

II Jornadas de estudios de América Latina y el Caribe: desafíos y debates actuales

24, 25 y 26 de septiembre de 2014

Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires

Eje 1: *Medios de comunicación y cultura*

Lic. Julia de Diego

juliadediego@yahoo.com.ar

CONICET-IdIHCS (FaHCE-UNLP)

El conflicto entre periodismo y poder político en la América Latina post-neoliberal

La interpelación populista de los líderes de Ecuador y Argentina

Es parte de la escena mediática actual latinoamericana el cruce de diatribas entre los principales referentes del periodismo de empresas comerciales híper-concentradas y los mandatarios del *giro a la izquierda* (Levistky y Roberts, 2011) en la región. Los líderes políticos acusan al periodismo de responder a intereses espurios que buscan socavar las bases de su poder, mientras que muchas de las principales plumas periodísticas denuncian a los líderes por considerarlos obstáculos a la libertad de expresión.

Estas son polémicas públicas a las que asisten cotidianamente los consumidores de los productos periodísticos, y, así como también, proveen el material empírico para problematizar en un nivel más profundo el tipo de concepción que los gobiernos post-neoliberales construyeron acerca del rol del periodismo, de las empresas de medios y de la mediatización en las sociedades contemporáneas. Hay en las críticas de los líderes políticos hacia la palabra mediática un cuestionamiento a las condiciones productivas de esos discursos, la cual nos conduce a plantearnos diversos interrogantes: ¿son estas, parte de una concepción programática inherente a las nuevas izquierdas? ¿son producto de la articulación de demandas sociales¹? ¿devienen de la propia dinámica del conflicto que ha confrontado -al menos a nivel de los discursos públicos- a estos gobiernos con

¹ Por cuestiones de recorte, dejaremos a un lado la cuestión de las demandas sociales en la configuración comunicacional de los nuevos gobiernos de la región. Según Ramos, para el caso ecuatoriano “Las vehementes interpelaciones que realiza el Presidente a las empresas mediáticas (...) se apoyan, a nuestro entender, en la identificación de un conjunto de demandas de las audiencias, que se han mantenido insatisfechas por largo tiempo. Este es el telón de fondo del ‘episodio contencioso’” (Ramos, 2013: 69)

los intereses concentrados de los grandes medios? ¿o responden a una lógica más compleja que emerge en la combinación de ciertas concepciones ideológicas², potenciadas por las polémicas coyunturales?

Nosotros nos orientamos a pensar desde este último interrogante, valorizando así un marco interpretativo que concibe a las nuevas izquierdas como proyectos inclusivos con un fuerte rol del Estado como regulador de la economía y de las problemáticas sociales y piensa una comunicación política generadora de pluralidad mediática y de una intervención de lo público en el espectro mediático (con la sanción de diversos marcos regulatorios).³ Al mismo tiempo, estas características político-ideológicas se articulan con aristas discursivas que protagonizan conflictos políticos activadores -en su nivel polémico-discursivo- en la esfera pública de disputas simbólicas en la relación periodismo-política.

La potencialidad de trabajar con los casos de Rafael Correa (2007-actualidad), en Ecuador, y los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-actualidad), en Argentina, radica en que, aún las coyunturas nacionales diferenciales nos permiten pensar en una configuración similar de las concepciones que los líderes políticos desarrollaron -teniendo en cuenta la incidencia del conflicto- sobre el rol del periodismo y la comunicación política.

Proponemos para esta ponencia, un abordaje que tenga como clave de lectura la mirada sobre los liderazgos y sus producciones discursivas. La categoría laclausiana de populismo nos habilita a pensar en un tipo de dinámica política basada en la inclusión radical de quienes antes no tenían voz (Barros, 2006), articulando sus demandas a partir de un ejercicio de interpelación que traza una frontera entre el pueblo, -la comunidad que queda articulada a partir del nuevo esquema de inclusión-, y el no-pueblo que queda por fuera de la frontera y que acecha contra la identidad que condensa el líder populista

² Para varios autores, el componente programático del giro a la izquierda incidió en la relación medios-gobiernos. Uno de los presupuestos que guía el trabajo de de Moraes (2011) es que el conflicto con los medios de comunicación emerge a partir de las políticas comunicacionales que buscan implementar los líderes políticos, en las que el Estado aparece como regulador del espectro radioeléctrico, marcando una posición democratizadora y antimonopólica. De allí que las elites y los grandes medios fueran los mayores obstáculos. “Las corporaciones resisten y seguirán resistiendo someterse a restricciones legales que afecten la autonomía conquistada en décadas de complicidad con sucesivos gobiernos (...) los grupos mediáticos van a oponerse cada vez que se toque su privilegio de reflejar la voluntad general” (ídem: 113).

³ Según de Moraes, hay un consenso entre los “gobiernos progresistas” de la región, sobre la “necesidad de ampliar la participación del poder público en los sistemas de información y difusión cultural, a través de actitudes articuladas que resulten en la renovación de leyes y marcos reglamentarios de las concesiones a radio y televisión; en la descentralización de los canales de transmisión; en el apoyo a producciones audiovisuales independientes; en más ecuanimidad en los accesos al conocimiento y las tecnologías; en la generación y distribución de contenidos regionales y locales sin fines comerciales” (2011: 51).

