

# ¿Qué te pasa, Clarín? ¿Estás nervioso?

## Acerca de la mediatización de la vida política contemporánea

Por Jorge Andrés Stefoni

---

jas18dudi@hotmail.com - Universidad Nacional de La Plata, Argentina

---

### SUMARIO:

Este trabajo tiene como objetivo analizar las especificidades de los procesos de *mediatización* del discurso político en la vida política contemporánea de la Argentina. Tomando como punto de partida el discurso realizado por el ex presidente de la Nación, Néstor Kirchner, el 09 de marzo de 2009, se concentrará en las modalizaciones particulares que tuvo el enunciado "¿Qué te pasa, Clarín?" una vez iniciado el proceso de circulación mediática, recorriendo tres escenarios: a) la resignificación del discurso televisivo, b) el trabajo de encuadre de la prensa gráfica y c) la enunciación política en un acto de campaña televisado. Se propondrá seguir los usos sociales del *discurso político* y reconstruir de ese modo sus significaciones culturales. Finalmente, abordará este proceso en relación a las modificaciones y cuestionamientos contemporáneos de la *comunicación política* en el período de gobierno kirchnerista.

### DESCRIPTORES:

Mediatización, discurso político, televisión, prensa gráfica, kirchnerismo

### SUMMARY:

This work analyzes the specificities of *mediatization* processes of political discourse in the Argentinian contemporary political life. Focusing on the speech made by the ex-President of Argentina, Néstor Kirchner, on March 9, 2009, we will focus on the particular modalizations of "Whats wrong with you Clarín?" in the process media flow. Recovering three scenes, a) the resignification of television discourse, b) the framing works of the newspaper and c) the politica enuntiation on televised campaign event, will be proposed to follow the social uses of *political discourse* and thereby reconstruct their cultural meanings. Finally, we will link this process in relation to changes and contemporary questions of *political communication* in the period Kirchner government.

### DESCRIPTORS:

Mediatization, political speech, television, newspaper, kirchnerism

51

¿Qué te pasa, Clarín? ¿Estás nervioso? Acerca de la mediatización de la vida política contemporánea

What's wrong Clarín? Are you nervous? On the mediatization of contemporary political life

Páginas 051 a 070 en La Trama de la Comunicación, Volumen 20, número 1, enero a junio de 2016

ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634



La *mediatización* de la vida política no es un fenómeno novedoso. La aparición de los medios de comunicación y la consolidación de la vida política moderna tuvieron una convergencia histórica (Habermas, 2006; Thompson, 1998; Williams, 2011). Sin confundir esta co-ocurrencia temporal con la explicación causal medios y política (Fernández, 2013), podemos decir que se ensamblaron como un *espacio de la comunicación política* (Wolton, 1989), una arena de interacción entre actores mediáticos y políticos que no se define por la imposición de los medios por sobre la política o, a la inversa, de la política y la economía sobre los medios (Vommaro, 2008b). Es el espacio, como sostiene Wolton (1989), en el que se traducen los conflictos entre discursos referidos a la política en las sociedades democráticas.

Fue en el período de entreguerras donde emergieron los primeros estudios sobre comunicación política, preocupados por la influencia de los medios de masas en las campañas electorales, en las contiendas bélicas y en la opinión pública en general (Waisbord, 2013; Wolf, 2004). Sin embargo, lo que se ha conocido como *mediatización* (Verón, 1987) comenzó a ser tematizado hacia los años 80 como un proceso específico, vinculado particularmente a ciertas dinámicas novedosas como la desestructuración creciente de los partidos políticos, la influencia creciente de la televisión en la vida política, los cambios en las identidades políticas tradicionales, entre otros procesos que fueron definidos como parte de la nueva *videopolítica* (Sartori, 1998).

Como fuera señalado oportunamente por Landi para el caso Argentino, si bien con anterioridad a este proceso se daba una intervención de los medios en política, ésta se vinculaba más a la acción de los militantes, a formas comunicativas personales del cara a cara, a propagandas de factura artesanal y al olfato hermenéutico del electorado que pudiera tener el dirigente (Landi, 2007). La movilización de personas en los ac-

tos, su composición social y la experiencia histórica del peronismo eran todavía los indicadores prácticos de la convocatoria política (Vommaro, 2008a). Será hacia fines de los años 80 que las nuevas tecnologías políticas, vinculadas a la publicidad y el marketing (Muraro, 1991) y a dispositivos como las encuestas de opinión (Vommaro, 2008a y b), redefinirán algunos de esos criterios y nos pondrán ante una nueva forma de organización del espacio político-mediático. Tanto los líderes políticos (Landi, 1992; Vommaro, 2008b) como los periodistas (Muraro, 1997) desarrollaron una serie de competencias cada vez más nutridas que redefinieron las formas de representación. La “personalización”, la lógica de “campaña permanente”, el “info-entretenimiento”, entre otras (Waisbord, 2013), son algunas de las formas en que empezó a ser tematizada la incorporación de los medios como competencias de publicización política.

Autores como Landi (1992; 2007) han señalado que la “colonización de la política por la imagen” debía ser analizada en función de las culturas políticas y de las características de los sistemas políticos propios de cada país. Hacia fines de los años 90, Luis Alberto Quevedo rechazaba la imagen de la TV como una forma de ampliar la audiencia por parte de los políticos, una visión instrumental que dejaba al margen las particularidades que las *condiciones de enunciación televisiva* le imprimen a los discursos políticos (Quevedo, 1999). De ahí que concibiera la tarea de estudiar al discurso político en relación a la *situación de competencia comunicativa* con otras formas discursivas alternativas y que lo entendiera como el resultado de un conjunto particular de prácticas sociales, con una lógica específica de significación, producida bajo ciertas condiciones.

Si bien se sitúa al interior de este *proceso de mediatización*, este trabajo no lo aborda centralmente. Ingresamos al mismo a través de los vasos comunicantes que hacen circular los discursos políticos en los me-

dios, buscando especificar algunas relaciones que se producen en el marco de ese proceso general. Dentro de esta estrategia nos preguntaremos ¿bajo qué modalidades se produce este tipo de discurso y qué propiedades adquiere en las diferentes situaciones de enunciación? Utilizando como metodología el análisis del discurso (Maingueneau, 1989; 2009), en este artículo se seguirá un fragmento textual extraído de una alocución que lleva las marcas de lo político, el “*¿Qué te pasa Clarín?*”. Se lo abordará a través los usos a los que fue sometido en diferentes *escenas* para poder dar cuenta de las significaciones culturales que adquiere y explicitar algunos *efectos de mediatización* dentro del discurso político. Circulación que no se destaca por su representatividad estadística debido a que no todos los procesos de mediatización de la palabra política adquieren una significación tan elevada, aunque si se puedan encontrar modalidades comunes. Su análisis permitirá introducirnos en algunas formas de resignificación mediática del discurso político y en ciertas especificidades de la politización del discurso mediático en la actualidad.

Estas instancias serán reconstruidas en una sucesión inversa al orden cronológico, desarrollando un abordaje “capa por capa” que nos permita ir separando las diferentes instancias concretas de ese proceso. En un primer momento, analizaremos tres escenas discursivas (Sección 1). Partiremos de la emergencia de las modificaciones que experimenta el discurso de Néstor Kirchner en un *sketch* televisivo (Sección 1, apartado 1). Luego nos remitiremos a su recepción por parte de las crónicas de prensa y de sus analistas políticos (Sección 1, apartado 2). Cerraremos la sección con el análisis de las particularidades enunciativas del discurso (Sección 1, apartado 3). En un segundo momento, exploraremos las características que asume el “*¿Qué te pasa?*” en los distintos tipos discursivos para pensar en las valoraciones culturales que producen (Sección 2). Finalmente, intentaremos

reposicionar este conjunto de escenas dentro de la coyuntura contemporánea abierta durante los gobiernos kirchneristas (Sección 3).

