ejemplares vendidos, en tanto *Página/12* consolidó su prestigio y su carácter de “fenómeno editorial”, sustentado en gran parte en las denuncias de corrupción del gobierno de Menem, que ocuparon muchas de sus tapas durante la década de 1990 (Vommaro, 2008: 40-41).

Como afirma Silvio Waisbord (2002) en su trabajo sobre escándalos, la denuncia permitió comprender la importancia de los escándalos políticos para el proceso de construcción de

una posición mediática y periodística autónoma en el juego de la comunicación política. Este tipo de noticias ofreció la oportunidad para que un periodista “se haga un nombre”, al mismo tiempo que favoreció que se incrementara la venta de periódicos, el *rating* de un programa, y por tanto, de un canal.

Cristina Corea e Ignacio Lewkowicz (1999) argumentan que el discurso *massmediático* propio de los 90 puede ser caracterizado como el “estilo de *Página/12*”. Este discurso se basó en una interpelación mediática que denunció los efectos desintegradores de las políticas neoliberales, el desgaste social y los lazos disueltos por las políticas de flexibilización laboral que se tradujeron en la caída de la sociedad salarial y en la demanda al Estado bienestarista ausente.

Los autores analizan que en este contexto, el espacio mediático se estructuró como ámbito de escucha de la demanda social y como instancia en sí misma productora de consistencia social, hecho que amplió sus roles y sus funciones en el escenario simbólico de lo social. La denuncia caracterizó al dispositivo de la enunciación mediática el cual se legitimó como organizador de las representaciones de lo social, rol ocupado tradicionalmente por el Estado. En este momento la ciudadanía no se constituyó principalmente desde las prácticas sociales sino desde las prácticas comunicativas. Ante un nuevo actor que comenzó a organizar, representar y reproducir el sentido social, se produjo, además, una resignificación del rol de la política en tanto legitimada como organizadora de la institucionalidad social. Fue el paso de la política de representación a la representación mediática. Los representados ya no fueron los ciudadanos, de derecho a la cultura e identidad nacional sino la democracia de mercado: el derecho a la información, a la opinión y al consumo (Corea, Cristina, y Lewkowicz, Ignacio, 1999: 42-73).

Es entonces, en los escándalos mediáticos ligados a denuncias de corrupción, donde pudo verse con particular claridad la forma en que los periodistas aparecieron, frente a *la política*, como defensores de la *gente* y garantes de las instituciones democráticas. Espacio alternativo en oposición a *la política* y a *los políticos* a partir de la denuncia de los efectos de las políticas neoliberales en el malestar social. Al mismo tiempo, estos escándalos mostraron uno de los costados de la llamada “mediatización de la política”: la exacerbación de la lógica mediática, los sondeos de opinión, el auge de la imagen como estrategias del marketing político. Por



último, la crítica presentada por Corea y Lewkowicz apunta a la consolidación de un estilo periodístico que legitimó la enunciación mediática como forma de ejercicio de la política, profundizando el cinismo, la *antipolítica* y los imperativos del individualismo de la democracia de mercado.

Podemos analizar las problematizaciones teóricas producidas en torno a la relación “medios-política” y su vínculo con este nuevo espacio emergente del periodismo cuyas características se verán reflejadas en las formulaciones de las teorías de la opinión pública, que analizamos a continuación.

Funciones políticas latentes

El vínculo: medios –política– democracia ha estado presente en las discusiones en torno a la opinión pública. Las preguntas acerca del rol de los medios en el sistema democrático tienen sus primeros antecedentes en la propuesta de las “funciones políticas latentes” (Merton, Robert, 2002; Noëlle- Neumann, Elisabeth, 1995). Aquí se distingue entre *opinión pública* como racionalidad y su función manifiesta de proveer apoyo a la formación de opiniones y toma de decisiones en una democracia, y la función latente de la opinión pública como integración y control indirecto. La propuesta argumenta que los medios, además de brindar información, cumplen funciones políticas no explícitamente reconocidas por los profesionales de los medios, pero que producen efectos en el sistema político y en la opinión pública. Se señalan las funciones de integración axiológica, integración sociopolítica y de control indirecto, esta última, también llamada “*accountability* vertical mediática” (Menéndez, María Cristina, 2009).

Para Menéndez, la función de integración opera en dos dimensiones: una axiológica y otra sociopolítica. En cuanto a la dimensión axiológica, ésta se vincula con el concepto de legitimidad. Se refiere a la construcción de un marco valorativo a partir del cual se ordenan las conductas y se otorga validez a un orden político dado. Estos marcos valorativos permiten comprender explicativamente los modos de justificar la autoridad política, lograr su legitimidad y administrar los consensos.

