

La plegaria ritual

Para los pueblos originarios, los textiles no eran simplemente una parte de su indumentaria. Sus diseños y colores conformaban un complejo lenguaje simbólico que servía para comunicar identidad social y de género, rango político o condiciones espirituales. El motivo de nuestra tapa está tomado de una faja ceremonial mapuche, proveniente de la Pampa o de la Patagonia septentrional de la Argentina. El personaje —entre humano y animal— bien podría ser una “machi” (chamana) o el oficiante de algún ritual —por la posición de los brazos, uno extendido hacia el cielo y el otro hacia la tierra—, como buscando establecer con su postura esa conexión sagrada. La imagen antropomorfa, adaptada para la disposición lineal de la pieza, se combina con la típica guarda de “grecas”, un motivo ancestral en el arte pictórico de la Patagonia, que remite en forma abstracta a la idea de los linajes. El mapuche es un pueblo exímio en el arte textil que aún hoy vuelca en ellos la riqueza y el significado más profundo de su cosmovisión.

Texto: Ana M. Llamazares y Carlos Martínez Sarasola
Antropólogos, Directores de la Fundación
desdeAmérica

www.desdeamerica.org.ar

Imagen extraída del libro *500 diseños precolombinos de la Argentina*, de Alejandro E. Fiadone, La Marca Editora

umbrales

de América del Sur

Nº13 | diciembre 2011 - marzo 2012

Un dato mayor del escenario chileno es la extrema debilidad de la oposición política. Los estudiantes tienen perfecta conciencia de que están luchando para terminar con un sistema educacional que es el producto del quehacer de la dictadura militar, que no sufrió grandes modificaciones durante los 20 años de Concertación. La oposición parlamentaria ha sido un mero espectador a la cual el movimiento no le reconoce ninguna representatividad.

Si hubiera que arriesgarse a hacer un vaticinio, se podría decir lo siguiente: el movimiento ya triunfó en el sentido de que logró poner al tope de la agenda nacional sus grandes banderas de lucha en materia de transformación educacional. Es, sin embargo, poco probable que coseche grandes logros en el corto plazo. La escisión entre oposición social y oposición política hace aún más difícil el éxito del movimiento en el corto plazo. Pero, el país no volverá a ser el mismo de antes.

En lo inmediato se instalará una especie de empate paralizante. El movimiento no podrá imponer sus reivindicaciones pero el gobierno continuará arrinconado y a la defensiva, con serias limitaciones para sacar adelante su propia agenda. Las posibilidades de romper con este empate pasan por la maduración de los procesos en el interior de la oposición, en vistas a constituir un nuevo proyecto político a partir del cual ir recomponiendo la fractura de la política con el movimiento social.

A diferencia de lo que fue la Concertación en sus 20 años de administración del país, el énfasis deberá estar puesto en las transformaciones de fondo que el país necesita.

El gran desafío de los progresistas en Chile es construir este proyecto, con todo lo que ello implica, en materia de propuestas, estrategias, alianzas y liderazgos. Si este esfuerzo sale adelante, las movilizaciones del invierno 2011 habrán dado paso a una esperada primavera de la democracia y los derechos de las personas. ■

CONTRA-HEGEMONISMO GUBERNAMENTAL, ESFERA PÚBLICA Y DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA

PHILIP KITZBERGER

Al menos hasta el escándalo de *News of the World* —a partir del cual se ha visto a los dirigentes parlamentarios Laboristas y Conservadores británicos, inventores y hasta hace poco cultores incondicionales del moderno *spin doctor* o especialista en imagen, rasgarse las vestiduras por Rupert Murdoch— la relación entre política y grandes medios en Europa se redujo al despliegue de unas técnicas profesionalizadas de comunicación política y a negociaciones de cúpula entre liderazgos políticos y mediáticos, en los que se negociaba deferencia a las conveniencias desregulatorias de los grandes conglomerados a cambio de editorialización favorable —o no maltrato, al menos— por parte de los *outlets* mediáticos controlados¹.