(Laclau, 2008). Esta categoría nos brinda un marco interpretativo para comprender el tipo de concepción comunicacional que estipulan los gobiernos del giro a la izquierda y los debates que esto origina en relación con ciertos intereses mediáticos. Es hacia allí donde apunta el presente trabajo: indagar en torno a las formas en que la lógica política populista logró delinear discursivamente una frontera entre los que pertenecen al pueblo y los enemigos de este pueblo, en donde se incluye a gran parte del periodismo producido por capitales concentrados, asociándolo a la derecha, al neoliberalismo, la partidocracia, etc. Pondremos en discusión la bibliografía analítica respecto del tema, de manera que nos permita comparar los aspectos que se dirimen en el espacio público desde el punto de vista de las intervenciones presidenciales.

Populismo, conflicto y giro a la izquierda

Partimos del supuesto de que las políticas y lecturas acerca del periodismo y la comunicación política se configuraron a partir de la articulación que lograron los líderes políticos de un entramado compuesto por demandas sociales, pretensiones ideológicas y programáticas y la propia dinámica del conflicto político. Como dice Orlando (2011), nunca antes la comunicación mediática había sido tan discutida: se debate en el espacio público, de modo inédito, el estatus que tienen los medios de comunicación en la construcción del orden democrático contemporáneo, así como los vínculos de disputas, traducción y retraducción que estos mantienen con el poder político. Este cuestionamiento implica una revisión acerca de los límites del sistema mediático para incidir en la configuración democrática y de la condición de la prensa como agente que construye una discursividad política propia.

Veamos, entonces, algunos trazos de lo que se consolidó como *giro a la izquierda* y las categorías teóricas que clarifican la lectura sobre este fenómeno.

La crisis de los gobiernos latinoamericanos que habían sido fieles seguidores de los preceptos del Consenso de Washington dio lugar al surgimiento de líderes preocupados por sanear las enormes desigualdades dejadas por la etapa neoliberal. Estos fueron denominados como gobiernos *post-neoliberales* (Sader, 2008), los cuales albergaron en su seno diversos proyectos políticos pertenecientes al *giro a la izquierda* (Levitsky y Roberts, 2011), o el ascenso de *la/s nueva/s izquierda/s latinoamericana/s*. (Natanson, 2008; Rodríguez Garavito y Barrett, 2005).

Fue posible el advenimiento de estos nuevos actores políticos, a partir de una confluencia de factores de la dinámica política internacional, de la injerencia de determinadas tradiciones de los movimientos y las personalidades, así como también de la consolidación de nuevos sujetos que dieron apoyo a sus respectivas arquitecturas políticas. Para Bobbio (1995) la izquierda puede definirse en su generalidad como la corriente política que propende las iniciativas contra la desigualdad en el centro de la acción y que desarrolla estrategias para reducirla. Esta se contrapone a la visión de derecha, la cual considera a la desigualdad como inherente a la condición humana. Este elemento nos sirve para enmarcar conceptualmente a los gobiernos que aludimos: buscan mejorar la situación social en un contexto de superación de la agenda neoliberal, de la mano del desarrollo, la redistribución y protección social, teniendo como dos pilares fundamentales la recuperación del rol regulador del Estado y un horizonte de integración regional que fortalezca los lazos, no solo económicos, sino también políticos y culturales.⁴

Es posible abordar esta propuesta inclusiva post-neoliberal bajo la categoría de populismo, la cual, según Laclau (2008), remite a una dinámica política a partir de la cual una serie de demandas populares fueron articuladas por los diferentes líderes, logrando así la consolidación de fuerzas hegemónicas. La interpelación discursiva de los mandatarios construye un pueblo dañado, al cual incluye y, en ese proceso, otorga su propia plenitud en tanto comunidad. El Estado reparador retorna como espacio articulador de estas dinámicas y también como ámbito desde donde planificar impulsar la inclusión social (la cual contempla una concepción de comunicación pública más inclusiva y plural de la que primó en los '90). Es así que *lo otro*, lo diferente al pueblo, se transforma en su propio antagonista y queda por fuera de su identidad como tal. El discurso populista de los líderes latinoamericanos traza una frontera entre el pueblo y los enemigos del pueblo, frente a los cuales es necesario defenderse y es allí donde se ubica a los grandes medios de comunicación de capitales privados.

Esta lógica discursiva populista forma parte de una dinámica del conflicto que han dinamizado los gobiernos post-neoliberales, frente al imaginario neoliberal que promovía el consenso como horizonte posible en la enunciación política. Dice Stoessel

⁴ Si bien este criterio es aglutinador, existen múltiples diferencias entre los gobiernos del giro a la izquierda, cuyo conjunto asume entonces rasgos heterogéneos. Es así que muchos analistas han intentado criterios de clasificación que permitieran establecer distintos sub-grupos dentro de este *giro* político. Hay quienes, por un lado, abonan a la teoría de la existencia de “dos izquierdas” en la región (Paramio, 2007; Petkoff, 2005; Castañeda, 2006) y otros que la cuestionan por diversos motivos (Ramírez Gallegos, 2006; de Sousa Santos, 2005; Saint-Upéry, Marc, 2008).