Por otro lado, la función latente de integración opera en una segunda dimensión *sociopolítica*. La integración, en

este caso, supone que los medios de comunicación resultan canales para visibilizar demandas de sectores excluidos y, así, reclamar por la plena vigencia de los derechos civiles y sociales. Esta función remite a la operatoria de *denuncia* en tanto que supone que los medios de comunicación habilitan canales para evidenciar problemáticas y demandas no atendidas ni resueltas por el Estado ni por el sistema político. Así, la denuncia se legitima y configura como espacio político al mismo tiempo que se ejerce, fundamentalmente, desde la enunciación mediática (Corea y Lewkowicz, 1999).

Ignacio Ramonet plantea que el rol histórico de los medios de comunicación y de la prensa ha consistido en las democracias modernas en ser el *cuarto poder*, que en realidad se trata de un *contrapoder*, en tanto que resulta un recurso de los ciudadanos frente al abuso de los tres poderes tradicionales (legislativo, ejecutivo y judicial). La prensa se constituyó entonces como “la voz de los sin voz” (Ramonet, 2011:47).

De allí que el *cuarto poder* mantiene relación con la función de integración sociopolítica y con la función de control indirecto, también denominada “*accountability* vertical mediática”. Esta función se realiza primariamente a través del periodismo de investigación e implica la realización de un control indirecto mediático de los actos de corrupción que otorgan visibilidad a los actos ilegales, operando el ojo público y demandando respuestas políticas. De modo que, a través de este accionar los medios contribuyen a aumentar la eficacia del sistema político operando indirectamente como mecanismo de control y responsabilidad política que acciona de abajo hacia arriba, desde la sociedad hacia el poder político (Menéndez, 2009: 161-162).

Sin embargo, para Ramonet (2011), en los últimos veinte años, con el avance de la globalización económica, los medios masivos ahora se han sumado a los otros tres poderes dominantes: la política, la economía y las finanzas, y junto a estos someten, de la misma manera, a los ciudadanos. En este sentido, los medios concentrados –tanto gráficos como electrónicos– pueden obrar como oposición política encubierta aglomerando un importante sector de la derecha ideológica que defiende con igual intensidad la libertad de prensa, el *establishment* y los grandes capitales (Follari, Roberto, 2009).



Kirchnerismo e interpelación al poder mediático concentrado

A partir de diciembre de 2001, Kirchner pareció entender los cambios en los modos de aparición de las demandas que trajo ese momento. Particularmente en lo que respecta a los medios de comunicación, supuso un quiebre en lógica dominante de la política-mediática haciendo algo inédito en los últimos años, no ir a la televisión y adoptar una forma de hacer política fuera de la espectacularización mediática y sus imperativos de brevedad, gestualidad, liviandad, etcétera. Sin embargo, la prolongación estructural del ciclo kirchnerista respecto de la relación entre política y medios instaurada en 1990 tendrá continuidad⁷ hasta el 2009 con la presentación de la LSCA por el gobierno de Cristina Fernández.

⁷ El gobierno de Néstor Kirchner mantuvo una relación ambivalente con los medios: extendió por diez años las concesiones –inicialmente otorgadas por 15 años–, dando continuidad al ciclo anterior, hasta la presentación en el gobierno de Cristina Fernández de la LSCA.

Néstor Kirchner volvió a darle centralidad a la política en su carácter adversativo, agonal, polémico, es decir que volvió a dividir, como en la más pura tradición populista, el campo político en un *nosotros* y un *otros*, los enemigos del pueblo. Por otro lado, el kirchnerismo había mostrado, una concepción ideológica del rol del periodismo, la cual suponía una disputa por el contacto con los ciudadanos, y por lo tanto, una disputa *institucional* con la cual había que confrontar por los lugares instituidos de enunciación en el espacio público (Vommaro, 2008: 80-83).

El kirchnerismo focalizó en una interpelación y claro cuestionamiento a los medios como “informadores transparentes”. Así, desde sus inicios, se caracterizó por la decisión de intervenir sobre el espacio público mediatizado involucrando a las organizaciones de medios como actores políticos y a la cuestión mediática como “la madre de todas las batallas”. Una serie de medidas transformaron las legislaciones previas y apuntaron directamente a la economía política del sistema de medios: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el *Fútbol para Todos* y el juicio por Papel Prensa y posterior sanción de una ley que declara de interés público la producción y suministro de papel para diarios.