#### 1.- TRES ESCENAS DE LA VIDA POLÍTICA:

La llegada de Néstor Kirchner a la presidencia, tras obtener el 23% de los votos y quedar debajo del ex presidente Carlos Menem en la primera vuelta, no evitó que fuera un gobierno con gran iniciativa. Cambios en las políticas de Derechos Humanos, la Corte Suprema de Justicia, la deuda externa y la relación con los organismos internacionales, entre otros muchos, le dieron un énfasis que pocos podían prever tras el desplante de su oponente en el *balotaje* de segunda vuelta electoral. La relación polémica y conflictiva entre el kirchnerismo y parte de los medios de comunicación se constituyó rápidamente en una “marca distintiva” de todo el período (Vincent, 2011). Conflicto que se agravó producto de la discusión pública y política en torno al decreto 125 de retención impositiva a algunos productos agrícolas de exportación en 2008, lo que implicó un gran debate respecto del lugar de los medios de comunicación en la vida democrática.

El discurso en el que Néstor Kirchner pronunció la frase “*¿Qué te pasa, Clarín?*” se dio en el inicio del calendario electoral de medio turno, donde se renovaban cargos a lo largo y lo ancho del país, y en el contexto inmediatamente previo al lanzamiento de la nueva *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*, una profunda reforma del mercado radial y televisivo nacional. Pasaremos a continuación a analizar los pormenores del proceso de mediatización y las modalidades de uso a los que fue sometido, tratando de interrogarnos por el lugar otorgado al decir político en cada una de las escenas que tomaremos por casos.

### 1.1.- ESCENA 1: LA ENUNCIACIÓN POLÍTICA, DE LA PANTALLA A LA VIDA COTIDIANA: LA REPRESENTACIÓN CÓMICA DE UN LÍDER POLÍTICO

Sentada sobre la falda de su abuela, Nadina come un trozo de pan y dice "está nervosso" mientras estallan en carcajadas quienes la rodean. El papá le pregunta: "¿Cómo hace Kirchner?". A lo que la niña devuelve: "¿Qué te pasa? Estás nedviooso". Intentando ayudarla, su papá repone sus dichos: "¿Qué te pasa Clarín, estás nervioso?". Respondiendo nuevamente la niña con su imitación: "¿Qué te pasa Cladín? Estás nedviooso". La escena continúa hasta que en un momento el padre le pregunta a su otro hijo: "¿Qué te pasa Pato, estás nervioso?". Contestando la abuela: "Nervioso no, está chinchudo Patito".<sup>1</sup>

La frase *¿Qué te pasa, Clarín? ¿Estás nervioso?* performa la alocución que realizó el ex presidente Néstor Kirchner el 9 de marzo de 2009. Sin embargo ha sufrido ciertos desplazamientos. Los videos disponibles en *Youtube* bajo el código de búsqueda "¿Qué te pasa Clarín?" en su mayoría fueron publicados durante o después del mes de mayo de 2009, cuando apareció una caracterización del ex presidente en televisión. Esto es reconocible también en las formas que asume la enunciación. Recupera el voseo de sus palabras pero lo hace de un modo particular. Unifica su dispersión, remarca la entonación y arrastra exageradamente la S, transformando la particularidad fónica de Kirchner en un recurso más de representación. En definitiva, arrastra consigo las marcas enunciativas de su discurso, reafirmando el carácter polémico, lo irónico de la aseveración y la gracia de su entonación pero sin el marco escénico (Maingueneau, 2009), el contexto primario, en el que fuera pronunciado por el ex presidente.

La alocución *¿Qué te pasa, estás nervioso?* con sus diferentes adiciones o sustracciones se volvió un re-

curso compartido, con gran impacto entre jóvenes y niños, aplicado en situaciones tan disímiles como las imitaciones de una niña durante una contienda electoral (Ferraudi Curto, 2011), la charla entre un dirigente político y un periodista (Tenenbaum, 2010), hasta ser performado en miles de situaciones cotidianas o en las redes sociales. Estos desplazamientos tienen una referencia rastreable en la caracterización de Kirchner en *Showmatch*, programa emitido por *Canal 13 (Grupo Clarín)*. Allí se podía ver al cómico Freddy Villareal imitar al ex presidente en el segmento "Gran Cuñado", una parodia de *Gran Hermano*.<sup>2</sup>

*Cortina característica del reality.*<sup>3</sup> *Una gran pantalla de fondo dice "Néstor". Lo vemos al personaje ingresar al set de televisión con un traje oscuro suelto y la banda presidencial que cruza su torso para encontrarse en el centro con Marcelo Tinelli [conductor del programa]. Se presenta con una máscara que reproduce los rasgos faciales de Néstor Kirchner. Se mueve con un dejo informal, balanceándose mucho y con la mano izquierda en el bolsillo*

-Marcelo Tinelli: Señores bienvenidos. Inaugura este segmento...

[Risas] El personaje sale caminando en dirección de una de las cámaras laterales, en la que se ubica el espectador después del cambio de plano

- Marcela Feudale [locutora]: ¿A quién saluda ahora, a quién?

-M. T.: Al camarógrafo

-M. F.: Se va a golpear con la cámara<sup>4</sup>

La posibilidad del golpe nos remite al acto de asunción de Néstor Kirchner cuando el recientemente asumido presidente fue golpeado por una cámara fotográfica en el momento preciso en que había bajado la explanada de la Casa Rosada para saludar a la multitud. Al situarse en aquel acontecimiento, la representación permite dar un marco escénico a la

caracterización de *Néstor*: la práctica ritualizada de la asunción presidencial.<sup>5</sup>

La homología entre la apertura del programa y la asunción presidencial como actos inaugurales, reafirmada por la vestimenta y la banda presidencial cruzada en el torso, otorgan un emplazamiento a la enunciación que la hacen reconocible y creíble (Varela, 2007). Sin embargo, para que puedan ser vistos como una caracterización humorística es necesario que se distancie luego del reconocimiento. Dos características más van a permitir este paso: la *escenografía* dada por el set de televisión y sus elementos característicos (reidores, luces, el conductor del programa con su micrófono, la escenografía, el cuerpo de bailarinas, etc.) y el *discurso englobante* (Maingueneau, 2009) de lo televisivo en el marco de la parodia de *Gran Hermano*. Podríamos pensar en el "Gran Cuñado" como una segunda escena validante (Maingueneau, 2009) en tanto remite a un programa televisivo inscripto en la memoria de los espectadores y aporta recursos, como el ingreso y presentación, la valija o el escenario característico. No obstante, en este caso no hay una búsqueda de distanciamiento respecto de *Gran Hermano*. Precisamente actúa como un marco del cual no hay que salirse. Aunque hay un mensaje que puede ser entendido por el público como propio del personaje *Néstor*, funciona también una explicitación de los entretelones donde el actor Freddy Villareal habla por sí mismo a través de la voz del personaje. Esta es una característica de todo un juego televisivo donde el personaje se hace partícipe del escenario del programa (Martínez Mendoza, 2009), desdoblándose del plano representacional y utilizando códigos que un seguidor del programa puede reconocer.

-*Néstor*: Quiero decirles Marcelo [intensificando a penas la voz y elevando suavemente el tono, como lo haría un político en un acto] muchísimas gracias a las autoridades de Telefé que me han permitido poder

estar acá.

-*M. T.*: junta los dedos de la mano en racimo y los mueve, como expresando ¿Qué dice?

-*N.*: ...por el tema de las exclusividades. Agradecerle a Cris Morena, que suspendimos una grabación con Casi Ángeles para poder estar en tu programa. Porque la casa de Gran Cuñadooo [se escuchan risas, Néstor continúa elevando la voz y exclamando en tono alto] no la hace la oposición, no la hace el oficialismo ni el campo, la hacemos entre todos (...)

-*M. T.*: Bienvenido Néstor, un gusto tenerlo acá.

-*N.*: No, el gusto es mío. Vos sabés que anoche... (...) Estaba hablando conmigo mismo, o sea, con mi señora, [risas] charlando un poco. Le digo, este cabezón no nos va a hacer (...) pero acá estamos. Acá estamos para sumar, Marcelo. No hay rencores. Jódame con la s, con el ojito que va para acá, para allá [risas, mientras mueve uno de sus ojos y mientras el otro, claramente de utilería, permanece en su lugar] no hay problema. Lo vamos a hacer entre todos, sin rencores.

-*M. T.*: Qué lindo el mensaje de Néstor, muchas gracias.

-*N.*: (...) acá estamos argentinos [elevando la voz y exclamando en tono alto] no para hacer una blasfemia de los políticos. Estamos [el sonidista provoca el eco de su voz y hace a sonar La Marcha Peronista] para sumar. ¿Qué te pasa *Clarín*, estás nervioso? [risas]

-*M. T.*: nuevamente hace gestos con sus manos como diciendo ¿Qué dice?