(2012) que, mientras que el liberalismo político propone neutralizar los conflictos a través de los canales institucionales tradicionales, como los partidos políticos y el Parlamento, partiendo del supuesto de que el mejor régimen democrático era aquel que se desarrollaba en un marco carente de conflictividades, hoy en día la política democrática le otorga una centralidad ontológica al antagonismo haciendo hincapié en las características que adopta su activación. La misma autora concluye que existe una “dimensión instituyente del conflicto a través del desplazamiento y superposición de lógicas políticas orientadas a lograr una eficacia hegemónica”, las cuales ceden ante una lógica populista que dicotomiza el espacio social entre “nosotros” y “ellos”. Dice Borrat, en este sentido, que

El conflicto puede servir a funciones de comunicación interna entre los miembros de un grupo, definiendo las fronteras del grupo o intensificando las lealtades grupales.

Hasta cierto punto, pues, el conflicto social incrementa la comunicación social entre los miembros del grupo; hace caer ciertas diferencias en favor de una unidad amplia: refuerza las señas de identidad. (1989: 26)

Desde el punto de vista de la enunciación política, el “nosotros” tiene que ver con el discurso de los líderes, mientras que el “ellos” alude a sus enemigos, -en el caso que nos ocupa-, a cierto periodismo y las empresas de medios de comunicación. Se despliega así una dinámica política que pone en un primer plano la dimensión confrontativa del discurso político, rasgo que, según Verón, es definitorio de ese tipo de discursividad: “implica *enfrentamiento*, relación con un *enemigo*, *lucha* entre enunciadores.” Es en este sentido, que la palabra política “parece inseparable de la construcción de un *adversario*.” (1987: 16) Metafóricamente, todo discurso político está habitado por otro negativo que Verón denomina *contradestinatario*, y también construye un Otro positivo, aquel al que el discurso está dirigido, el *prodestinatario*. Lo cual sustenta, decimos nosotros, la pertenencia inherente del conflicto.

El lugar que ocupó el periodismo de los multimedios en este tipo de interpelación populista tuvo que ver con un doble fenómeno de politización de lo mediático, que operó en el cuestionamiento de los procesos de construcción discursiva sedimentados de los periódicos (y otros productos) y una intervención de los discursos de algunas empresas periodísticas, en tanto “actores políticos” (Borrat, 1989). Algunos se consolidaron como opositores en las principales discusiones del campo político y la sociedad; otros, se posicionaron cerca del oficialismo, respaldando a intelectuales, publicaciones, programas de televisión, emisiones de radio, blogs, etc. que defendieron

la política de los gobiernos y tematizaron la producción discursiva de la prensa “opositora” como instancia de manipulación política.

Los medios de comunicación se transformaron en poderosos grupos económicos, consolidados en los 90, a partir de las reformas legislativas que sustentaron el proyecto económico de la concentración multimedial. Los aspectos jurídicos favorables a la concreción de negocios millonarios para las grandes empresas del sector se mantuvieron y, así, acumularon capital simbólico y económico y fortalecieron su posicionamiento político en el espacio social. También, diversificaron sus inversiones en otros rubros empresariales y acrecentaron los intereses y alianzas estratégicas.

El conflicto político también resulta una dimensión constitutiva de la producción de discursos periodísticos. Dice Borrat en relación con el periódico que percibirlo como “como actor del sistema político es considerarlo como un actor social puesto en relaciones de conflicto con otros actores” (1989: 14). Para este autor, los conflictos se desatan cuando existe un bien siempre escaso que está en disputa, lo cual define al ámbito político en función de la disputa por el poder. En el caso de los medios en América Latina, arriesgamos la hipótesis de que lo que está en disputa es la configuración de colectivos, al momento de trazar horizontes políticos diversos (liderazgos convenientes, rol del Estado, políticas sociales, etc.) Si bien, como dice Verón (1998) los colectivos que construye el discurso periodístico no son de la misma naturaleza a los que apunta el político⁵, en el contexto actual, en el que los distintos medios ingresan con sus producciones en los conflictos políticos como protagonistas, se

⁵ En un escrito anterior (de Diego, 2014) consideramos que el discurso político y el discurso periodístico responden a lógicas productivas diferentes. Siguiendo a Verón (1998), decimos que el discurso informativo está determinado por las lógicas del corto plazo, de la información como mercancía y, generalmente, construye colectivos difusos cuya unidad responde a su posición en tanto consumidores de cierta información. El discurso político adquiere la capacidad de construir colectivos sociales de largo plazo en condiciones socio-históricas que lo permitan.

La fusión que reconoce Verón (1998) entre política y medios tiene que ver con la *mediatización de lo político* que da cuenta del proceso que fortaleció la centralidad de los medios de comunicación, extendiendo una lógica unidimensional del corto plazo, vehiculizada por una información-mercancía. Paralelamente, evoluciona la comunicación política en favor de la lógica unidimensional del target, del marketing.

Los nuevos líderes (no solo los latinoamericanos) transforman así el tipo de vínculo entre representantes y representados en el que pasan a intervenir fuertemente los medios de comunicación como posibilitadores de este canal y agentes clave en la definición de los procesos políticos. Cada candidato puede ahora comunicarse directamente, sin la necesaria intermediación de los partidos. (Manin, 1997: 220) En esta escena, los políticos adquieren “*media talents*” que les permiten, en muchas ocasiones, acceder al poder y construyen estrategias electorales que se basan en la construcción de “*vague images*”, en las que ocupa un lugar destacado la personalidad de los líderes. Más que por pertenecer a determinada estructura partidaria, se distinguen del resto de la población a partir de su ocupación, cultura y estilo de vida. (Manin, 1997: 193)

activa la disputa en el plano de la destinación y la coyuntura se vuelve un dato central en el reposicionamiento.

Ecuador y Argentina en perspectiva comparada

Las dimensiones analíticas que nos permiten pensar a los gobiernos kirchneristas y correísta como parte del giro a la izquierda latinoamericano nos habilitan a entender sus concepciones rupturistas sobre el rol del periodismo y las empresas de medios, las cuales se imbrican en contextos políticos y culturales particulares. Nos referimos a un marco interpretativo que hace confluír una vuelta del Estado como institución central, una revalorización de la democracia, la construcción de un discurso con rasgos populistas y la ponderación y promoción de la unión latinoamericana. Los discursos de la prensa se tornan producciones de sentido que intervienen en los debates en torno a la democratización, articuladas con respuestas de un Estado que busca enfrentar las desigualdades sociales bajo los liderazgos de actores políticos que, al asumirse de izquierda, deben responder a demandas de sanear los déficits democráticos del campo mediático.

Los casos de Rafael Correa, en Ecuador, y los gobiernos de Néstor Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner, en Argentina, manifestaron un desarrollo problemático similar, aunque expresaron diferencias si observamos más de cerca la complejidad del asunto. Solo por nombrar algunas de ellas, en Argentina, ambos líderes se insertan en la larga tradición del peronismo, la cual también ha concebido -salvando las distancias históricas- a las empresas de medios de comunicación como opositoras políticas; mientras que la Revolución Ciudadana es un movimiento novedoso sin un anclaje partidario marcado. En el campo periodístico, a pesar de la fuerte impronta del conflicto, los productos informativos argentinos han manifestado -a nivel discursivo- varios matices y una diversidad un poco mayor al caso ecuatoriano, en el que las principales publicaciones se abroquelaron en una fuerte oposición política y las experiencias de medios oficialistas han fracasado en captar lectores.

Puntualmente hablando de los aspectos populistas de los discursos presidenciales respecto de los medios y el periodismo, encontramos una diferencia sustancial entre Argentina y Ecuador es la radicalidad en la aplicación de las medidas y de las interpretaciones respecto de la comunicación. La gestión de Néstor Kirchner fue

transicional, en este sentido, pero marcó el desarrollo de una concepción comunicacional que en la gestión de Cristina tomaría su forma más concreta. Se potenció entre 2003 y 2007 una confrontación discursiva (Kitzberger, 2011; Vincent, 2011) que, a nuestro juicio, tuvo un estatus superior al de un cruce verbal, dado que, sus efectos revelan una concepción elaborada sobre la comunicación política y sobre el rol de los medios en las democracias. (Fernández, de Diego, 2011) En este caso, la dinámica del conflicto periodismo-poder político hizo mella en la consolidación de una visión programática acerca del rol de los medios que se aplicó con fuerza durante el gobierno de Cristina Fernández (sobre todo a partir del conflicto entre el Gobierno y el sector agropecuario en 2008), momento en que se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

En Ecuador, la Revolución ciudadana asumió con las pretensiones programáticas respecto de los medios y buscó aplicarlas desde el inicio de su gestión tomándola como bandera de la lucha contra los sectores del poder concentrado, especialmente el sistema financiero. Allí el conflicto se desató inmediatamente y, pronto, se polarizaron posturas irreconciliables.

Como anticipamos, indagamos ambos casos en torno a las formas en que la lógica política populista logró delinear en la interpelación discursiva de los líderes una frontera entre los que pertenecen al pueblo y los enemigos de este pueblo, en donde se incluye a gran parte del periodismo producido por capitales concentrados.

Para llevar a cabo la comparación de acuerdo al marco conceptual trazado, nos referiremos a dos dimensiones que construimos teniendo en cuenta los aspectos populistas de las enunciaciones políticas: la no mediación y la interpelación con rasgos populistas.

La no mediación

Una de las características que definen la concepción de los líderes del giro a la izquierda sobre la comunicación política es la pretensión de un contacto directo con la ciudadanía, rechazando la mediación periodística (conferencias de prensa o entrevistas, crónicas, etc.) como vía de difusión de sus mensajes a la sociedad. Dado que los medios serían, en su concepción, agentes que tergiversan los mensajes, se establecen mecanismos que, sin escapar a la mediatización (dado que utilizan lenguajes y dispositivos mediáticos) buscan eludir al periodismo como traductor público de los mensajes políticos.

Si bien Néstor Kirchner dio algunas entrevistas y visitó programas televisivos en los primeros años de su mandato, paulatinamente su discurso comenzó a presentarse como hablándole directamente a la ciudadanía, instalando las críticas a la calidad y a la veracidad de las formas de constitución de la noticia (pensemos en los slogans “Clarín miente”; “TN, Todo Negativo”). Este proceso se potenció con el despliegue de lo que Sarlo denominó “dispositivo cultural kirchnerista”, que “comprende iniciativas prácticas descentralizadas, aunque convergentes en sus objetivos, y una red de discursos e intervenciones que reúne instituciones del Estado, pero también formaciones de la sociedad civil.” Menciona ciertos medios como *Página/12* y le otorga una gran importancia al programa televisivo 6, 7, 8 como “un centro del dispositivo cultural” que “dio lugar a una comunidad de audiencia.” (*La Nación*, 29.4.10) Lo que estaba en juego era una disputa por la legitimidad de la representación: quiénes podían hablar en nombre de la ciudadanía.⁶ El mandatario y todos sus funcionarios guardaban celosamente la posibilidad de determinar lo que se transmitía de sus actos y alocuciones públicas, retaceando en modo creciente las entrevistas y las conferencias de prensa (hasta pasar a ser un práctica inexistente) y una cobertura mediante el envío de “mensajes enlatados” hacia los canales privados de televisión, filmados por una productora contratada específicamente (O’Donnell, 2007).

El caso de Cristina Fernández fue emblemático en este sentido, ya que -si bien en este año autorizó a su jefe de gabinete a realizar conferencias de prensa y en 2013 brindó algunas entrevistas televisivas- profundizó la modalidad del “discurso directo” (aunque, como dijimos, este no es posible sino a partir de la mediatización). La comunicación política se basó en la intervención en actos públicos masivos e introdujo una novedosa modalidad: la profusa emisión de cadenas nacionales radiales y televisivas, en las cuales la mandataria realizó anuncios de toda índole.

En el caso ecuatoriano, Correa lideró diversas estrategias de comunicación oficial, como por ejemplo el enlace radiofónico sabatino⁷ y la creación de medios

⁶ En uno de sus discursos Kirchner afirmó que “El único sector de poder que va permanentemente a elecciones es la política; los poderes económicos no van a elecciones, el poder mediático no va a elecciones, sí hablan de todo pero no van a elecciones, el poder económico también opina sobre todo pero es el poder económico, tampoco se elige y los que permanentemente tenemos que ir a medir nuestra representatividad con la sociedad, somos nosotros.”(Kirchner, 31.5.2005)

⁷ Estas emisiones conllevan, según Reyes Aguinaga (2010), un triple propósito: 1) consolidar una “tarima permanente” para Correa desde la cual se generaron fricciones con opositores que cuestionaron el espacio; 2) establecer un “nuevo espacio de visibilización personal y de enunciación discursiva sin los intermediarios tradicionales de la política en las democracias liberales contemporáneas como son los medios masivos de comunicación.” (2010: 166); 3) determinar espacios estratégicos desde los cuales el

públicos en los que utilizó “los mismos códigos y modalidades expresivas utilizados por los medios de masas”⁸, echando mano de “formas expresivas sencillas e impactantes, coincidentes con los códigos y lenguajes mediáticos (...) el gobierno ha sabido incorporar aquellas condiciones que guían lo noticiable en los medios, para sostener su propia agenda comunicacional.” (Cerbino y Ramos, 2011: 139 y 156). En estas intervenciones en la agenda pública, se pone de manifiesto una clara intención de hablar a las mayorías, aproximándose a su cotidianidad y a sus prácticas (ídem: 153).

En esta construcción específica de la comunicación política, la figura presidencial se consolidó como el epicentro de la enunciación política y configuró un espacio de visibilización personal y de expresión sin intermediarios. Según Kitzberger (2014), este posicionamiento enunciativo se complementa con la redistribución efectiva del poder mediático⁹, propulsando la construcción de un *dispositivo contrahegemónico gubernamental*. Es así que, como sostiene Ramírez Gallegos, la Revolución Ciudadana “ha otorgado un lugar central a los instrumentos de la publicidad en su estrategia política” que habla a las claras de lo que el autor denomina “sutil realismo sociológico”:

no tiene sentido procurar la movilización de una sociedad harta y distante de la política. Se trata, más bien, de interpelarla como opinión pública y de hacerle ver –televisión mediante– los logros del Gobierno. Nada hay más efectivo para llegar de modo directo a la gran masa de ciudadanos aletargados y desorganizados que el despliegue mediático. (Ramírez Gallegos, 2010: 191)

Aunque este no baste para “generar vínculos políticos ni espacios reales de participación e interlocución con los actores realmente existentes.” (ídem)

La exposición de la figura presidencial como vocera privilegiada orienta las críticas opositoras al “estilo prepotente” y “autoritario” de Correa, situación que según Ramos no corresponde a una oposición efectiva al estilo de comunicación política, sino

Presidente identificó a los “tres grandes adversarios de los cambios estructurales que ha prometida sus lectores, en referencia a la ‘partidocracia’, las élites de poder económico y los medios de comunicación.” (ídem).

Dice Kitzberger que “En los enlaces sabatinos funcionó regularmente un segmento llamado ‘La libertad de expresión ya es de todos’ dedicado a cuestionar o deconstruir discursos, desmentir informaciones y exhibir imprecisiones e intencionalidades de la prensa.” (2014).

⁸ Según Cerbino y Ramos, en Ecuador existe una paradoja de la relación medios-gobierno, dado que el escenario de su polémica es “el mismo espacio mediático” (2011: 155). A propósito de esto, sostiene Ramírez Gallegos que “la escena mediática se ha convertido en tiempos de la RC [Revolución Ciudadana] en el principal terreno de la disputa política”, en un marco de “debilidad de los movimientos sociales, de la recomposición del sistema de partidos y del arrinconamiento de la derecha en las arenas institucionales”. De allí que el autor establece una crítica: “La intensa movilización comunicacional del régimen (...) es inversamente proporcional a su capacidad de construcción organizativa.” (2010: 181).

⁹ Kitzberger (2014) resaltó la alteración de la economía política del sector mediático, a partir de ofensivas que afectaron la propiedad y la estructura del negocio en el sector de los medios comerciales. También colocó al Estado en primer plano con la creación de los medios públicos.

a las “previsibles disconformidades y disputas que está produciendo en las tradicionales élites sociales y políticas el hecho de que el Gobierno tome decisiones que afectan intereses que históricamente nunca fueron cuestionados.” (Ramos, 2013: 76).

Interpelación con rasgos populistas

Como venimos diciendo, tanto en el caso argentino, como el ecuatoriano, se construye una interpelación a la sociedad con discursos populistas en los que se traza una frontera que ubica a los medios y la prensa como instrumentos ideológicos de los enemigos del gobierno y del “pueblo” al que representan y reivindican. A partir de las reformas en la comunicación y también de las denuncias hacia el periodismo y las condiciones de producción de sus discursos, se desataron conflictos políticos que potenciaron la visión dicotómica del discurso político y la confrontación con las empresas de medios. En ambos países, los medios de capitales privados asumen el lugar de “opositores” políticos, produciéndose una tendencia hacia un doble alineamiento entre los medios hegemónicos como oposición y los medios estatales o privados ligados al Estado, como apoyo a los gobiernos. Se desata una *disputa cultural-ideológica* (Rosso, 2008), en la que los medios se abroquelan sobre la definición clásica de sí y los gobiernos pugnan por instalar su propia concepción.

La bibliografía que analiza esta problemática (desde una perspectiva favorable a los liderazgos post-neoliberales) coincide en advertir una conflictividad que se traduce, en una “lucha por la legitimidad” (Reyes Aguinaga, 2010) y por “la hegemonía política y cultural” (de Moraes, 2011) que demarca dos grandes grupos intervinientes en la contienda desde un criterio político-ideológico. Por un lado, se encuentran los gobiernos del giro a la izquierda que buscan transformar la hegemonía mediática a partir de hacer intervenir al Estado en pos de una democratización y pluralización de la comunicación. Por otro, los grupos de capitales concentrados que manejan los medios de comunicación con mayor llegada y buscan mantener su poderío económico y denunciar las políticas como ataques a la libertad de expresión:

Las corporaciones resisten y seguirán resistiendo someterse a restricciones legales que afecten la autonomía conquistada en décadas de complicidad con sucesivos gobiernos (...) los grupos mediáticos van a oponerse cada vez que se toque su privilegio de reflejar la voluntad general (...) Resistir puede ser también la palabra de orden de las elites hegemónicas cuando son enfrentadas por la emergencia de nuevos consensos contrarios al régimen del capital y la lógica de las finanzas. (de Moraes, 2011: 113 y 114)

Quizás desde una posición algo extrema (sobre todo para el caso argentino) Follari (2011) considera a los medios como portadores de una “intencionalidad destituyente” la cual atenta contra “las autoridades legítimamente elegidas”. Más allá del posicionamiento político al que lleva este planteo, lo interesante es que resalta la modalidad que tienen los medios de encubrir discursivamente la oposición política que manifiestan frente a los gobiernos de los Kirchner y Correa. Según el autor, estos aparecen como humanistas, pero defienden a la vez al *stablishment* y los grandes capitales. No se asumen como oposición, pero sí despliegan “modalidades operativas” diversas que, entre otras cuestiones, hacen aparecer a los gobiernos de derecha como *pacíficos*, y a los que no lo son, como *confrontativos*, beligerantes y levantiscos. Es así que “la ocultación de la propia ideología, el disimulo sistemático de la misma, es un supuesto fundamental de la campaña mediático-opositora. Es lo que le permite sostener su llegada masiva, y legitimar su rol como si fuera socialmente admisible.” (Follari, 2011)

Durante la presidencia de Kirchner, se potenció en forma creciente una confrontación discursiva que, tal cual consignamos, no reveló los rasgos psíquicos de una personalidad impulsiva, propensa al enojo e intolerante con las críticas (como indican sus detractores) sino el desarrollo de una concepción elaborada sobre la comunicación política y los medios.¹⁰ Mientras que en los gobiernos previos, los choques con la prensa fueron ocasionales, Kirchner tuvo en el periodismo un eje privilegiado de crítica en sus discursos públicos. Como lo muestra Vincent (2011), el mandatario hizo eje en el rol de la prensa, al punto de que en casi dos tercios de sus discursos públicos mencionó -en la mayoría de los casos para cuestionar su desempeño- al periodismo. De modo que en la confrontación discursiva se deja traslucir una voluntad política marcada por la decisión de arrastrar al periodismo a la contienda política, o mejor dicho, por mostrar que el periodismo ya estaba jugando ese juego, y por lo tanto, un intento persistente por blanquear esa intrusión. La prensa queda así

¹⁰ Solo por consignar un caso, desde 2005, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) se ubicó en una postura muy crítica respecto de lo que ella misma consideraba agresiones a la prensa desde el discurso de Kirchner. Luego de una visita a Buenos Aires en la que una comisión se entrevistó con funcionarios, líderes políticos y periodistas, emitieron un duro comunicado sobre la situación de la prensa en la Argentina. Se hablaba de las “tensiones” entre el Gobierno y las empresas periodísticas. Dice Postolsky (2010) que la visita tuvo repercusión mediática luego de que el presidente Kirchner con su discurso de defensa a ultranza de los derechos humanos replicara públicamente a la SIP por la actuación de varios de sus miembros durante los años dictatoriales. En ese momento se popularizó lo que los medios denominaron como *atril asesino* (desde donde el presidente cuestionaba a los medios). Estas acciones eran reforzadas por los discursos en el Congreso dados por la entonces senadora Cristina Fernández. (ídem).

cuestionada públicamente en su propia legitimidad como constructora de la actualidad y exigida ante la sociedad a transparentar sus procesos productivos y los intereses que representa.

Durante la presidencia de Cristina Fernández, la consolidación de los medios como “adversarios”¹¹ del gobierno se vuelve más certera, deviniendo en una “ofensiva contrahegemónica” (entendida como intento sistemático de cuestionar públicamente el lugar de enunciación de los grandes medios privados) (Kitzberger, 2011). Durante el conflicto entre su gobierno y el sector agropecuario, el discurso presidencial ubicó a los grandes medios como los defensores de los capitales concentrados, trazando allí una profunda frontera simbólica entre aquellos sectores desestabilizadores y los defensores de orden político imperante. Desde ese momento, se produjo una articulación entre el discurso público y las políticas concretas respecto de las empresas de medios que en la presidencia anterior no había sido tal. Dos de los hechos emblemáticos de esta posición fueron la sanción en 2009, de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y en 2010 la sanción de un decreto que presentó al Gobierno como querellante en la causa penal por presuntos crímenes de lesa humanidad y la investigación de delitos civiles y comerciales contra Clarín, La Nación y La Razón por la venta del paquete accionario de Papel Prensa S.A.

Teniendo como marco esta lógica dicotómica populista, vemos cómo desde sus inicios en el Gobierno, Rafael Correa identificó en sus intervenciones públicas a los empresarios mediáticos y a los periodistas más reconocidos “con los principales enemigos de su Gobierno, la ‘oligarquía’ y la ‘partidocracia’.” Enunciativamente, abonó así a una división del espacio social (Ramos, 2013: 79). Estos “enemigos” se presentan como portadores de “oscuros intereses y de proyectos reñidos con la participación ciudadana, que es uno de los pilares del discurso del régimen” (Cerbino y Ramos: 2011: 154). En todo momento, el Presidente aludió a las empresas de medios como “poderes fácticos”, poniendo al descubierto “su ilegitimidad desde el punto de vista democrático” e impugnándolos por su carácter antidemocrático (Kitzberger, 2014).

¹¹ Uno de los periodistas de 6,7,8, programa que Sarlo consideró como parte del dispositivo cultural kirchnerista, publicó un libro en el que recupera la categoría de *adversario* para indicar que los medios constituyeron los contrincantes de una disputa cultural, cuya acción era extorsionar a los poderes de turno, amparados en la libertad de expresión y la construcción de un periodista héroe y neutral. Dante Palma desestimó la presidencia de Néstor Kirchner como período significativo en la construcción de este adversario mediático, dado que para su perspectiva, “el kirchnerismo como tal comenzó a tomar forma recién en 2008” (2012: 12), cuando el grupo Clarín comenzó a actuar como partido político.

Si bien como vimos antes, el componente programático de la postura correísta frente a los medios parece ser parte fundante de los propósitos de la Revolución Ciudadana, la visión de esta gestión sobre los medios de comunicación y el periodismo se profundizó y potenció mediante la dinámica de los diversos conflictos políticos a los que se sometió. Dice Kitzberger que Correa “es portador de visiones y orientaciones prácticas heterónomas en relación a los medios y la comunicación” y que se encuentra

forjado por experiencias personales, sociales y políticas contradictorias de las que no cabe esperar que cristalicen agendas consistentes e ideológicamente puras. (...) La heterogeneidad de intereses y visiones sobre la comunicación coexistentes en la coalición detrás de la RC impacta en su política de medios. En ellas conviven intereses y visiones contratantes sobre la comunicación mediática. (Kitzberger, 2014)

Por su parte, en consonancia con la *oposición encubierta*, de la cual nos hablaba Follari (2010), el caso ecuatoriano encuentra a las estrategias discursivas y los criterios de noticiabilidad de los medios como parte de un “proceso de despolitización de la política” que “han contribuido a instalar un conjunto de concepciones de lo político en las cuales los debates ideológicos, los proyectos colectivos y los procesos de movilización y organización comunitaria desaparecen -o se desdibujan- en la escena política representada por ellos” (Cerbino y Ramos, 2011: 139).

Bibliografía

- Barros, Sebastián, (2006) “Espectralidad e inestabilidad institucional. Acerca de la ruptura populista”, *Estudios Sociales, Universidad Nacional del Litoral*, Año XVI, N° 30.
- Bobbio, Norberto (1995) *Derecha e izquierda. Razones y significados de una distinción política*. Madrid. Taurus.
- Borrat, Héctor (1989) “El periódico, actor de conflictos”, en *El periódico, actor político*. Gustavo Gili. Barcelona.
- Castañeda, Jorge G. (2006) “LatinAmerica’s Left Turn”, en *Foreign Affairs*, Vol. 85, N° 3 mayo-junio.
- Cerbino, Mauro y Ramos, Isabel (2011) “Medios y política en Ecuador. Los términos de una confrontación”, en Rodríguez Arechavaleta, Carlos Manuel y Moreira, Carlos (Eds.) *Comunicación Política y Democratización en Iberoamérica*. Universidad Iberoamericana de México Centro Paraguayo de Estudios sociológicos. 2011.
- de Diego, Julia (2014) “¿Discurso político o politicidad de los discursos? Una propuesta para pensar la relación entre kirchnerismo y prensa”, en *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas. Reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)*. Cuaderno de Trabajo del CIM-UNR. **En prensa.**

- de Moraes, Dênis (2011) *La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós. Bs. As.
- de Sousa Santos, Boaventura (2005) "Una izquierda con futuro", en César A. Rodríguez Garavito, Patrick S. Barrett y Daniel Chávez (eds.) *La nueva izquierda en América Latina*, Norma.
- Fernández, Mariano y Julia de Diego (2011) "Medios de comunicación y kirchnerismo: reflexiones en torno a la mediatización de la política", *Quinto encuentro del Taller en Comunicación, Política y Sociedad*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 18 de noviembre. URL, al 25-1-2013: <http://taller-cps.blogspot.com/2011/11/trabajos-v-encuentro.html>
- Follari, Roberto (2011) "Los grandes medios como oposición encubierta", en Melissa Salazar *Los medios y la política: relación aviesa*, ed. Elaleph, Bs. As.
- Kitzberger, Philip (2011) "'La madre de todas las batallas': el kirchnerismo y los medios de comunicación", en Malamud, Andres y De Luca, Miguel (coords.) *La política en tiempos de Kirchner*, Eudeba, Bs. As. (pp. 179-192)
- (2014) "El contrahegemonismo en la esfera de los medios de comunicación de la Revolución Ciudadana de Rafael Correa", en *Latin American Perspectives*. **En prensa.**
- Laclau, Ernesto La razón populista. FCE. 2008. Bs. As.
- Levitsky, S. y K. Roberts (2011) "Latin America's 'left turn'. A framework for analysis", Levitsky, S. y K. Roberts, (eds.), *The resurgence of the Latin American Left*, Johns Hopkins University Press. Disponible, al 25.1.13: <http://muse.jhu.edu/books/9781421401614>
- Manin, Bernard (1997) *The principles of representative government*, Cambridge University Press.
- Natanson, José (2008) *La nueva izquierda*. Debate. Bs. As.
- O'Donnell, María (2007) *Propaganda K. Una maquinaria de promoción con el dinero del Estado*. Planeta. Bs. As.
- Orlando, Rocío (2011) *Discursividades contra hegemónicas en gobiernos posneoliberales un análisis de la prensa gráfica en Argentina y Ecuador a propósito de las nuevas políticas de comunicación y medios (2009-2010)*, tesis de maestría. Flacso-Ecuador. Abril.
- Palma, Dante (2012) *El adversario. Periodistas y política en la era kirchnerista. La disputa contra el monopolio, la construcción de un nosotros*. Biblos. Bs. As.
- Paramino, Ludolfo (2007) "Giro a la izquierda y regreso del populismo", en *Nueva Sociedad*, N° 205, septiembre-octubre
- Petkoff, Teodoro (2005) "Las dos izquierdas", *Nueva Sociedad* N°197, mayo-junio.
- Postolsky, Glenn (2010) "Continuidades, desplazamientos y transformaciones en las Políticas de Comunicación en Argentina", en Sel, Susana (coord.) (2010) *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo*. CLACSO. BS. As.
- Ramírez Gallegos, Franklin (2006) "Mucho más que dos izquierdas", en *Nueva Sociedad* N° 205
- (2010), "Post-neoliberalismo indócil. Agenda pública y relaciones socio-estatales en el Ecuador de la Revolución Ciudadana". *Temas y Debates*, nro. 20 (octubre): 175-194. (Solo en web: <http://www.temasydebates.unr.edu.ar/index.php/tyd/article/view/54/52>)
- Ramos, Isabel (2013) "Trayectorias de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador". *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*. N° 46, Quito, mayo, (pp. 9-13) FLACSO-Ecuador.

- Reyes Aguinaga, Hernán2010 “Pos- neoliberalismo y luchas por la hegemonía en el Ecuador” en Susana Sel(coord.) Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. Buenos Aires:Clacso.
- Rodríguez Garavito, César y Patrick Barrett (2005) “¿La utopía revivida? Introducción al estudio de la nueva izquierda latinoamericana”, en César A. Rodríguez Garavito, Patrick S. Barrett y Daniel Chávez (eds.) *La nueva izquierda en América Latina*, Norma.
- Rosso, Daniel (2008) “La lucha por la palabra: la otra definición. Los nuevos gobiernos latinoamericanos y la política hacia los medios”, en revista *Umbrales*, N°5, abril-junio.
- Sader, Emir (2008) *Posneoliberalismo en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO. CTA EDICIONES.
- Saint-Upéry, Marc (2008) *El sueño de Bolívar. El desafío de las izquierdas sudamericanas*. Paidós. Barcelona.
- Sarlo, “La batalla cultural”, *La Nación*, 29.4.2010.
- Stoessel, Soledad (2012) "Conflictos políticos y gobiernos post-neoliberales. Los casos de Argentina y Ecuador en tiempos de retorno estatal." Trabajo preparado para su presentación en las I Jornadas de Estudios de América Latina y el Caribe (IEALC), Buenos Aires, 26, 27 y 28 de septiembre.
- Verón, E. (1987) “La palabra adversativa”, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Hachette, Bs. As.
- (1998) “Mediatización de lo político”, en Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. *Comunicación y política*, Gedisa. Barcelona.
- Vincent, Lucía (2011) “La disputa por la mediación durante el kirchnerismo en Argentina”, en *Confines*, vol 7, num 13, enero mayo. (Pp. 49-81). Tecnológico de Monterrey, México.