Ana Bizberge y Ariel Goldstein (2014) señalan un ciclo de conflictividad entre los gobiernos populares y los grupos de medios privados con intervenciones concretas de estos gobiernos al sistema de propiedad. Así, los autores ejemplifican cuando Cristina Fernández de Kirchner

denunció la diferencia entre el “país virtual” y el “país real”, que sería fabricada por los medios de comunicación, Lula da Silva señaló que los medios tenían un candidato opositor. También es el caso de Rafael Correa, quien se refirió al “terrible oponente que tienen los gobiernos progresistas de América Latina: las empresas de medios de comunicación que toman el lugar de los partidos de derecha en decadencia, hacen política descaradamente y tratan de desestabilizar y conspirar diariamente” (Goldstein, Ariel, 2014).

Pedro Santander (2014) señala que la noción “populismo”, tiene utilidad ideológica en la actualidad, en su empleo para describir negativamente a los gobiernos latinoamericanos que se apartan de las recetas del Fondo Monetario Internacional y del Consenso de Washington. El autor argumenta que si todo medio que asume que no es neutral estaría haciendo “periodismo populista” sería pues ese el caso de la mayoría de los *main stream media* en América Latina:

El *Mercurio* apoyando la dictadura de Pinochet en Chile; *Clarín* y *La Nación* apoyando explícitamente la dictadura argentina, *El Nacional* y *El Universal* de Venezuela apoyando el golpe de Estado de 2002 y todos ellos hoy apoyando claramente el modelo neoliberal y criticando toda intervención del Estado, por ejemplo, para regular los oligopolios mediáticos
Pedro Santander (2014: 47).

Esta extrema polisemia del concepto tiende a desprestigiar políticamente medidas que van en una dirección contraria al generalizado avance de las corporaciones sobre las comunicaciones sobre la base de ser consideradas *populistas* sin explicar a qué refiere específicamente este concepto.

Desde la perspectiva de la política de la comunicación, el enfrentamiento entre el gobierno nacional y el sector agropecuario iniciado en marzo de 2008 significó un episodio que marca el nacimiento de una nueva etapa del ejercicio periodístico. El fenómeno emergente de ese proceso histórico supone una toma de conciencia del comportamiento de los medios tradicionales de los grandes grupos mediáticos enfrentados con el gobierno kirchnerista. Supone además una ampliación de una red de medios vinculado a un activismo mediático tanto en el sistema de medios tradicional como en espacios descentralizados, como blogs y redes sociales.

Se da especialmente en el marco del último gobierno de Cristina Kirchner (2011-2015) el auge de programas dedicados



a la crítica de los medios, como los programas televisivos de la productora PPT (678, *Televisión Registrada* y *Duro de Domar*). Por otro lado son construidos como medios oficialistas o *alineados* al kirchnerismo los diarios *Página/12*, *Tiempo Argentino*, la revista semanal *Veintitrés* y varios programas de radio, en particular emitidos por *Radio Nacional*.

La ruptura del discurso uniforme del mapa mediático se evidencia en dos modelos opuestos: *Clarín* y *Página/12*. La opinión pública comienza a cuestionar las bases fundamentales de un periodismo construido a partir de medios que participaron de la dictadura y fueron funcionales al neoliberalismo. Muestra una crisis de legitimidad del periodismo, de la toma de la palabra pública, de los ideales sobre los que se ha instituido la profesión y de los modos en que informan los medios privados. La pregunta gira en torno a cómo construir un contradiscurso frente al hegemonizado por los multimedios privados bajo la bandera del periodismo tradicional de los grandes medios concentrados.

Por primera vez en la historia reciente de nuestro país, al menos desde 1983, el periodismo masivo debió tematizarse, hablar de sí mismo, justificarse, ser colocado como actor en la arena política, oficiando como opositor u oficialista, construido como aliado o como antagonista. Si en los 90 la crisis de representación política contribuyó al fortalecimiento de la legitimidad del espacio periodístico; es sin dudas, el kirchnerismo el momento político en el cual se produjo una clara interpelación al poder mediático.

Las consecuencias de esta crisis de legitimidad será una nueva incógnita luego de las medidas tomadas en la materia por el nuevo gobierno de Mauricio Macri. Mediante decretos de necesidad y urgencia (DNU) derogó los artículos de las leyes de medios y de telecomunicaciones que crearon las autoridades de aplicación⁸ AFSCA y al AFTIC –organismos autárquicos y descentralizados que funcionaban en el ámbito del Poder Ejecutivo– y ahora quedan bajo la órbita del Ministro de Comunicaciones creado bajo el decreto 13/2015. Asimismo el DNU 267/2015 destruye la LSCA y con ella los logros obtenidos por una de las leyes más debatidas en el país, que apuntó a representar la pluralidad de voces, de opinión y de decisión a través de reglas antimonopolio y la democratización del espectro radioeléctrico.