La naturaleza de estas relaciones refleja una dramática renuncia de la política en el campo comunicativo, expresada en resignada aceptación del dominio de las lógicas mediáticas y de los intereses de mercado de los grandes conglomerados. El escándalo que involucra a News Corp parece haber reintroducido tímida y acaso efímeramente —de la mano de anuncios hechos desde la Cámara de los Comunes y la Ofcom (agencia de control de la industria de los medios)— la cuestión de la re-

gulación política del campo mediático y periodístico. Por contraste, de la mano de algunas de las experiencias de gobierno de la nueva izquierda, América Latina presencia hoy una serie de cuestionamientos radicales a la hegemonía de los grandes medios de comunicación, complementados por ofensivas reformistas y democratizadoras en el campo de la comunicación política. Las siguientes son algunas observaciones sobre la naturaleza de estos cuestionamientos y ofensivas.

1.

Un aspecto de la hegemonía de las lógicas mediáticas consiste en la reducción de la comunicación política —y dentro de ella la comunicación gubernamental— a un *expertise*, a un campo neutral de saber técnico medible en términos de eficiencia. Esta imagen ilusoria se cimenta en la proliferación de una multiplicidad de roles profesionales ligados al campo de esta actividad en las democracias liberales. Partidos, organizaciones e instituciones gubernamentales albergan en su seno o dependen, cada vez más, de consultores de opinión, de especialistas en imagen, de asesores de medios o de *spin doctors*.

Varias tendencias pueden subyacer a este fenómeno. Las técnicas difundidas en el ámbito de las campañas electorales se han extendido al proceso de gobierno mismo. La nueva centralidad de los medios, la así llamada mediatización de la política comporta públicos desmovilizados, desapegados de las tradicionales identidades políticas, ideológicas y partidarias, y por lo tanto, más susceptibles a cambios de actitud vinculados a la imágenes y performances públicas personales de liderazgos individuales. A su vez, con frecuencia, los actores políticos parecen aceptar y subordinar su propia política a estas nuevas reglas de juego, determinadas por lógicas mediáticas estructuradas por la búsqueda de audiencia y las reglas del espectáculo.

Los nuevos profesionales de la comunicación política mediatizada funcionan como optimizadores de oportunidades mediáticas para hacer “visibles” a distintas personalidades ante

la opinión pública, o para terciar en el establecimiento de las agendas públicas. Funcionan, así, como técnicos neutrales desde el punto de vista político. Si bien muchas veces trabajan alineados según sus afinidades, su *know how* no se origina en la militancia política, proviene, más bien, de campos profesionales como la publicidad, la investigación de mercado o el periodismo.

“En América Latina, la concepción técnica y apolítica de la comunicación política muestra su carácter ilusorio en el contexto de dislocamientos y rupturas entre los sectores establecidos con poder mediático y las (en algunos casos nuevas) elites políticas”.

Todos estos temas son bien conocidos y no serán desarrollados aquí. El punto a señalar es que este modelo tecnificado y despolitizado de comunicación política presupone ciertos equilibrios que estructuran las relaciones de poder entre elites políticas y elites mediáticas. En los procesos de confrontación contra-hegemónica en América Latina, por el contrario, la concepción técnica y apolítica de la comunicación política muestra su carácter ilusorio en el contexto de dislocamientos y rupturas entre los sectores establecidos con poder mediático y las (en algunos casos nuevas) elites políticas.

2.

La politización de la cuestión del poder mediático en América Latina surgió de la mano de gobiernos que emergieron capturando o movilizándolo los descontentos legados del período neoliberal. Más allá de elementos comunes, de época, que estos gobiernos pueden compartir con sus pares no identificados con el progresismo —como puede ser el uso de nuevas tecnologías o el recurrir a ciertas técnicas para dominar la agenda—, lo que los gobiernos de la nueva izquierda tienen de peculiar

—y común entre ellos— es el recurso a y el despliegue de ciertas tácticas contra-hegemónicas. Se trata de intentos por instalar un discurso, o más bien un contra-discurso, cuyo propósito es desnaturalizar, desnudar o deconstruir las narrativas de los grandes medios privados que durante las últimas décadas se han constituido en los actores dominantes —en tanto reguladores de los discursos y las voces legítimas— de la esfera pública.

Hay ciertas causas estructurales que han contribuido a esta hegemonía. De un lado, la expansión y penetración de los medios, en particular de la televisión, desde la década del 80 en adelante. Del otro, y como contraparte, el debilitamiento de los actores políticos tradicionales, la crisis de los partidos y demás instituciones políticas ha dejado a los medios un mayor control de los discursos que circulan en el espacio público.

En buena parte de los países de la región, y debido a los avances del mercado y la tendencia a la desregulación, se ha producido un proceso de concentración y formación de grandes conglomerados en el sector mediático. A su vez, la modernización de estos medios ha venido acompañada de pretensiones de legitimidad que los hace presentarse, en sintonía con la despoltización más amplia del período neoliberal, como guardianes neutrales del interés público; muchas veces por contraste a una clase política cuyo desprestigio contribuyeron a popularizar.

Sin embargo, esta autopresentación ha mostrado ciertas fisuras. La crisis del consenso de Washington ha contribuido a exhibir a estos grupos mediáticos como grupos interesados o como parte de una elite celosa de mantener privilegios y poder. Por ejemplo, en países como la Argentina o Ecuador, si bien frente a los cuestionamientos radicales a la dirigencia política, condensados en la demanda de “que se vayan todos”, los medios buscaron posicionarse como expresión de la “gente” o la “sociedad”, no faltaron voces que desde algunos sectores proponían lecturas alternativas en el juego de responsabilidades, situando a los grandes medios como parte del “establishment” a cuestionar.

Si bien no estaban en el centro de la escena, pudieron observarse cuestionamientos a los medios en la crisis argentina de diciembre de 2001², en la llamada “guerra del gas”, en Bolivia, durante 2003 y en la “revuelta de los Forajidos” de 2005, en Ecuador.

En estas fisuras se han insertado discursivamente los nuevos liderazgos reformistas al referirse en forma recurrente a los medios y a la prensa como actores políticos, “poderes fácticos”, “parte de la oligarquía”, “del establishment”, “guardianes de las clases dominantes”, “agentes del neoliberalismo”, “de los intereses concentrados”, etc. En efecto, los principales dispositivos contrahegemónicos han estado encarnados por los propios liderazgos políticos, los cuales, desde su popularidad y altos niveles de credibilidad, han sido los enunciadores centrales de estos contradiscursos que corren el velo sobre la naturaleza antidemocrática del poder de los grandes medios.

Más allá de diferencias específicas, hay un denominador común en varios de los presidentes progresistas de la región en cuanto a su denuncia pública de estos poderes injustificados y a la invocación de un Estado que les ponga límite y redistribuya, en un sentido democrático, el poder simbólico-comunicativo. A su vez, los medios replican a estas politizaciones del sector, orientadas a la regulación, denunciando “autoritarismo”, “populismo”, “intolerancia” y “ataque a la libertad de expresión”. Tal, la guerra de encuadres, la lucha hegemónica.

3.

A diferencia de casos como el de Ecuador, en la Argentina la guerra contra-hegemónica no se planteó desde el inicio del gobierno de Kirchner. Si bien desde 2003 ya se percibían tensiones, el gobierno convivió pragmáticamente con los grandes medios hasta la ruptura que significó el conflicto agrario de 2008. Ese fue el punto de inflexión. Otro contraste relevante del caso argentino es que, a partir de ese momento, el principal dispositivo contrahegemónico no residió en la propia figura de la Presidenta como en

el caso del *Aló Presidente*, de Hugo Chávez o de los *Enlaces sabatinos*, de Rafael Correa.

En la Argentina emergió un exitoso dispositivo contrahegemónico regular que descansó en profesionales del propio mundo de los medios y el periodismo. Se trata de la emisión televisiva 6, 7, 8, emitida en el *prime time* de la Televisión Pública. En la emisión confluyen dos elementos. El productor del programa, de larga trayectoria en la televisión comercial, produce informes en los que utiliza con habilidad un vasto archivo de medios. Este recurso le permite comparar distintas coberturas de un mismo hecho noticioso y cotejos intertemporales de hechos análogos con diferentes protagonistas. Este archivo es puesto al servicio de una deconstrucción crítica del discurso de los grandes medios periodísticos, en particular de aquellos que forman parte del conglomerado de medios del Grupo Clarín. Estas técnicas develan, por medio del cotejo y apelando fuertemente al humor, varios sesgos sistemáticos en la cobertura periodística de los medios privados: prejuicios de clase, invisibilización de ciertos temas y personajes, omisiones de temas que afectan los intereses de los propietarios de medios, encuadres arbitrarios de hechos noticiables, estigmatizaciones típicas del periodismo, formas de titulación y jerarquización de noticias.

Luego los panelistas y los invitados (generalmente dirigentes del gobierno o intelectuales que lo apoyan) discuten e interpretan los informes. Lo interesante es que en esas discusiones se confrontan interpretaciones acerca de las razones que explican los discursos y sesgos periodísticos. A modo de ejemplo, se pueden observar con frecuencia debates acerca del grado de autonomía relativa que tienen redacciones y periodistas dentro de un medio. Mientras las interpretaciones más lineales sugieren que los periodistas son meros instrumentos al servicio de los intereses corporativos, otras lecturas, más matizadas y conocedoras de los mecanismos de la profesión, explicitan para el gran público los imperativos que limitan el ejercicio

cotidiano de la profesión como los cierres diarios, la necesidad de encontrar historias dramáticas y espectaculares, etcétera.

"Al hacer visibles los mecanismos de la construcción de los relatos mediáticos, el programa desnaturaliza la idea del sentido común hasta hace poco tiempo, dominante, según la cual los medios y la prensa sencillamente 'reflejan una realidad que está ahí'".

No sorprende que estas formas de divulgación crítica hayan engendrado el enojo y la indignación de amplios sectores de la profesión periodística en la Argentina. Muchos profesionales consideran que se trata de una labor destructiva de su credibilidad profesional, llevada a cabo por colegas convertidos en mercenarios al servicio del gobierno. Al programa le cabría también la crítica especular: su denuncia acerca de cómo los medios privados construyen una agenda negativa que intenta desacreditar al gobierno puede ser aplicada a la contra-agenda optimista que la propia emisión propone. Se trata de algo igualmente construido por intereses opuestos. De esta crítica, los responsables de la producción se defienden diciendo que ellos no ocultan su compromiso político ("somos la mierda oficialista", dicen en cámara) y no pretenden estar haciendo un discurso neutral como lo hace el periodismo en las plataformas privadas. De hecho, lo que hacen es negar la existencia de la neutralidad como tal. Denuncian así el postulado de la concepción liberal del periodismo.

En síntesis, 6, 7, 8 ha llevado a un público masivo categorías que son propias de las ciencias sociales. Utiliza y populariza ciertas herramientas conceptuales destinadas a deconstruir y desnaturalizar las narrativas de los medios que previamente eran patrimonio exclusivo de sociólogos, comunicólogos, de intelectuales críticos o de iniciados. Como ha dicho un observador crítico del fenómeno: el programa constituye una suerte de "semiología para las masas". Al hacer visibles los

mecanismos de la construcción de los relatos mediáticos, el programa desnaturaliza la idea del sentido común hasta hace poco tiempo, dominante, según la cual los medios y la prensa sencillamente “reflejan una realidad que está ahí”. Pone en evidencia el carácter “construido” de las noticias y deja entrever que entre los mecanismos de selección pesan factores como los intereses, el poder o, en el mejor de los casos, mecanismos institucionales que no son inocentes.

Si bien sus índices de audiencia son altos para el canal público, el peso del programa se debe más a su repercusión pública que a su rating. El programa “rebota” y es comentado profusamente en los demás espacios mediáticos y forma parte del debate público. A su vez, el mismo cuenta con un grupo *Facebook* que alcanzó los 600.000 adherentes y que ha tenido cierta capacidad de movilización callejera, especialmente en el momento en que se discutía en el parlamento la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. La peculiaridad de este ejemplo argentino no reside en lo que hace sino en dónde lo hace. Este contra-discurso crítico sobre los medios no difiere del que realizan con frecuencia los presidentes de la nueva izquierda, de un grafiti callejero, de los blogs militantes, o de una actividad de base en la que se busca promover la recepción crítica de los mensajes mediáticos. La novedad del programa 6, 7, 8 es que ocurre en la televisión abierta y masiva y que se ha constituido en el dispositivo que protagoniza la comunicación política contra-hegemónica en la Argentina.

4.
¿Cuánto hay de nuevo en este fenómeno de la comunicación política contra-hegemónica? En cierto sentido no se trata de algo tan novedoso. La historia está llena de intentos contra-hegemónicos y esto, con frecuencia, ha comportado confrontar con unos medios ligados a las elites dominantes. En América Latina existen abundantes ejemplos de gobiernos reformistas, populistas o experiencias de incorporación de los secto-

res populares que han tenido enfrentamientos políticos con una prensa dominada por oligarquías o por las élites liberales opuestas a los procesos de reforma. Por ejemplo, el 17 de octubre de 1945, momento mítico-fundacional del peronismo, presencié una movilización de masas que espontáneamente atacaban, entre otros símbolos del poder establecido, los edificios de los grandes diarios tradicionales. Similar confrontación física y simbólica se dio durante la Revolución Nacional en Bolivia entre los partidarios de la misma y los tres grandes diarios de entonces, que no casualmente eran propiedad de los tres barones del estaño cuya minas serían el primer objetivo revolucionario. En estos ejemplos, como en otros casos, se practicaron tácticas contra-hegemónicas basadas principalmente en denunciar la servilidad de la gran prensa respecto de intereses foráneos u oligárquicos, se ponía en cuestión el carácter “ilusorio” del ideal de “objetividad” profesado por la prensa liberal y se proponían experimentos publicitarios orientados a forjar la “conciencia nacional”.

Pero la gran diferencia entre aquellas experiencias y las contemporáneas reside en la centralidad que los medios de comunicación ocupan hoy en el proceso político. Durante el período de los populismos clásicos, la prensa era opositora pero se restringía a un consumo de elites. La formación de la opinión y la movilización de los sectores populares pasaba por otros canales institucionales y organizativos, como partidos, sindicatos y movimientos. En el contexto actual, los medios ocupan un lugar crucial e irremplazable en la organización del público. Y en tal sentido constituyen, para cualquier proyecto político, un espacio clave. De ahí la centralidad que tienen en la estrategia política conjunta de las experiencias políticas reformistas a que hacemos referencia. Dada esta importancia, los nuevos liderazgos políticos han podido recurrir a un arsenal de ideas, conceptos y encuadres del problema de los medios de comunicación que hoy se hallan disponibles, debido a un desarrollo que les es previo. Se trata de la proliferación de

discursos críticos de los medios ligados al desarrollo de nuevas disciplinas académicas como las ciencias de la comunicación y a la formación de un campo de profesionales, intelectuales y activistas en el campo de la comunicación. Estos desarrollos de una nueva "comunidad epistémica", constituida en una red de organizaciones e instituciones de la sociedad civil en América Latina, ha funcionado como condición de posibilidad para los actuales desafíos contra-hegemónicos.

5.

Estas formas que asume la comunicación política contra-hegemónica se dan sobre un conflicto cuyo origen reside en el poder desmedido y desregulado de los actores concentrados de la comunicación. Para este problema, los nuevos liderazgos políticos han encontrado un conjunto de ideas que proponen una interpretación sobre el mismo y un conjunto de respuestas prácticas. Ellas ya flotaban, estaban disponibles. No puede haber una técnica de comunicación política "normal" allí donde hay una politización de la propia cuestión de los medios, allí donde la propia estructura y funcionamiento de los medios de comunicación es puesta en discusión y allí donde los gobiernos se definen políticamente en torno del reformismo en el sector de la comunicación.

Por el contrario, la comunicación política profesionalizada, aparentemente despolitizada, funciona solamente allí donde existe un consenso entre las elites políticas que excluye a los medios como parte del problema democrático y las principales fuerzas consideran su funcionamiento como normal. El desenlace de los procesos de reformismo contra-hegemónico en el campo mediático está abierto. Los sectores de la sociedad civil latinoamericana que abogan por la necesidad de reformas democráticas en el sector de la comunicación tienen motivos para sumarse y acompañar a gobiernos que pusieron sobre el tapete, por primera vez en mucho tiempo, esta cuestión crucial.

Sin embargo, un gobierno nunca es un vector de fuerzas unívoco y transparente. Los gobiernos, como cualquier colectivo o institución, están movidos por impulsos, fuerzas, intereses y necesidades en permanente tensión y a veces en contradicción. En este sentido, en el plano de la comunicación, las agendas reformistas a que estos gobiernos han dado lugar conviven, no siempre armónicamente, con necesidades o lógicas políticas de corto plazo que impulsan búsquedas de control gubernamental de agenda y la percibida necesidad de mantener movilizada a la opinión pública en una lucha política inmediata que no da cuartel. Estos últimos imperativos llevan a que prevalezcan prácticas de control mediático gubernamental que desfavorecen y deslegitiman la causa de la democratización comunicativa, en tanto abonan el terreno de quienes buscan bloquear la reforma leyendo el proceso como "ataques a la libertad" e "intentos de control autoritario de la prensa". ■

-
1. A partir de las audiencias ante la Comisión de la Cámara y los procedimientos judiciales desatados, se hizo pública la frecuencia con la que los últimos primeros ministros británicos se reunían personalmente con los Murdoch.
 2. Durante el período de la crisis argentina aparecieron en las calles de Buenos Aires grafitis donde se leía: "Nos mean y Clarín dice que llueve".