-*M. F.*: ¿Pero, qué dice?

-*N.*: (...) [Elevando la voz y exclamando en tono alto] ¿Qué te pasa, "Darín", estás nervioso? ¿Qué te pasa, "Forlín", con la mano, estás nervioso?

La enunciación de *Néstor* combina de este modo el marco escénico del set y los códigos de la televisión con las marcas enunciativas del discurso de Néstor

Kirchner. Hay un pasaje señalado y marcado de una enunciación a otra por medio de los ecos y de la “Marcha Peronista”. El juego y la ambigüedad con la que sostiene los matices del personaje es tal que ese recurso puede ser utilizado incluso para caracterizar la relación del propio Kirchner con su esposa Cristina Fernández, la presidenta de la Nación. Esto muestra una de las formas en que el humor político recuperó los análisis políticos del “doble comando” y la memoria discursiva de los años 70 (recordemos el slogan de campaña “Cámpora al gobierno, Perón al poder”). El “no se va a animar” recupera, a su vez, el tópico de las presiones del poder a los medios así como las tensiones que podría ocasionar esta representación al emitirse por un canal del *Grupo Clarín*, de ahí el equívoco en el que funciona el personaje Néstor cuando reconoce su “exclusividad” con el canal *Telefé*, su principal competidor.

Tomando la última frase en la que recupera la disertación de Kirchner del día 9 de marzo, Néstor pone en un segundo plano a *Clarín*, uno de los contra-destinatarios explícitos de aquel discurso (Verón, 1987; Montero, 2011). La ironía contra el grupo mediático pierde fortaleza a tal punto que puede ser objeto de sustituciones, como la de Darín o Forlín, homologables únicamente por características como la entonación, el carácter bisilábico y la homofonía. Además del paralelismo que establece entre *Cris Morena* y *Cristina Fernández*, en tanto figuras a las cuales Néstor y Kirchner se subordinan –como empleado y como esposo respectivamente-, la referencia a la oposición, al campo y al lugar del oficialismo aparecen marcados por el fuera de contexto, señalando lo artificioso de las formas políticas.

El cambio en el tono y la elevación de la voz por parte del personaje, junto al eco que incorporan los sonidistas, todas remisiones a las formas del acto político, permiten ese pasaje y lo hacen un recurso humorístico al incluir en el *sketch* la irrupción inespere-

rada, desconcertante e ilógica de las formas características del discurso político. El verosímil de género (Steimberg, 1993) del *speech* político actúa como un recurso intermitente al que el personaje Néstor apela como un metadiscurso. Este uso logra poner de relieve las marcas de la enunciación política y generar una distancia interpretativa a través de indicadores como la entonación, la gestualidad, el *argot* político, etc. Permite resignificar el discurso político a tal punto que la representación se vuelve una forma de develamiento de la exaltación y de la exageración vistas como recursos retóricos propios de su palabra política.

## 1.2.- ESCENA 2: EL TRABAJO DE LOS PERIODISTAS POLÍTICOS: GÉNEROS, ENCUADRES Y TRAMAS INTERDISCURSIVAS

El punto de partida son las elecciones legislativas en Catamarca. Según varias notas de prensa, Kirchner se había decidido a intervenir “a última hora” en aquella contienda “local” a través de un acto para apoyar al candidato del frente justicialista. El día 9 de marzo algunos de los principales diarios indicaban su derrota y la consecuente victoria del candidato político del *Frente Cívico*, Eduardo Brizuela del Moral. *Página/12*, *La Nación* y *Clarín* no solo tres de los principales diarios de Buenos Aires sino también interlocutores privilegiados de la enunciación kirchnerista, hicieron sus respectivas coberturas del acto.<sup>6</sup> La interpretación de estos sucesos implicaría, a partir de aquí, un intercambio polémico entre diferentes actores de la prensa entre sí y con el propio ex presidente, respecto de la definición de la propia situación política.

Las *crónicas periodísticas*, producto de su inscripción en tanto género, tienen una fuerte estructuración descriptiva (Atorresi, 1996: 72). Podemos encontrar en ellas una selección de las partes consideradas más *noticiales* del discurso y una inscripción contextual de sus referencias. Comencemos por la nota que realizara Guido Braslavsky para el diario *Clarín*, medio y grupo económico al que van dirigidas las críticas de

Néstor Kirchner. La titulación estaba compuesta del siguiente modo: "DERIVACIONES DE LA DERROTA EN CATAMARCA" (Volanta); "Molesto por el impacto electoral, Kirchner apuntó contra la prensa" (Titular); "Aludió a la cobertura periodística. Y por la seguridad jurídica, criticó a jueces y funcionarios" (Bajada).<sup>7</sup> En la cobertura predomina la modalidad referencial a tal punto que se vuelven recursivas la remisiones a las palabras del ex presidente ("Kirchner afirmó", "el ex presidente afirmó", "Kirchner también sostuvo", etc.). Esto no implica que esté desprovisto de formas interpretativas. Las podemos encontrar en la atribución de "molestia" por la "derrota" electoral, una adjetivación subjetiva, y en el uso metafórico de la acción de "apuntar" contra la prensa, como si se tratara del disparo de un arma de fuego.

Kirchner se mostró enojado en un acto partidario que encabezó en el partido bonaerense de Tres de Febrero -y después de anticipar que iba a ser "políticamente incorrecto"-, dedicó varios minutos a este diario. "Clarín, habló con la verdad, decile la verdad a los argentinos, qué te pasa Clarín", se despachó con ironía.

Más distendido, al bajar del escenario el ex presidente afirmó: "Hicimos una muy buena elección en Catamarca" donde "el partido de gobierno sacó 19 puntos menos (que en la elección pasada) y nadie dijo nada".

El efecto de realidad, la connivencia directa entre un referente y un significante, lo brinda aquí la presencia del periodista en el lugar mismo de los hechos. El periodista es un intérprete tanto como un testigo que nos cuenta la compostura de Kirchner. A su vez, el trabajo periodístico, por medio de los señalamientos interdiscursivos, nos remite a aquello que aparece invisibilizado en el discurso, los entretelones del juego político:

Por otra parte, se refirió a la inseguridad en la provincia de Buenos Aires y en una aparente alusión a Felipe Solá, se preguntó "cómo algunos que les tocó gobernar esta provincia hoy se quieren convertir en rectores". Le apuntó también a funcionarios que no identificó que "salen a hablar sólo cuando hay cámaras", y sostuvo que "pueblo, policía y justicia tienen que salir a trabajar juntos por la seguridad".

La nota nos ofrece un recuadro (segmento comentativo, Atorresi, 1996) bajo el subtítulo "¿Qué te pasa Clarín?". Este corrimiento de la crónica permite un descargo en el que "este" diario, bajo una voz institucional, contrasta los dichos del ex presidente. Asume una función polémica, bajo la forma de una estrategia narrativa de desmentida, pero sin explicitarla. La nota recupera esos casos donde se refirió a la cobertura del día anterior bajo la forma de cita textual delimitada con un "Dijo Kirchner" (repetido en las cuatro instancias) y lo contrasta con lo dicho en la edición pasada o con nuevas informaciones. Pretende demostrar una falta sustancial por parte del ex presidente:

Dijo Kirchner: "El gobierno provincial bajó 17 puntos y no lo ví en ningún lugar, que había perdido 17 puntos". El gobernante Frente Cívico perdió 17 puntos en relación a la elección de gobernador de 2007, en la que fue reelecto el radical Eduardo Brizuela del Moral, en alianza con el kirchnerismo. Pero en los comicios legislativos del 2005, los últimos comparables con los realizados el pasado domingo, el Frente Cívico había obtenido casi ocho puntos menos.

La particularidad de este contrapunto se encuentra en la continuidad que se establece entre las citas y la desmentida, las cuales aparecen en forma secuencial y borrando las huellas lingüísticas de ese acto polémico. Solo en el caso citado encontramos el uso del vocablo "pero", que como sabemos a partir de Ducrot



(1990) constituye un recurso polémico propio de lo que entiende como el nivel de la lengua. “El profe Romero”, Javier Romero, presentador del segmento “Detrás de las noticias” en el programa *Duro de Dómar*, cristalizaría tiempo después esta marca lingüística como una clave de denuncia de la cobertura política del diario *Clarín* a causa de sus usos reiterados ante las supuestas noticias positivas generadas por el gobierno.

Bajo este mismo género de la crónica, *Página/12* reconstruye las críticas realizadas por Kirchner destacando en su titular que “Nosotros tenemos convicciones” (Titular) y que “Néstor Kirchner dijo que seguirá dando pelea en ‘cada pueblito’ (Bajada).<sup>8</sup> El énfasis inicial, como lo anticipa la titulación, reconstruye a través de sus dichos el *ethos* que el ex presidente pretendió desarrollar en su discurso:

Desde un acto en el partido bonaerense de Tres de Febrero, el presidente del PJ dijo que irá “hasta el último pueblito” para impulsar a sus candidatos, afirmó que el peronismo “logró mantener su puntaje histórico” en Catamarca, que ronda “entre el 33 y el 35 por ciento”, y subrayó que el oficialismo provincial, encabezado por el gobernador radical cobista Eduardo Brizuela del Moral, “bajó 17 puntos” en comparación con la última elección.

En ésta, que a diferencia de la anterior no está firmada, se utilizan citas fragmentarias y se le otorga coherencia a través del relato periodístico. Si enfatizan los cuestionamientos que realizara al tratamiento periodístico de la elección, procuran al mismo tiempo que esas críticas no sean interpretadas bajo la óptica de la agresión y violencia (cara negativa del locutor, Maingueneau, 2009) que se resaltara en los otros medios:

Nosotros no lucramos, nosotros tenemos convicciones, tenemos ideas, no estamos en el negocio de la política, estamos en la transformación de la patria”,

insistió. Inmediatamente señaló que las críticas habían sido dichas “con todo cariño y afecto”.

*Página/12* excluye en su selección la referencia al “¿Qué te pasa *Clarín*?” que lo señalaba como un contradestinatario explícito (García Negroni, 1988). Sólo señala al periódico luego de destacar el cuestionamiento, aquí de tipo genérico, realizado al “tratamiento periodístico sobre la performance electoral”, lo que morigeraba la individualización de *Clarín* que otros medios señalaban como una forma de empecinamiento y de discrecionalidad hacia medios opositores. Finalmente, destaca su defensa de los logros alcanzados y la convocatoria a defender el desarrollo del país y a ayudar a la Presidenta a “seguir llevando adelante la transformación de la Argentina” (en palabras del orador).

La cobertura de *La Nación* realizada por Mariana Verón, por su parte, tiene un fuerte énfasis emocional. El titular nos remite directamente al discurso polémico al señalar las “*Fuertes críticas de Kirchner a los medios*” (Titular) y al agregar que “Defendió su participación en las elecciones de Catamarca y dijo que recorrerá todos los pueblos” (Bajada).<sup>9</sup> La nota construye una atmósfera de pesadez a través de las adjetivaciones y del recurso metafórico:

Caminó rápido hasta el atril y se agarró con ambas manos con fuerza. Su postura corporal ya presagiaba un duro mensaje. “Hoy voy a hacer todo lo políticamente incorrecto”, disparó Néstor Kirchner.

“*Clarín* ... ¿Qué te pasa, *Clarín*?”, fustigó el ex presidente mientras una silbatina en el estadio polideportivo de Caseros, en el partido bonaerense de Tres de Febrero, le impedía continuar.

La “insistencia” de los despachos, “mientras aprieta con los dedos” los bordes del atril, el cuestionamiento de Kirchner hacia el diario *Clarín* y hacia *Todo Noticias*

(TN) al que se refirió como “Todo Negativo”, destacan un *ethos* fuerte y agresivo y establecen un contacto emocional (*pathos*) con el lector. Según la periodista, Kirchner pretendía así “sacarse de encima” una “derrota” que a pesar del intento “oficial” de ser “provincializada” se volvió nuevamente nacional al realizar críticas a la oposición y a los medios. Las críticas a *Clarín* son conectadas con lo que será el lanzamiento dentro de los límites de ese año de la “nueva ley de radiodifusión”, la cual se propone ir en contra de lo que Kirchner identificó como “monopolios”. Finalmente, delimitada con un pequeño subtítulo que dice “Sin cambios”, incorpora las formas de género de la noticia y realiza una proyección sobre ciertos hechos que acontecerán (Atorresi, 1996). Basada en testimonios brindados a *La Nación* por personas cercanas al ex presidente, sostiene que, “a pesar de su derrota”, “mantendrá su política de jugar en cada elección de este año”, lo que se supone una estrategia al menos cuestionada por las consecuencias que debería extraer de su desempeño en Catamarca.

Es en este contexto que las palabras de Néstor Kirchner serán retomadas por algunos columnistas. Con ellos pasamos de la crónica al género de *opinión*, una división práctica del periodismo que delimita entre un tipo de discurso apegado a la objetividad de los hechos y otro vinculado a la interpretación propia de los análisis políticos. Es el caso de la nota de Ricardo Roa quien se pregunta “¿Qué le pasa a Néstor Kirchner?” (*Clarín* 10.03.2009).<sup>10</sup> La propia enunciación de la frase nos llama la atención sobre un corrimiento discursivo respecto del discurso político. El Editor General Adjunto del diario no le responde directamente a Kirchner, como si entablara un diálogo. Delimitado por el pronombre objeto “le”, se dirige a un público que actúa como un tercero ante el cual debatir el propio estado del ex presidente. Los lectores del diario constituyen el referente natural de su discurso.

La función polémica se pone en juego al realizar el

balance de la elección, en la escala y las responsabilidades de lo sucedido. Para Roa, la derrota es clara “a menos que [Kirchner] crea que una diferencia de casi 10 puntos... no significa eso”. Por su parte, la función persuasiva la encontramos a través de la delimitación que hace de los dichos de Kirchner para proponer una nueva interpretación de cara a los lectores:

“¿Qué te pasa, Clarín?”, chicanea varias veces. No pasa nada diferente de lo que pasó en Catamarca. Ni de lo que vieron todos los diarios, salvo los oficialistas. No es la prensa sino la realidad lo que pone en aprietos al Gobierno. Según Kirchner, él abre los brazos a todos, no es hipócrita, no lucra, tiene convicciones, defiende a la Patria. En su universo ni un error ni una autocrítica. Pero por más que le de vueltas, así las derrotas son más costosas.

Las palabras del ex presidente son de ese modo retomadas para poner en evidencia la sinrazón y necesidad de su argumentación.

Esto último se conecta con la interpretación que dierra Carlos Pagni en el diario *La Nación* cuando sostuvo que “Kirchner fue víctima de su propia ira” (Titular).<sup>11</sup> Sarcásticamente, sostiene aquello que “llama la atención” y “lo único relevante” del episodio de Catamarca es que el propio Kirchner le pusiera el rótulo de “kirchnerista” a un grupo político que aparecía ante sus ojos como “derrotado de antemano”. Como vimos en el caso de Roa, se dirige al lector para alertarlo de una situación peligrosa:

Lo más significativo de los comicios catamarqueños es haber demostrado que Kirchner suele ser presa de raptos de irracionalidad por los que termina agrediendo a sí mismo. Hay que preocuparse, porque ese gigantesco fallido salió de la cabeza de quien toma las decisiones del Gobierno en medio de la crisis.

Asumiendo que se está ante una situación crítica, un hecho que el propio Kirchner había puesto a jugar en su discurso y que se vuelve un recurso para enfatizar la cuestión, establece un imperativo para los lectores (“Hay que preocuparse”) ante quién es caracterizado dentro de la categoría de “víctimas de la ira”, de ahí que todos los actores del arco político se sacaran ventaja de su drama. “Masoquista extremo”, Kirchner es retratado como un político ingenuo que transformó en una “hazaña nacional” una victoria rutinaria por parte de un poder provincial consolidado. Nuevamente, es la escala de lo acontecido lo que está en primer plano: la posible derrota del kirchnerismo, si se verificara, significaría el “derrumbe de un aparato de poder”.

Hasta aquí hemos visto las improntas que asumen las crónicas en cada medio, resaltando las caras positivas y negativas del discurso de Kirchner según cada cronista, permitiendo establecer una convergencia entre los recursos enunciativos de los periodistas y las posiciones editoriales de cada medio respecto del kirchnerismo. Esto, sin embargo, se realiza (con ciertas tensiones) en el marco de las reglas que gobiernan lo periodístico. El caso del desdoblamiento de la nota de Guido Braslavsky y la asunción de una voz institucional, eludiendo lo que podrían ser marcas polémicas, junto al cambio de registro de la interlocución planteada por Kirchner hacia la identificación con el lector por parte de Ricardo Roa, constituyen una expresión ejemplificadora de la tensión entre la interpretación periodística y la lógica oposicional que adquirió el espacio público político, así como de los problemas que plantea de cara a los lectores asumir esa polémica.

### 1.3.- ESCENA 3: EL DISCURSO POLÍTICO TELEVISADO: EL NIVEL INTERLOCUTIVO Y LA FUNCIÓN POLÉMICA

“Yo se los voy a contar bien”, dice como al pasar quién por esos momentos se desempeñaba como presidente del Partido Justicialista a propósito de las

elecciones en la provincia de Catamarca. Son los primeros días de marzo de 2009 y el ex presidente de la Nación se encuentra dando un discurso en el Gran Buenos Aires. Como tomando conciencia por un instante de lo que está por hacer y de las resonancias que tendrá su discurso, se encuentra por una fracción de segundo en la *tensión escénica* (Bourdieu, 1985; Maingueneau, 2009) que se genera en una situación de comunicación cuando el locutor se ve afectado por las condiciones de aceptabilidad de su discurso.

La escena validante (Maingueneau, 2009) era un típico acto proselitista donde un líder político hablaba a sus seguidores, un acto de campaña (“asamblea de militantes”) desarrollado en el marco de las elecciones legislativas de la provincia de Buenos Aires en las que el mismo Kirchner es el principal candidato por el *Frente para la Victoria*. Sin embargo, a pesar de esta forma característica, asumía ciertos rasgos particulares. Ante todo, como parte de un proyecto político gobernante en el ejecutivo nacional, Néstor Kirchner se presentaba como el representante de esa continuidad política, al mismo tiempo que reclama para sí los resultados interpretados como positivos que se produjeron en el país desde 2003. Pero también era una palabra investida que actuaba como representante de otro personaje explícito pero ausente, la presidente de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, su sucesora, quién no había podido asistir al acto pero que les enviaba un “eterno agradecimiento” a sus partidarios de Tres de Febrero.

La trasmisión “en vivo” por parte de varios radios y canales de televisión volvía aún más significativo este pliegue enunciativo y le daba un marco particular como discurso de campaña. A un nivel localizado, como pudimos ver en el apartado anterior, las elecciones de Catamarca habían sido señaladas como un *test* para el kirchnerismo al ser la primera de una serie de elecciones que se realizarían en el resto del país durante esos meses. Asumirse como manifestación

del Ejecutivo Nacional reclamaba una representación ampliada que apelaba a la comunidad política nacional. A su vez esta tenía cierta importancia para medir la capacidad de liderazgo de Kirchner al interior del peronismo así como también su fortaleza como candidato. Como vimos, se presentaba como una elección “nacionalizada” y era la primera contienda electoral luego del conflicto con las entidades patronales en 2008.

[Escenario 1] En primer lugar quiero traerles un fuerte abrazo, un saludo de la compañera Cristina, que les agradece la tremenda lealtad, el tremendo acompañamiento de Hugo y de todos ustedes (aplausos y pausa). Está eternamente agradecida y con muchísimas más ganas que nunca de luchar. [Escenario 2] En segundo lugar, si ustedes me permiten... seguro que mañana, los analistas de la política van a decir, es un políticamente incorrecto pero yo nop... no me gusta pertenecer ni a la burocracia política [Contradestinatario explícito 1], ni me gusta ser hipócrita. [Ethos 1] Ustedes saben cómo soy, con mis aciertos y errores, siempre hablo con lo que siento con absoluta sinceridad, porque creo que no hay mejor forma de comunicarse con la verdad y con la lealtad.

La verdad que, escuchando a un medio de difusión argentino, el gran diario argentino como dicen ellos, *Clarín*... *Clarín* (silbidos), qué te pasa *Clarín*, eh!, je [Contradestinatario explícito 2]. Escuchaba a *Clarín* y decía que nosotros habíamos sufrido una fuerte derrota en Catamarca –yo se los voy a contar bien y que yo no debería haber ido a Catamarca. Que sepan, que como presidente del Partido Justicialista voy a ir hasta el último pueblito del p, la Nación Argentina que necesite que lo vayamos a apoyar en este movimiento transformador (aplausos y pausa). [Ethos 2]

En términos enunciativos, el mitin político tenía, como el propio Kirchner lo expresó al inicio de sus palabras, un destinatario directo<sup>12</sup>: los miembros del partido justicialista presentes en aquel distrito del conurbano bonaerense. Pero también implicaba tener como referencia un público más amplio, aquel disputado en su interpretación con los medios de comunicación. Si el Escenario 1 remite claramente al auditorio inmediato y corporizado en el acto (“Hugo [Curto, intendente de 3 de Febrero] y todos ustedes”), el Escenario 2 está corporizado por dos contradestinatarios explícitos, *Clarín* al que se contraponen explícitamente y la “burocracia política” de la que solo se diferencia por contraste.

La dimensión *polémica* característica del discurso de Kirchner (Montero, 2011), se proponía brindar una imagen alternativa que mostrara la injusticia interpretativa que cometían los análisis políticos de los medios de comunicación, específicamente los del *Grupo Clarín*:

...en la elección de ayer en Catamarca, el peronismo, con sus aliados del Frente para la Victoria, logró mantener un puntaje histórico entre el 33 y el 35 %. Yo no se por qué no dicen que, hace dos años, el gobierno de Catamarca, que hace 17 años que está gobernando (...) había sacado 59 y ahora sacó 42. El gobierno bajó 17 puntos, no lo vi en ningún lugar (...) *Clarín*, habló con la verdad, decile la verdad a los argentinos. ¿Qué te pasa, *Clarín*? (...) ¿por qué estás tan nervioso? Yo la verdad que no me lo explico, pero hacé democracia, hacé abierto, usá los medios realmente para informar y no desinformar a la gente (...) cuando una fuerza, como la de ayer, del Frente Cívico, está 17 gobernando en Catamarca, no importa la alternancia, la alternancia es solamente para el peronismo (...) ¿Qué te pasa, *Clarín*? Tranquilizate por Dios, te abrimos los brazos para que te pongas tranquilo, eh! [pausa y aplausos]. Es así...

Las posiciones contrarias aparecen para ser rebatidas a partir de un contraste entre lo que efectivamente dijeron o aquello que omitieron decir. Por un momento, reclama que los medios de este grupo se aboquen a su razón social, informar a la gente, lo que tiene como contraparte que *Clarín* no solo incumple con esa lógica sino que también tiene otras motivaciones para actuar de ese modo vinculadas a sus negocios e intereses.

Esto se vincula con el *ethos* que presenta (Montero, 2012). El líder político desarrolla un doble juego de presentación de sí mismo. En Ethos 1 se muestra como un político desacartonado, políticamente incorrecto, que se comunica con la verdad, la lealtad y en absoluta sinceridad, características que eran retomadas por el discurso humorístico. Se diferencia así de la burocracia política y marca una distancia con los responsables de las crisis precedentes, la oposición política radical, al hacerse cargo de la inestabilidad actual. En Ethos 2 se presenta como un político que se acerca al pueblo, dispuesto a hablar con "absoluta sinceridad" para poder establecer un diálogo de "ida y vuelta" con los argentinos, componiendo un nosotros inclusivo que tiene por fin transformar la Nación. Ante *Clarín*, que está nervioso [Contradestinatario explícito 2], Kirchner en nombre de un nosotros inclusivo se muestra como la plenitud que puede unificar al país, utilizando metafóricamente la acogida de brazos ("te abrimos los brazos para que te pongas tranquilo") como un signo afectivo de concordia.

Vincular estos análisis al ejercicio de una democracia pluralista valorizaba el lugar de la política y el *ethos* correlativo que se requiere en la vida pública. La contraposición básica es entre el tópico de la política como convicción (Montero, 2007; 2012) y los medios como negocio:

Porque nosotros no lucramos *Clarín*, no lucramos, tenemos convicciones [Tópico 1], tenemos ideas *Clarín*,

no lucramos. No estamos en el negocio de la política, estamos en la transformación de la patria (...) *Clarín*, ¿por qué estás tan nervioso? Yo la verdad que no me lo explico, pero hacé democracia [Tópico 2], hacé abierto, usá los medios realmente para informar y no desinformar a la gente (...). La verdad que, lo digo con todo cariño y todo afecto, porque tienen que realmente entender que los argentinos queremos vivir en un régimen pluralista [Tópico 2], no queremos monopolios mediáticos, queremos que haya posibilidades de igualdades para todos [Tópico 2], que no se utilicen para las cosas que no se deben los medios de expresión pública que son importantes para comunicar e informar a la gente (...).

El Tópico [2] pone a la "democracia" en el centro.<sup>13</sup> Kirchner denuncia cómo el *Grupo Clarín* pone en peligro el interés común en la democracia de los argentinos e indica el mejor modo de lograr ese objetivo compartido. El atributo de la convicción [Tópico 2], del cuál se inviste al kirchnerismo, es presentado como el mejor modo de poner a la política en el centro de los intereses y de llegar de ese modo a un verdadero régimen pluralista.

La modalización didáctica de toda la exposición de Kirchner presupone una distancia entre la visibilidad de la política y el oscurantismo de los negocios, lo que matiza la cara negativa del destinatario (Maingueneau, 2009). Si el discurso de Perón fue caracterizado como externo a la política (Sigal y Verón, 2010), el discurso kirchnerista enuncia desde un otro interno, al mismo tiempo parte y resto de la clase política. Es en la militancia, una actividad desvalorizada por quienes son identificados como contradestinatarios (el neoliberalismo, el menemismo o los 90), donde encuentra los valores políticos, las convicciones de un político que no deja de ser un hombre común, aquel que nace del pueblo y permanece filiado a su origen, una característica que ha sido señalada por Montero (2012)

como propia del *ethos* setentista del kirchnerismo.

Finalmente, podemos señalar la remisión que este discurso tiene a las formas irónicas dentro de la propia memoria discursiva peronista, cuando la organización político militar juvenil Montoneros cantaba en la Plaza de Mayo, "Qué pasa, que pasa, que pasa General, que está lleno de gorilas el gobierno popular?". Como lo pusieron de manifiesto Sigal y Verón (2010) el *diálogo* durante los actos políticos era una de las formas predilectas del discurso peronista. Esta forma discursiva se produce ahora como un acto de *denuncia* en la que el líder político interactúa con un contra-destinatario individualizado, el multimedio *Clarín*. Si para *El Descamisado* (órgano de prensa de Montoneros) la significación del acto del 1 de Mayo de 1974 en la Plaza de Mayo fue la de la ruptura del diálogo entre Perón y el pueblo encarnado en la organización (Sigal y Verón, 2010), en el discurso de Kirchner el "Qué te pasa, *Clarín*?" asume la denuncia de una ruptura del pacto democrático por parte del *Grupo Clarín* con los argentinos. Constituye una crítica cívica donde se señala la interposición de los intereses privados de un grupo económico por sobre el bien colectivo "democracia".

Vemos así cómo Kirchner desafía las interpretaciones de los hechos construidas por algunos medios, generando su propia definición, al mismo tiempo que busca encontrar un lugar de enunciación válido y legítimo para sí y para su movimiento político. En tanto discurso político, la alocución del ex presidente utiliza la mediatización para reivindicar el lugar de la política, entendida como una actividad específica opuesta a la lógica de económica de los medios en tanto empresas, y señalar de ese modo el carácter político de las propias formas periodística.

## 2.- EL "¿QUÉ TE PASA?" COMO OPERADOR DISCURSIVO

¿Qué sucede entonces con el *¿Qué te pasa Clarín, estás nervioso?*, ¿qué propiedades podemos encontrar en la enunciación que nos permita pensar la lógica

de su funcionamiento discursivo? El *¿Qué te pasa?* en sí mismo, en las particularidades que damos a esta frase los argentinos, puede tener o no un carácter polémico. Por esta razón siempre aparece con alguna adición que indica el contexto en el que debe ser entendida. "¿Qué te pasa, estás bien?" puede ser una opción para indicar al otro la preocupación por tu estado físico o emocional, marcando el compromiso con su persona. En otro contexto puede ser también un acto de desafío: "¿Qué te pasa? A mí no me tratas así". En ese acto se marca un estado de ánimo del que el locutor se hace cargo de su enunciación señalando la acción que le prosigue al desafío. La segunda forma es al mismo tiempo un intento de poner en juego una legitimidad: qué te pasa es una pregunta de estado que implica interrogarse por el estatuto del otro, "¿porqué estás así?", e incluye un contraargumento: el destinatario no se encuentra en el estado que le atribuye como un deber ser el locutor.

Roberto Damatta (2002), un antropólogo brasileño, analizó cómo en la cultura de ese país la pregunta "¿Sabe usted con quién está hablando?" tiene la particularidad de establecer un hiato entre quién la produce y el destinatario de esa frase, reafirmando una jerarquía al mismo tiempo que se interioriza la persona del otro. En Argentina tuvimos un ejemplo conocido en el debate televisivo que produjo un cruce entre la ensayista Beatriz Sarlo y el periodista de 6-7-8, Orlando Barone, cuando ésta le dijo: "Conmigo no, Barone, conmigo no". Javier Lorca, respecto de aquella situación, dice:

La frase "conmigo no" pone un límite. El hablante se siente avasallado y, con sus palabras, dibuja un contorno defensivo alrededor de su lugar de enunciación. La frase formula una estrategia de distinción que separa y deslinda, esboza una distancia entre quien la pronuncia y quien la escucha: usted no puede decir eso de mí... ¿Por qué? Porque merezco respeto...

Pero, ¿por qué? Porque conmigo no se jode, porque ¿usted sabe con quién está hablando? (Los ecos de una frase, Página/12 01/06/2011)

En el caso del “¿Qué te pasa?”, como vimos en las tres escenas, tiene un efecto descentrante del lugar del otro. Si entendemos con Ducrot (1990) que el propósito de la ironía es ridiculizar, comprendemos el efecto enunciativo que incorpora la pregunta ¿Qué te pasa? En este caso se atribuye al interlocutor un punto de vista absurdo. La ironía presente en la pregunta evita la constatación en tanto es una aseveración y no requiere que sea confirmada con posterioridad. Tal y como lo puso de manifiesto O'Donnell (s/r) y a diferencia del caso analizado por Da Matta donde predomina la jerarquización, es un rasgo propio de nuestra cultura marcar las jerarquías a partir del tratamiento equiparable del otro. El lenguaje irónico del ¿Qué te pasa? pone al otro en equiparación pero para sacarlo de ese lugar asignado, vosea para desplazar.

En el video familiar estamos en el campo de la *mimesis*. Su particularidad es que incorpora la función irónica de ese enunciado a un nuevo contexto. A diferencia del cómico que imita al ex presidente, para quién es fundamental recuperar el contexto discursivo de la asunción, en el discurso cotidiano no se remite a un escenario institucional que funcione por rememoración. El discurso humorístico lo desvincula de los contextos políticos a los que se adecuaban las palabras de aquel, conservando el acto oficial como escena validante. De ahí que la representación verse en gran parte sobre la dimensión estilística, en los recursos de entonación, las particularidades léxicas, las modalizaciones, etc. De este modo, la forma humorística rompe con el *ethos* presente en el discurso político.

No es casual que en ese contexto el propio Kirchner haya visto con cierta desconfianza la representación cómica, aún cuando siempre existiera la posibilidad de coquetear con el juego televisivo (Sarlo, 2011). Po-

demus hipotetizar que existen posibilidades diferenciales en el uso del humor televisivo de acuerdo a la posición que cada actor tenga en el campo político, estando en mejor lugar aquellos “opositores” que intentan criticar a quienes están en posiciones de poder institucional, los cuales ven minadas sus acciones de gobierno a través de la representación paródica.

El pasaje del “¿Qué te pasa, Clarín?” al “¿Qué le pasa a Kirchner?” es una muestra de la resignificación a la que es sometido el discurso político cuando es inscripto dentro de la lógica mediática por parte del periodismo gráfico. La prensa, más apegada al registro de la situación comunicativa del mitin y a las consecuencias del discurso en la política institucional, no puede dejar de mediatizar ese discurso a través de un tipo particular de relación con el lector, el cual se vuelve un elemento central para entender el desplazamiento discursivo que proponen. Así no solo restituye el discurso político dentro del espacio propio de la competencia electoral (contexto del que fuera desplazado por el propio Kirchner al distanciarse de las formas “burocráticas” de la política) sino que también produce una serie de operaciones de traducción (Latour, 2008), sea en términos de escalas (la trascendencia de la “derrota”), de creencia (los ecos sociales del discurso) o de visibilidad (respecto de lo omitido o minimizado, por ejemplo).

Finalmente el discurso político, al poner en cuestionamiento el estado del otro, en este caso los nervios de *Clarín*, fortalece el carácter irónico y asertivo. Es un acto de lenguaje que al nombrar transporta las propias condiciones de su efectividad. Este registro polémico permite reforzar el *ethos* del locutor quien se presenta bajo un discurso *redentor* (Muñoz y Retamozo, 2008) que conjura los males que aquejaron a la política (el peso de la economía y de los negocios). La enunciación destaca la cara positiva del locutor: el compromiso político, valor personal puesto en función de la democracia, se vuelve la posibilidad misma

de llegar a la verdad. Lo políticamente incorrecto, el desacartonamiento y la sinceridad, conjuran los peligros del discurso político burocrático al mismo tiempo que manifiestan el involucramiento subjetivo de quien enuncia, en un acto que podríamos calificar de confesional.

### 3.- ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA CONTEMPORÁNEA

Desde la crisis de 2001 en adelante y particularmente desde el año 2003, tras la asunción de Néstor Kirchner como presidente, se ha hablado mucho de un "retorno de la política" y de la centralidad que ésta adquirió en relación a otras lógicas y ante otros actores. ¿Significó esto un desplazamiento de los medios de comunicación?

Como pudimos observar a través del seguimiento del *¿Qué te pasa, Clarín?* no se ha dado un fenómeno de este tipo. Antes bien, se han redefinido los términos con los que se estructuraba la comunicación política. Si bien es bastante difundida la idea de que durante los años 90 la televisión recibió y dispuso a los políticos sus propios códigos y géneros (Landi, 1992: 85), son el periodismo político y el conjunto de discursos que tienen a la política como objeto los que en la actualidad tienden a inscribir la lógica de política en sus formatos y géneros, entendiéndola como una forma intrínsecamente polémica y oposicional. Lo importante aquí no es señalar una supuesta particularidad histórica de la era kirchnerista que habría llevado a una politización inédita de los medios, sino destacar cómo en ciertos momentos y contextos históricos como el presente es posible encontrar procesos de inclusión de elementos propios de la política en los discursos mediáticos de modos específicos.

En el humor político, el recurso a *Gran Hermano* por parte de *Showmatch* es significativo por ser un juego estructurado bajo las formas prototípicas de la disputa electoral. En este *reality show* los participantes

tienen el objetivo de convencer a sus compañeros y a los televidentes de que deben permanecer en la casa y ser los merecedores de un premio en dinero. Regularmente son sometidos a votación inter-participantes ("nominaciones") para luego ser sometidos al tele-voto por parte de la audiencia. Que este tipo de imitaciones surgieran en períodos de crisis políticas (2001,<sup>14</sup> 2002<sup>15</sup> y 2009<sup>16</sup>) o en momentos previos a elecciones (2005,<sup>17</sup> 2014<sup>18</sup>) es de por sí significativo. Aún cuando en la televisión en general hayan prevalecido las formas estilísticas y caricaturescas de la política (Sarlo, 2011), sus modos no fueron indiferentes a las nuevas y específicas condiciones de politicidad contemporánea.

En la prensa gráfica vemos también cómo los periodistas desarrollan operaciones interpretativas equivalentes a la de los dirigentes políticos como la "nacionalización" o "localización" de los resultados de una elección provincial. En este aspecto han hecho hincapié varios autores que definieron la acción política de los medios como formas de co-construir y administrar colectivos identitarios (Verón, 2012; Latour, 2003; Fernández, 2011). El debate sobre el compromiso en el periodismo (Baldoni, 2012; Stefoni, 2013) puso de manifiesto cómo el periodismo debatió la politización que se fue produciendo entre los diferentes actores mediáticos, a tal punto que se desarrolló una comunidad epistémica que redefinió las formas de recepción de los medios (Kitzberger, 2011) y comenzó a ganar terreno una configuración del mapa de los medios que los clasifica a partir de sus posicionamientos políticos.

En términos del discurso político, podemos concluir que es una particularidad del kirchnerismo apelar a la interlocución y a las formas dialógicas de la polémica. Varios autores han destacado el carácter "dialogal" del *ethos* setentista (Svampa, 2003; Hilb y Lutzky, 1984, citado por Montero, 2012), rasgo destacado dentro de la discursividad peronista (Sigal y Verón, 2010).



Particularmente Montero (2012) ha vinculado esta modalidad con el discurso de Kirchner al sostener que representa e incorpora como propia esa memoria discursiva militante. Como pudimos ver con "Qué te pasa, Clarín?", la *enunciación* dialógica y fuertemente oposicional del discurso de Kirchner se vuelve una opción competitiva en el espacio político, afirmativamente por su carácter polémico y por contraste a través de la delimitación con las apelaciones señaladas como despolitizantes.

La particularidad del espacio político contemporáneo es que, aún en un contexto de fuerte mediatización, podemos tener procesos de alta politización, dependiendo de las formas en que los procesos y discursos políticos sean incorporados en las situaciones de competencia dentro de la mediatización.

#### NOTAS:

1. Ver <http://www.youtube.com/watch?v=GkB2vgsyk9s>. Todas las referencias citadas han sido consultadas el 26.06.2014.
2. En este reality show, un grupo de personas son aisladas del mundo exterior y conviven durante meses en una casa con un centenar de cámaras que captan cada uno de sus movimientos.
3. "Leef- Cortina de Gran Hermano", por Ernesto Snajer.
4. Ver <https://www.youtube.com/watch?v=vUXF9rggx8>
5. Denominaremos a este recurso escena validante (Maingeneau, 2009) en tanto recupera una situación de habla incorporada en la memoria colectiva como un marco que puede ser autonomizado, descontextualizado, haciéndolo pasible de reinversión por otras representaciones.
6. Para este artículo se han seleccionado el total de las notas aparecidas en estos tres "diarios de referencia" correspondientes a las ediciones del 10 de marzo de 2009.
7. Ver <http://edant.clarin.com/diario/2009/03/10/elpais/p-01874162.htm>.
8. Ver <http://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-121276-2009-03-10.html>.
9. Ver <http://www.lanacion.com.ar/1107186-fuertes-criticas-de-kirchner-a-los-medios>.
10. Ver <http://edant.clarin.com/diario/2009/03/10/opinion/o-01874145.htm>.
11. Ver <http://www.lanacion.com.ar/1107179-kirchner-fue-victima-de-su-propia-ira>.
12. Para la clasificación que se utiliza entre los distintos tipos de referentes comunicacionales ver los trabajos de Verón 1987; Negroni 1988 y Montero 2009a
13. Seguimos la lectura que realiza Montero (2012: 48) de la Teoría de los Topoi de Anscombe y Ducrot al proponer un análisis de las cadenas tópic-argumentativas donde los tópicos se constituyen como fundamentos garantes de los enunciados.
14. Ver <http://www.lanacion.com.ar/321684-gran-cunado-los-trucos-tras-las-mascaras-y-la-risa> y <http://edant.clarin.com/diario/2001/09/19/c-00401.htm>.
15. Ver <http://www.lanacion.com.ar/417335-videomatch-se-renueva-con-un-gran-cunado-de-famosos>.
16. Ver <http://www.lanacion.com.ar/1127351-la-campana-ya-comenzo-para-gran-cunado>.
17. Ver <http://www.lanacion.com.ar/746904-el-gran-cunado>.

que-volvio-una-noche.

18. Ver <http://www.perfil.com/politica/Inquietud-K-por-la-vuelta-del-Gran-Cuado-20140330-0027.html>. Consultado 26.06.2014.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Atorresi, A. (1996) Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística. CONICET.
- Baldoni, M. (2012) La disputa entre el periodismo independiente y periodismo militante: apuntes para analizar las tensiones en la ética periodística en la Argentina Contemporánea, en Quórum Académico, vol. 9, núm. 2, pp. 213-245, disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1990/199025105003.pdf>
- Bourdieu, P. (1985) Qué significa hablar. La economía de los intercambios lingüísticos. Madrid: Akal.
- Damatta, R. (2002) Carnavales, Malandros y Héroes. México DF: FCE.
- Ducrot, O. (1990) Polifonía y argumentación. Cali: Universidad del Valle.
- Fernández Contantinaides, M. (2011) El discurso político y la politicidad de los discursos. Una hipótesis de trabajo sobre la gestión de colectivos de identidad en periodismo y política, en Revista Cuestión, Vol 1, núm. 30, disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewArticle/1008>
- Fernández Contantinaides, M. (2013) Mediatización de la política en la Argentina Kirchnerista: figura presidencial, periodismo militante y disputas por la toma pública de la palabra, en X Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, del 1 al 6 de julio.
- Ferraudi Curto, M. C. (2011) ¿Estás nervioso? Las elecciones desde una villa del Gran Buenos Aires, en Athenea Digital, 11 (3): 99-118. Disponible en: <http://psicologiasocial.uab.cat/athenea/index.php/atheneaDigital/article/viewArticle/804>
- García Negroni, M. M. (1988) La destinación en el discurso político: una categoría múltiple, en Lenguaje en Contexto I (1/2), 85-111.
- Habermas, J. (2006) Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- Kitzberger, P. (2011). La madres las de todas las batallas": el kirchnerismo y los medios de comunicación, en

Malamud, A. y De Lica, M. (coord.), La política en tiempo de los Kirchner. Buenos Aires: Eudeba.

- Landi, O. (1992) Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, que hace la gente con la televisión. Buenos Aires: Planeta.
- Landi, O. (2007) Videopolítica y cultura, en Revista Diálogos de la comunicación (FELAFACS), N° 74. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-videopolitica-y-cultura.pdf>
- LORCA, J. (2011). "Los ecos de una frase". En Página/12, 1 de junio. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/subnotas/169240-53938-2011-06-01.html>
- Latour, B. (2003) What if we Talked Politics a Little? en Contemporary Political Theory, num. 2, 143-164. Disponible en: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/downloads/83-POL-GB.pdf>.
- Latour, B. (2008) Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires: Manantial.
- Maingueneau, D. (1989) Introducción a los métodos de análisis del discurso. Buenos Aires: Hachette.
- Maingueneau, D. (2009) Análisis de textos de comunicación. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Martínez Mendoza, R. C. (2009) "¡Buenas noches América!" Acerca de la televisión, su cotidianidad y su muerte, en Revista Figuras: teoría y crítica de la artes, núm. 6. Disponible en: <http://www.revistafiguraciones.com.ar/numeroactual/articulo.php?id=143&idn=6&arch=1>
- Montero, A. S. (2007) Política y convicción. Memorias discursivas de la militancia setentista en el discurso presidencial argentino, en ALED 7 (2), pp. 91-113. Disponible en: [https://www.academia.edu/3852714/Politica\\_y\\_conviccion.\\_Memorias\\_discursivas\\_de\\_la\\_militancia\\_setentista\\_en\\_el\\_discurso\\_presidencial\\_argentino](https://www.academia.edu/3852714/Politica_y_conviccion._Memorias_discursivas_de_la_militancia_setentista_en_el_discurso_presidencial_argentino)
- Montero, A. S. (2009a) Puesta en escena, destinación y contradestinación en el discurso kirchnerista (Argentina, 2003-2007), en Revista Discurso & Sociedad 3(2), Caracas, Venezuela. Disponible en: <http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3%282%29SoledadMontero.pdf>
- Montero, A. S. (2011) Sobre los modos de la polémica en el discurso político: aspectos, enunciativos y argumentativos, mimeo.
- Montero, A. S. (2012) Y al final un día volvimos!: los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007). Buenos Aires: Prometeo.

- Muñoz, M. A. y Retamozo, M. (2008). Hegemonía y Discurso en la Argentina contemporánea. Efectos políticos de los usos de "pueblo" en la retórica de Néstor Kirchner en Revista Perfiles Latinoamericanos, Núm. 31, México. Pp. 121-149. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/115/11503106.pdf>
- Muraro, H. (1991) Poder y comunicación. La irrupción del marketing y la publicidad en la política. Buenos Aires: Letra Buena.
- Muraro, H. (1997) Políticos, periodistas y ciudadanos. De la videopolítica al periodismo de investigación. Buenos Aires: FCE.
- O'DONELL, G. (s/r) "Y a mi que me importa. Notas sobre sociabilidad y política en Argentina y Brasil". Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/88387942/O-Donnell-Guillermo-Y-a-mi-que-me-importa-Notas-sobre-sociabilidad-y-politica-en-Argentina-y-Brasil>
- Quevedo, L. A. (1999) Política, medios y cultura en la Argentina de fin de siglo, en Los noventa. Política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo. Buenos Aires: Eudeba.
- Sarlo, B. (2011) La audacia y el cálculo. Kirchner 2003-2010. Buenos Aires: Sudamericana.
- Sartori, G. (1998) Homo videns. La sociedad teledirigida. Buenos Aires: Taurus.
- Sigal, S. y Verón, E. (2010) Perón o muerte: los fundamentos discursivos del fenómeno peronista. Buenos Aires: Eudeba.
- Stefoni, J. A. (2013) Controversias contemporáneas en el periodismo argentino. Los nudos de la política y el debate sobre la condición profesional (2009-2011), en Astrolabio, Nueva Época, N° 10. Disponible en: <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/viewFile/2991/4536>
- Steimberg, O. (1993) Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares. Buenos Aires: Atuel.
- Svampa, M. (2003) El populismo imposible y sus actores, en James, D. (Dir.), Nueva Historia Argentina, 1955-1976, Vol. IX. Buenos Aires: Sudamericana.
- Tenenbaum, E. (2010). ¿Qué les pasó? Buenos Aires: Sudamericana.
- Thompson, J. B. (1998) Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Varela, G. (2007) Lo bello conocido: espacios autenticantes de la cotidianidad en la televisión de aire, en XI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Mendoza, del 4 al 6 de octubre. Disponible en: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/PONENCIA%20MENDOZA%20XI%20Jornadas%20Nacionales%20de%20Investigadores%20en%20Comunicaci%F3n.doc>. Consultado: 26.06.2014.
- Verón, E. (1987) La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política, en AA. VV., El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (2012) Mediatización de la política: estrategias, actores y construcción de colectivos, en Mercier, A. (Coord.), La comunicación política. Buenos Aires: La Crujía.
- Vincent, L. (2011) La disputa por la mediación durante el kirchnerismo en Argentina, en Revista CONfinés de relaciones internacionales y ciencia política, Monterrey, Nol. 7 N°13, enero-mayo, pp. 49-81. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-35692011000100003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-35692011000100003&script=sci_arttext)
- Vommaro, G. (2008a) "Lo que quiere la gente". Los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999). Buenos Aires: Prometeo.
- Vommaro, G. (2008b) Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina. Los Polvorines: UNGS.
- Waisbord, S. (2013) Cambios y continuidades: La agenda de investigación de la comunicación política en América Latina, en Revista Austral Comunicación, Vol. II, Num. 1, 105-131. Disponible en: <http://www.austral.edu.ar/ojs/index.php/australcomunicacion/article/view/46>
- Williams, R. (2011) Televisión. Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós.
- Wolf, M. (2004) La investigación de la comunicación de masas. Buenos Aires: Paidós.
- Wolton, D. (1989) La comunicación política: construcción de un modelo, en Ferry, J. M.; Wolton, D. y otros, El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa.

**DATOS DE AUTOR:**

Jorge Andrés Stefoni

Argentino

Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales / Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales / Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CIMECS- IdIHCS - CONICET). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE). Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Área de interés: Sociología de los medios y el periodismo

E-mail: jas18dudi@hotmail.com

**REGISTRO BIBLIOGRÁFICO:**

Stefoni, Jorge Andrés. ¿Qué te pasa, Clarín? ¿Estás nervioso? Acerca de la mediatización de la vida política contemporánea, en La Trama de la Comunicación, Volumen 20 Número 1, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a junio de 2016, p. 051-070. ISSN 1668-5628 - ISSN digital 2314-2634.

**RECIBIDO: 30-06-2014**

**ACEPTADO: 18-01-2015**