Si analizamos los contratos de lectura de la prensa que apoyó al nuevo gobierno de Macri, observamos que ésta no

⁸ Nota publicada por *La Nación*: <http://www.lanacion.com.ar/1855857-el-gobierno-reformula-la-afsca-y-modifica-la-ley-de-medios>.

presentó relativos cambios en cuanto a su posición frente a la última dictadura militar. En su primera editorial después del balotaje: “No más venganza”, el diario *La Nación* le dejó claro a su candidato electo qué concepto de *cambiamos* concebía: olvido por memoria, mentira por verdad, e impunidad por justicia⁹.

Reflexiones finales

El estudio reveló que el ejercicio del periodismo y de los medios supone una práctica articuladora histórica y políticamente situada. La búsqueda de un espacio enunciativo autónomo frente al poder político y estatal fue lograda inicialmente en la expresión de demandas de los organismos de DDHH y en la visibilización de las denuncias de las desapariciones en la dictadura. Posteriormente, la labor del periodismo de investigación develando hechos de corrupción, la formación de un público cada vez más masivo culturizado en los medios y el auge del periodismo de investigación contribuyeron a la consolidación y legitimación de los espacios privados de medios y del periodismo como un ámbito discursivo propio que garantizó la independencia, la neutralidad y la objetividad.

Estos rasgos estructuraron la identidad de un “dispositivo de denuncia”, caracterizado por el control indirecto del poder político y la representación de la opinión de “la gente, el público, los ciudadanos”. Así se conformó *el cuarto poder*, que ejerció una práctica legitimada como garante de la democracia en momentos de malfuncionamiento de los tres poderes tradicionales.

La emergencia de una identidad profesional, en este caso, del periodismo como sujeto político capaz de interpelar al poder político se sitúa en un contexto histórico particular de crisis de representación, de incremento de la problemática de la corrupción a nivel latinoamericano y de demanda al ausente Estado bienestarista. Aquí, el periodismo de denuncia, sumado a la crítica, la ironía y al uso de recursos del campo cine, el video y la publicidad, contribuyeron al fenómeno de “mediatización de la política”.

Los gobiernos populares latinoamericanos en general, y el kirchnerismo en particular, establecieron un quiebre en la relación con los medios de comunicación interpeándolos como actores políticos. La implementación de una serie de

⁹ La identidad editorial de los diarios no es objeto de estudio de esta investigación, pero basta retomar estos registros periodísticos para corroborar estos supuestos. Diario digital *Diagonales*. La Plata. Nota 24 de noviembre de 2015. <http://www.diagonales.com/mas-noticias/223202-periodismo-repudia-el-editorial-del-diario-la-nacion.html>



medidas, entre ellas la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, produjo una confrontación por la disputa del lugar simbólico, de representación de los ciudadanos, lugar legítimo del espacio político.

La interpelación del gobierno kirchnerista a los medios como actores políticos, representados por *Clarín* y *La Nación*, evidenció en la opinión pública el estilo informativo vinculado a las grandes empresas, aliadas de la dictadura, quienes encubrieron tras el velo de la *independencia*, su real oposición y su condición de adversarias a los gobiernos populares. Este nuevo ejercicio periodístico asumió una crítica a los medios y a los modos del periodismo en su pretención de *mostrar la verdad, los hechos tal como son*. Además, implicó un cuestionamiento hacia un estilo de prácticas que contribuyeron a consolidar el poder económico de las grandes empresas de medios bajo la bandera de “la neutralidad, la independencia y la objetividad”.

La interpelación del periodo kirchnerista hacia los medios demostró la relevancia del espacio mediático, como lugar simbólico estratégico. Asimismo, visibilizó la construcción del espacio enunciativo de *cuarto poder* a favor de los intereses económicos y simbólicos de los grandes grupos de medios.

Bibliografía

- BIZBERGE, Ana, y GOLDSTEIN, Ariel (2014). Gobiernos progresistas y medios de comunicación privados: debates y reflexiones. Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe. En *Observatorio Latinoamericano*, N° 14, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, pp. 10-19. Recuperado el 8 de enero de 2015, de <http://iealc.socials.uba.ar/files/2011/06/Observatorio-Latinoamericano-14-medios.pdf>. pp. 10-19.
- BORRAT, Héctor (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gili.
- BORRELLI, Marcelo (2013). *Por una dictadura desarrollista: el diario Clarín durante los años de Videla y Martínez de Hoz (1976-1981)*. Clase dictada en el seminario “Los medios de comunicación como actores políticos: desafíos para el análisis actual en sociedades latinoamericanas”, CAICYT, CONICET. Recuperado el 13 de junio de 2013 de <http://cursos.caicyt.gov.ar/>.
- COREA, Cristina y LEWKOWICZ, Ignacio (1999). *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*. Buenos

- Aires: Editorial Lumen/Humanitas.
- DÍAZ, César (2011). *La Nación y Clarín frente a la violencia política (1976-1980). Dos casos de periodismo hermesiano*. En SABORIDO, J., y BORRELLI, M. (coords.) *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Buenos Aires: Eudeba.
- FERNÁNDEZ, Mariano (2014). Periodismo y política en la Argentina kirchnerista: disputas por la intermediación en el espacio público. Un análisis desde la perspectiva de la mediatización. En GINDIN, I. L. (coord.) *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas: reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario (UNR) Editora, pp. 37-62.
- FOLLARI, Roberto (2009). Los grandes medios como oposición encubierta. En *Jornadas Internacionales de Estudios sobre Políticas de Comunicación. II Coloquio Argentina- Brasil de Ciencias de la Comunicación*, (Versión CD). Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo.
- FRANCO, Marina (2002). La “campana antiargentina”: la prensa, el discurso militar y la construcción de consenso. En CASALI DE BABOT, J., y GRILLO M.V. (eds.), *Derecha, fascismo y antifascismo en Europa y Argentina*. Tucumán: Universidad de Tucumán, pp. 195-225.
- GAGO, María Paula, y SABORIDO, Jorge (2011). Somos y Gente frente a la guerra de Malvinas: dos miradas en una misma editorial. En SABORIDO, J. y BORRELLI, M. (COORDS.), *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Buenos Aires: Eudeba.
- MARINO, Santiago, y POSTOLSKI, Glenn (2006). Relaciones peligrosas. Los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios. En *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. 8, N°1, San Cristóbal, Brasil. Recuperado el 5 de abril de 2013, de <http://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/299/286>.
- MENÉNDEZ, María Cristina (2009). *Política y Medios en la era de la información*. Buenos Aires: La Crujía.
- MERTON, Robert (2002). *Teoría y Estructura Sociales*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.
- NOËLLE-NEUMANN, Elisabeth (1995). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública. En FERRY, J. M., WOLTON, D., y otros. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.



- PORTA, María Sol (2011). Ascenso y caída de un 'interlocutor válido': Confirmado (1976-1978). En SABORIDO, J., y BORRELLI, M. (coords.) *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Buenos Aires: Eudeba, pp. 299-334.
- RAMONET, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo. Internet pone en jaque los medios tradicionales*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- SANTANDER, Pedro (2014). Nuevas leyes de medios en Sudamérica: construyendo una relación entre democracia y medios no mediada por el mercado. En *Observatorio Latinoamericano, Dossier Medios y Gobiernos Latinoamericanos en el S. XXI: las tensiones de una compleja relación*, N° 14, pp. 39-53. Recuperado el 8 de enero de 2015, de <http://iealc.sociales.uba.ar/files/2011/06/Observatorio-Latinoamericano-14-medios.pdf>.
- SIDICARO, Ricardo (1993). *La política mirada desde arriba: las ideas del diario La Nación*. Buenos Aires: Sudamericana.
- VARELA, Mirta (2001). Los medios de comunicación durante la dictadura. Silencio, mordaza y optimismo. En *Revista Todo es Historia*, Año 34, N° 404. Recuperado el 18 de agosto de 2013, de http://issuu.com/rehime/docs/mirta_varela_-_2001_03_-_todo_es_historia_404.
- VITALE, María Alejandra (2009). La dimensión argumentativa de las memorias discursivas. El caso de los discursos golpistas de la prensa escrita argentina (1930-1973). En *Revista Forma y Función*, Vol. 22, N°1, Bogotá, Colombia. Recuperado el 14 de noviembre de 2014, de <http://www.scielo.org.co/pdf/fyf/v22n1/v22n1a06.pdf>.
- VOMMARO, Gabriel (2008). *Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina*. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.
- WAISBORD, Silvio (2002). Interpretando los escándalos. Análisis de su relación con los medios y la ciudadanía en la Argentina. En PERUZZOTTI, E., y SMULOVITZ, C. (eds.), *Controlando la política. Ciudadanos y medios en las nuevas democracias latinoamericanas*. Buenos Aires: Temas, pp. 289-325.

Fecha de recepción: 9 de julio de 2016
Fecha de aceptación: 23 de febrero de 2017



Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional

