

La descalificación de la política mediática.

¿Un rasgo de época?

Beatriz Alem*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v13n25a1>

Resumen

Uno de los aspectos relevantes de la cultura política -como conjunto de valores, normas y expectativas- es su condición variante según los diversos contextos y momentos situados. En Argentina, en la década que va desde el año 2010 en adelante, la construcción mediática, en particular, absorbió y consolidó cierto malestar que puede identificarse como la anti-política.

La visibilidad de ciertos acontecimientos y manifestaciones públicas se enmarcaron más bien en una modalidad escandalosa, de desacreditación, antes que en la crítica fundamentada o la reivindicación de logros políticos. Las argumentaciones tomaron un lenguaje más cercano a la programación de los *talk-show*, antes que a una discusión de diferencias ideológicas. A partir, de un corpus de programas televisivos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, daremos cuenta de los cambios que se configuraron no solo desde la información, sino también de otros géneros como la publicidad de empresas comerciales.

Palabras claves: Cultura política; mediatización: narración escandalosa; anti-política; TV.

Recibido. Diciembre 02, 2020 - Aceptado. Diciembre 14, 2020

*Dra. en Ciencias sociales, (UBA) Magister en sociología y ciencias políticas (FLACSO, Argentina). Investigadora docente en el IDH/UNGS, Directora de proyectos de investigación en el área Medios y política. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7675-734X>; e-mail: balem@campus.ungs.edu.ar; alem.beatriz@gmail.com



The discrediting model of politics. Characteristic of a period?

Beatriz Alem*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v13n25a1>

Abstract

One of the relevant aspects of political culture - as a set of values, rules and expectations - is its variant condition based on the contexts and special moments. In Argentina, during the 2010s onwards, the media construction has absorbed and consolidated particularly some discomfort that can be identified as counter-politics.

The visibility of some events and public demonstrations has been part of a more scandalous framework, discrediting politics rather than providing constructive criticism over the vindication of political achievements. Then the discourse used has exhibited a more *talk-show* flair than a genuine discussion of ideological differences. Based on a corpus of television programs from the Autonomous City of Buenos Aires, this paper outlines the changes that have taken place, not only in the news, but also in other genres.

Keywords: Political culture; mediatisation; storytelling scandalous; counter-politics.

Received. December 02, 2020 - **Accepted.** December 14, 2020

*PhD in Social Sciences (UBA), Master in Sociology and Political Science (FLACSO, Argentina). Teaching researcher at the IDH/UNGS, Director of research projects in Media and Politics area. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7675-734X> ; e-mail: balem@campus.ungs.edu.ar ; alem.beatriz@gmail.com

A desqualificação da política da mídia.

Um recurso de período?

Beatriz Alem*

DOI: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v13n25a1>

Resumo

Um dos aspectos relevantes da cultura política – como um conjunto de valores, normas e expectativas – é sua condição variável de acordo com os vários contextos e momentos situados. Na Argentina na década 2010 em diante, a construção mediática, em particular, absorveu e consolidou um certo mal-estar que pode ser identificado como anti-política.

A visibilidade e certos eventos e manifestações públicas, em vez disso, ele foram enquadrados em uma modalidade escandalosa, de descrédito, ao invés de uma crítica fundamentada ou a reivindicação de conquistas políticas. Os argumentos levaram uma linguagem mais da programação de talk show, ao invés de uma discussão sobre diferenças ideológicas. A partir de um corpus de programas de televisão da Cidade Autônoma de Buenos Aires, daremos conta das mudanças que se configuram não só a partir da informação, mas também de outros gêneros, como publicidade de empresas comerciais.

Palavras chave: Cultura política; mediatização; narração escandalosa; anti-política.

Recebido. Dezembro 02, 2020 - Aceitado. Dezembro 14, 2020

*Doutor em Ciências Sociais, (UBA) Mestre em Sociologia e Ciências Políticas (FLACSO, Argentina). Pesquisadora docente do IDH / UNGS, Diretora de projetos de pesquisa na área de Mídia e Política. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7675-734X> ; e-mail: balem@campus.ungs.edu.ar; alem.beatriz@gmail.com

Introducción [1]

La relación entre medios y política ha sido en diversas etapas de la historia argentina conflictiva, en particular en el caso de la TV. Si nos remontamos a la década de 1970 este medio se instaló como un ámbito de denuncia por parte de sectores políticos y académicos porque se le concibió como un aparato de transmisión de la ideología dominante. En la década de 1980, y como consecuencia de la guerra de las Islas Malvinas, se visibilizaba como un espacio de incertidumbre por el desconocimiento de un receptor plural, diverso, y desconfiado de los medios de comunicación.

La década siguiente (1990) se presentó como un medio autónomo del poder y de los partidos políticos -en esa etapa ocurrió la privatización de los canales televisivos que hasta fines de los años '80 eran de gestión estatal- y en condiciones de oficiar como denunciadores de ciertos hechos de la política institucional. En ese período la TV ocupó la centralidad de los acontecimientos políticos. De hecho, propuso la agenda de discusión que fue retomada por ciertos partidos y personajes políticos como fue el caso de la alianza FREPASO (Alem, B. 2006).

Otra es la escena que construye la televisión en el siglo XXI, en particular en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) desde un modelo enunciativo de desacreditación de las acciones colectivas[2].

En esta línea, la representación televisiva se instala no sólo como fiscal de acontecimientos, sino también como constructora de un modelo de realidad que descalifica todo tipo de acción programática y revaloriza un modelo de gestión administrativa basado en la eficacia, entendiendo por la misma: la administración de recursos financieros y humanos, que en términos de un modelo neo-liberal significa disminución del gasto público, por lo tanto, disminución de recursos humanos y económicos, entre otras políticas de gobierno.

Este concepto de eficacia se va consolidando en el período de gobierno de la alianza Cambiemos -en los años 2015/2019- con una modalidad enunciativa de deslegitimación de la acción política como identidad colectiva social y/o partidaria.

Un modelo que no solo incluye a programas periodísticos, sino también, otros géneros como el entretenimiento, la publicidad comercial de productos y de empresas periodísticas. Asistimos, por una parte, a una cultura política mediática que construye la deslegitimación de propuestas programáticas. Por otra, observamos una reacción que -si bien construye una visión crítica al modelo neoliberal-conservador del gobierno nacional- recae, en ciertas ocasiones, en un modelo comunicativo tan escandaloso como el de los que proponen una visión negativa de las acciones gubernamentales. De este modo, se genera una construcción suma cero, de empate permanente de visiones antagónicas de la política -como administración de bienes públicos y/o como reconocimiento de conflictividad social-.

Entendemos la política desde la perspectiva pos-estructuralista que define dos instancias constitutivas de la misma: lo político como conflicto (desorden) y la política como administración de bienes públicos (el orden) Olivert Marchart, 2009, Chantal Mouffe (2007), Ernesto Laclau, Chantal Mouffe (2004), entre otros autores.

En este trabajo abordamos, a partir de una serie de corpus audiovisuales, la situación paradigmática de la mediatización política argentina y describimos sus principales rasgos con la finalidad de preguntarnos si es posible otra modalidad de representación. Para el análisis semántico planteamos una metodología socio-semiótica, a partir de la cual indagamos las narraciones e interpretaciones que configuran los hechos seleccionados y que se articulan con cada uno de los soportes que componen el corpus de análisis (Steimberg, 2003; Todorov, 1996; Segré, 1988) Para ello trabajamos con una serie de corpus de medios televisivos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

1. Los medios televisivos y el vuelco hacia los temas políticos

La modalidad de descrédito en relación con la política institucional y con la conflictividad social podemos ubicarla en un período anterior. Se produce una bisagra entre los años que van de 2012 a 2015, de amplia confluencia de la militancia política en el espacio público, de reivindicación de derechos sociales (como fue la ley de género en 2012, anteriormente en 2010 se sancionó la ley de matrimonio igualitario) y de fuerte confrontación de movimientos definido como “auto convocados”-forma de denominación que se adjudican no solo los participantes, sino también los medios de comunicación para referir que quienes concurren a este tipo de manifestación lo hacen sin pertenencia partidaria-. Estos sucesos ocurrieron a partir del segundo mandato de Cristina Fernández de Kirchner (2011/2015).

La escena mediática acompañó, a la vez, la escenificación pública de fuerte confrontación entre dos modelos de concebir la política. También, en paralelo con esta construcción, se generó un fenómeno particular que es el considerable número de canales de noticias en CABA y el surgimiento de programas de opinión política.

En 2012 los canales iniciaron y/o retomaron el rumbo de un modelo de programa de periodismo de espectáculo. Algunos de ellos como es el caso de tres programas con temáticas relacionadas con la política nacional [4]. El ciclo *Animales sueltos* que se inició en 2009 como un programa de *magazine* nocturno con personajes de la televisión y vedettes del espectáculo, cambió en parte su rutina semanal: volcó su programación algunos días de la semana a entrevistas con figuras del ámbito político como gobernadores, ministros, diputados, intendentes, etcétera.

El ciclo llamó a estas intervenciones *Mano a mano*, con un promedio de visualización importante para la emisión en general[5]. De este modo el programa de entretenimiento tradicional inicia un ciclo de análisis de la situación política.

El 15 de abril de 2012 comenzó un programa de show periodístico/investigativo que llegó a tener un nivel de *rating* por momentos importante en la grilla televisiva, aunque no tuvo un número estable[6]. Se trata de *Periodismo para todos* (PPT) conducido por el periodista Jorge Lanata en Canal 13. Este programa trabajó en base a denuncias sobre la corrupción política. Así, el segundo programa, que se emitió el 21 de abril y se tituló “La ruta del dinero K”, obtuvo un *rating* de 30,1, una cifra elevada para lo que es la programación de televisión abierta[7].

El tercer programa, *Intratables*, como su nombre lo indica (se refiere a participaciones individuales altisonantes caracterizada por la imposibilidad de escucha entre quienes integran el programa), son paneles de periodista e invitados políticos donde los debates se constituyen en una carrera por imponer una idea en torno a las acciones de determinados personajes de la política [8].

Los noticieros televisivos también modificaban por entonces su estructura informativa. Este es el caso de *Telefe Noticias* producido por canal 11 que incorporó para el análisis de noticias en política nacional al especialista Reinaldo Sietecase (*YouTube*, s./f.c). También la cadena pública, Canal 7, incorporó dos especialistas, Mariana Moyano y Luis Bruchstein en la sección de análisis de medios y en política nacional, respectivamente. De esta manera se fueron produciendo cambios en las estructuras de los noticieros televisivos y en la nueva programación de periodismo político [9].



En el inicio de 2012 se visibilizaba una programación de debate de temas políticos como una modalidad que estaba modificando la pantalla televisiva.

El espacio público también se transformaba a partir de la constitución de un lugar de confrontación, que se organizaba a través de las redes sociales y se orientaba contra el gobierno nacional. Las convocatorias generaban movilizaciones en las calles. Estas marchas adoptaron la denominación de la fecha y la primera letra del mes, consigna que imita a las utilizadas por las cadenas internacionales cuando se trata de hechos conmocionantes.

Esta modalidad, continuó hasta las elecciones presidenciales de 2015 con una sintonía que fue incrementando su virulencia contra el gobierno de Cristina Kirchner a medida que se fueron reiterando lo mismo: “Se va a acabar la dictadura de los K”, “fuera la Kukarracha”[10] eran algunos de los cánticos y letreros que se observaban en estas movilizaciones. No quedaban dudas de la amplitud de la concurrencia (asistían diversos sectores sociales) y de la heterogeneidad de los reclamos (contra el “cepo” al dólar, temas de inseguridad, robos) [11].

La pantalla televisiva presentaba dos modalidades de enunciación diferente. Por una parte, los canales privados destacaban la masividad de las movilizaciones y el llamado al gobierno de escuchar los reclamos. Por otra parte, desde el canal público daban cuenta de la violencia que ejercían los manifestantes. En estas convocatorias se dividía la producción de sentido en torno a la información periodística entre los medios privados y el canal público. Este rechazo al modelo de gobierno “kirchnerista”, también se manifestaba en la publicidad institucional de ciertos canales privados por competir y contraponer los slogans del gobierno y de la empresa periodística.

Una de estas publicidades fue la del canal 2 *América* que auguraba a sus televidentes el buen inicio del año 2014. Con la participación de todos los conductores, el canal hacía referencia a un “otro” individualizado a partir de la imagen del periodista del canal que los identificaba y la voz en *off* que decía: “el otro es Luis”, el otro es Eduardo”, “el otro es Romina” y así pasaban la ronda de los conductores del canal. Esta idea se contraponía con un “otro” que el gobierno nacional refería al hacer alusión a ciertos colectivos como pueblos originarios, grupos de género, etcétera y que no sólo fue una consigna de campaña en las elecciones legislativas de 2013, sino también una forma de identificar y definir las políticas sociales.

2. Del escándalo político a la política escandalosa

A fines del siglo XX, el escándalo fue uno de los carriles por los cuales transitó la política. Esta modalidad reúne, según sostienen Sebastián Pereyra y John B. Thompson, ciertas características comunes, y difiere en función de las particularidades que adquieren los contextos desde los que se describen las experiencias. Uno de los aspectos de coincidencia plantea que para que un hecho se constituya en escándalo requiere la transgresión de ciertas normas, siempre y cuando altere un conjunto de valores morales y además, sea reconocido y rechazado por terceras personas (Pereyra, 2013b; Thompson, 2001) [12].

Un segundo aspecto es que el escándalo sea reconocido públicamente. La desaprobación pública constituye, así, un factor que, en términos mediáticos, se considera exitosa por el nivel de *rating*. En este sentido, una denuncia en sí misma no se constituye en escándalo si no genera controversias entre denunciantes y denunciados, entre aliados y público (Pereyra, 2013b). Por ello, el escándalo se articula con la reputación pública de los personajes involucrados (Thompson, 2001), con una característica particular, el carácter plausible de la prueba que, en este sentido, incluía aspectos tales como la “credibilidad del denunciante”, “los testimonios” y “los documentos” –por ejemplo, el uso de los videos de cámara oculta que fueron utilizados en casos de corrupción en Argentina– (Pereyra, 2013b).

En todo caso, aquello que era necesario para construir un escándalo –como es el caso de la prueba– comenzó a tomar otros matices. En las etapas que se está analizando este trabajo se trata más bien de una acción escandalosa que incluye la “sospecha” como eje relevante de cualquier denuncia, sin que sea necesaria la prueba o el estatus moral del denunciante.

La calificación negativa de la actividad recurre a ciertos modos narrativos de la TV contemporánea como los discursos altisonantes, la utilización de ciertas figuras retóricas como el oxímoron:

“tensa calma” para referir a una situación de conflicto en el ámbito público, la hipérbole: un suceso “Dantesco” (utilizado como *videograph* para sintetizar las escenas de una catástrofe y/o un conflicto social), los primeros planos que define el estado emocional de un conductor/a –en ocasiones anula el acontecimiento que pasa a jugar un telón de fondo porque aquello que cobra importancia es la psicología de los periodistas Auben y Benasayag (2005)-, los planos generales que describen la magnitud de un acontecimiento, la impugnación sobre determinados personajes de la política que se relacionan inmediatamente con la pertenencia partidaria: “Los dueños de la política”.

En cada una de estas formas de representación se trata de un modelo de política escandalosa. Un modelo de producción de sentido en torno a cierta concepción preminente en dos planos. Uno de ellos es la modalidad escandalosa propia de los programas de *talk-shows*, la *Reality TV* (Carlón, Verón 2009) que busca, en esta instancia, la desacreditación de toda acción colectiva. Otro, como contracara es la reivindicación de la acción individualista.

En términos de la *reality TV*, lo que importa es cuán cercano y/u “hombre común” es quién realiza la denuncia, porque la credibilidad se basa en los individuos de carne y hueso que no ocupan un cargo político. Lo mismo sucede con la prueba: no se requiere que el hecho definido como escándalo remita a algún video o prueba legal.

En este modelo lo importante es la “prueba técnica”, aquella que aportan otros individuos y que también se despega de la mera opinión del periodista (Fabbri, 1995). No es el periodista quien lo aporta, sino un tercero que a través del conductor, presentador o periodista ofrece a los televidentes dicha denuncia. En la construcción de la política escandalosa se puede ver lo “oculto”; aquello que por su carácter de tal desconocemos, recobra visibilidad.

En esta modalidad de “hacer visible” radica también la diferencia, porque la denuncia se presenta como una modalidad “neutra”: no lo dice el periodista, no lo produce el medio. Este estilo discursivo se exagera en los denominados “programas políticos” ya sean los tradicionales paneles de opinión y/o los programas de investigación, a partir del año 2016. El juego que proponen estos programas tiene que ver con la construcción de cierto verosímil.

En esta construcción la búsqueda de verdad no es otra que aquella que supone el sentido común como mera expresión de la “doxa” [13]. El tipo de conocimiento que construye el discurso de la información no tiene relación con la “episteme” (como verificación fáctica, comprobación científica de hipótesis y, en consecuencia, de un conocimiento científico), sino con la “doxa” (opinión producto de la interpretación de ciertos hechos). Por lo tanto, no se trata de la evidencia explicativa producto del conocimiento de expertos, sino de la convicción que se sustenta en un saber de opinión, en función de la búsqueda de credibilidad (Charaudeau 2003 [1997]).

Otra de las estrategias discursivas a las que recurren estos programas y que están en consonancia con la modalidad enunciativa puesta en la modulación altisonantes es la construcción del *pathos* (Barthes, 1982). No se escatiman comentarios de indignación o un tono de voz elevado relacionado con hechos de corrupción.

Lo importante en este tipo de sentimientos, plantea Barthes, es que la pasión solo necesita de la cita, pero esta como un conjunto de opiniones, en este caso sin elementos probatorios [14].

Así, esta instancia se plantea como una diferencia sustantiva con la televisión de los años noventa (cuando el medio se instaló como el más visto) y que Oscar Landi (2003) analiza como el secreto en la política. Aquí también encontramos una diferencia, porque la sospecha remite a un conjunto de creencias basado en ciertos indicios o presunciones en torno a alguien, mientras que el secreto es algo que está escondido y separado del conocimiento de los demás, aunque compartido entre quienes lo conocen (Alem, 2018).

El secreto en la política que analiza Landi (2003) da cuenta de una serie de reuniones -en particular, se trataba de dirigentes políticos- que se realizan por fuera de los sets televisivos. De hecho, este autor lo describió en un sinnúmero de artículos al respecto en los cuales plantea que aquello que se visibiliza en la televisión era el resultado de los efectos de la política. Por otro carril corría, entonces, lo que sucedía en el interior, el “lado oscuro”, en los pactos y arreglos de las decisiones gubernamentales y partidarias.

La “visibilidad” de los gestos de los participantes y/o conductores periodísticos, los comentarios de indignación, la descalificación permanente a los opositores es el modelo argumentativo que prima en el período 2016/2019[15]. De este modo, la denuncia se presenta como una modalidad “neutra”, porque no lo dice el periodista, no la produce el medio.

El criterio de verosimilitud sobre el cual se asienta dicha denuncia cobra un valor de verdad sin chances, ni posibilidades técnicas de producción para contraponer los “dichos” y/o documentos que se sugiere y/o se aporta como dato. En este estilo comunicacional de identificación del *talk show* la persona como personaje constituye la unidad mínima, necesaria del “chisme” que entra en el mundo de la vida cotidiana y hace verosímil el relato.



El discurso mediático televisivo como instancia simbólica no escapa a la construcción de un orden social, en un determinado período. En esta línea discursiva, también acompaña la publicidad. En el inicio del año 2016 sorprendió una serie de publicidades de automóviles (de marcas muy reconocidas) que ponía énfasis en la condición del mérito personal para llegar a ciertos logros[16]. En su momento se expandieron “memes” críticos al recurso del logro individual y la publicidad salió de circulación.

En otra ocasión la propuesta era en relación con el cambio del nombre de las calles de la CABA (que llevan el nombre de próceres de la historia) por el de personajes de la TV argentina: cómicos, personajes infantiles, etcétera. El incentivo era la de disfrutar de la ciudad, por fuera de toda referencia histórica[17]. Luego continuó el cambio de figuras de los billetes, moneda nacional (que también incluía la imagen de próceres argentinos) por el de diferentes animales salvajes. De este modo, tanto la comunicación institucional del gobierno nacional como ciertas publicidades comerciales y, también, de empresas periodísticas, promovían la acción del individuo como responsable de sus logros y fracasos.

Esta idea es la que está en consonancia -en este período- con un modelo que descrea de las acciones colectivas, políticas y/o sociales.

A modo de conclusión

Una serie de acontecimientos marcaron una nueva modalidad estilística en la construcción de la información política televisiva. Uno de los casos más resonantes en Argentina fue el crimen de María Soledad Morales, ocurrido en 1990. Este suceso fue estudiado por distintos autores (Ford, 2002; Carlón, 2004) que refirieron, entre otros aspectos, a la utilización de cierta narratividad en desmedro de la información. También se debe considerar el modo singular de recrear las noticias que tenía Canal 9 (en los años ochenta con una de sus figuras estrellas, José de Zer), a partir del uso naturalizado de la exageración, el exceso. Sin embargo, uno de los aspectos que se agudizó en la televisión de la Ciudad de Buenos Aires, en el período analizado, fue que la construcción de la noticia política -en su mayoría, y no ya en casos específicos y conmocionantes- contiene ciertos elementos de la ficcionalidad como rasgo predominante.

A medida que en el espacio público se producía un reencantamiento de la política, con presencia de grupos movilizados y de militancia política, la televisión construyó un mundo no solo bipolar sino, fundamentalmente, de descreimiento en la acción colectiva, ya sea que se trate de situaciones relacionadas con el orden institucional, como con el desorden y la conflictividad social. Ciertos rasgos del género de ficción colaboraban para desarticular y licuar fenómenos o conflictos sociales que remitían a una mirada política, pero que, sin embargo, los programas de opinión con repercusión nacional lo presentaban como situaciones particulares, delictivas o de ineficacia de la acción gubernamental.

Esta situación se centralizó entre 2012 y 2013, y coincidió con la expansión de programas periodísticos de opinión en los canales de cable de la Ciudad de Buenos Aires y movilizaciones en desacuerdo con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. Situación que se fue agudizando en el período de gobierno de la alianza Cambiemos, a partir del 2016.

La intensidad del sentimiento es lo que justifica la exageración, que en la pantalla televisiva se materializa en la grandilocuencia de los primeros planos. Así, el miedo puede expresarse en la exageración de la mirada, en el sonido del corazón, el movimiento de las manos, etcétera. También en los planos generales o en imágenes de tomas aéreas que dan cuenta de la magnitud de los acontecimientos por la cantidad de personas que participan de un conflicto (Bentley, 1982).

Un aspecto que resulta necesario destacar es que la estructura melodramática cobra sentido en el fundamento bipolar construido en un maniqueísmo del conflicto entre lo bueno y lo malo como oposiciones irreductibles, dice Peter Brooks. El dilema melodramático está construido en la forma extrema como el todo o la nada, por eso los personajes representan los extremos, casi de manera instantánea, en los que las expresiones de sentimientos intermedias quedan excluidas. En este sentido, la exageración y el énfasis excesivo del melodrama constituyen la retórica del exceso (Brooks, 1995 [traducción nuestra]).

El estilo narrativo del exceso, la utilización de ciertas figuras retóricas, la valorización del mérito individual y un discurso desapegado de connotaciones ideológicas primó en los últimos años en la TV argentina. De este modo, se fue consolidando un modelo naturalizado de entender la “política”. Esta modalidad tiene que ver con una concepción que deja fuera todo reconocimiento y/o análisis como es “lo político”, porque es el modo de comprender el síntoma de un proceso de politización, de una irrupción de ciertos acontecimientos en una sociedad contingente.

En ese sentido, concebimos lo político en términos del antagonismo y el conflicto como modos en los que se va configurando la sociedad (Mouffe, 2007). El desconocimiento de lo político en tanto que conflictividad social -espacio de diferencias políticas- nos lleva a una concepción de la gestión política como administración del orden institucional. En términos de Chantal Mouffe, se trata de una visión dentro del marco del paradigma liberal “agregativo” cuya racionalidad se funda en una mirada instrumental y cuya intención es anular las diferencias en pos de un consenso (Mouffe, 2007).

En esta línea, se puede plantear una correspondencia entre los estilos dominantes de la narración televisiva y una manera de encarar la cultura política mediática, en el siglo XXI. Sin embargo, el carril por donde circulan los conflictos y las percepciones en el quehacer diario de manifestaciones políticas -la esfera pública no mediatizada- no es necesariamente simétrico con la construcción de los medios, es un plus del que siguen gozando, aún con sus deficiencias, las democracias en el mundo.

Referencias

- Alem, Beatriz (2006). "El Frepaso, problemas de una identidad lábil". Tesis de Maestría en Sociología y Ciencias Políticas, Buenos Aires, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Alem, Beatriz (2018). "Entre la opacidad y la visibilidad: la televisión pone en jaque la política como identidad colectiva", en B. Alem, Elizabeth Martínez de Aguirre y Lucía Masci (comp.), *Arte política y comunicación*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Aubenas, Florence y Miguel Benasayag (2005 [1999]). *La fabricación de la información. Los periodistas y la ideología de la comunicación*. Buenos Aires: Colihue.
- Barthes, Roland (1982 [1966]). *Investigaciones retóricas I. La antigua retórica*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.
- Bentley, Eric (1982 [1964]). *La vida del drama*. Buenos Aires: Paidós.
- Brooks, Peter (1995 [1976]). *The Melodramatic Imagination. Balzac, Henry James, Melodrama, and the mode of excess*. New Haven-Londres: Yale University.
- Carlón, Mario (2004). *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, Mario y Carlos A. Scolari (ed.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Ford, Aníbal (2002 [1999]). "La experiencia del caso. Algunos problemas que plantea el creciente proceso de narrativización de la información de interés público" (en colaboración con Fernanda Longo), en *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Norma.
- Charaudeau, Patrick (2003 [1997]). *El discurso de la Información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Fabrizi, Paolo (1995). "El tema del secreto", en P. Fabrizio Tácticas de los signos. Barcelona: Gedisa
- Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe (2004 [1985]). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Landi, Oscar (2003). "El secreto y la política", en *Revista Sociedad*, 20/21. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Marchart, Oliver (2009 [2007]) *El pensamiento político posfundacional. La diferencia política en Nancy, Lefort, Badiou y Laclau*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica
- Mouffe, Chantal (2007 [2005]). *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Pereyra, Sebastián (2013a). *Política y transparencia. La corrupción como problema político*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Pereyra, Sebastián (2013b). “El 2001 como acontecimiento y como proceso. Desestructuración social y crítica de la política”, en Sebastián Pereyra, Gabriel Vommaro y Germán Pérez (ed.), *La grieta. Política, economía y cultura después de 2001*. Buenos Aires: Biblos.

Steimberg, O. (2003) *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

Thompson, John B. (2001 [2000]). *El escándalo Político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

Verón, Eliseo (2009). “El fin de la historia de un mueble”, en M. Carlón y C. A. Scolari (ed.) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.

Fuentes

Noticiero *Telefé Noticias*, Semana del 13 al 17 diciembre 2010

Noticiero *Telefé Noticias*, Semana del 02 al 05 abril 2012

Noticiero *Telenoche*, Semana del 13 al 17 diciembre 2010

Noticiero *Telenoche*, Semana del 02 al 05 de abril 2012

Noticiero *Visión 7*, Semana del 13 al 17 diciembre 2010

Noticiero *Visión 7*, Semana del 02 al 05 abril 2012

Programa *Intratable* noviembre 2016, *YouTube* (s/f.c)

Programa *Minuto 1*, noviembre 2016, *YouTube* (s.f.c)

TELEVISIÓN.COM. AR (2009) Anuario De La Television Argentina 2010. Buenos Aires: Latingráfica

TELEVISIÓN.COM. AR (2011) Anuario De La Television Argentina 2012. Buenos Aires: Latingráfica

TELEVISIÓN.COM. AR (2012) Anuario De La Television Argentina 2013. Buenos Aires: Latingráfica

Notas

[1] El presente trabajo forma parte de una reflexión en torno a dos investigaciones realizadas en el marco de los proyectos de investigación que dirigí/o en la UNGS. Una de ellas “Representaciones mediáticas de fenómenos sociales en la esfera pública” (2013/2016) Cod. 30/3182 y “Representaciones mediáticas en un contexto de transformaciones tecnológicas y políticas neo-liberales” (2019/2021) Cod. 30/3305. En este sentido, presentamos un análisis en torno a sucesos que ocurren entre las décadas del 2010 al 2016, específicamente.

[2] Los canales de aire con mayor *rating* en la televisión argentina son dos medios privados: canal 13 y canal 11. Los noticieros de estos canales (*Telefe Noticias* y *Telenoche*, respectivamente) como así también algunos programas son re-transmitidos por canales provinciales. De este modo, se constituyen en los informativos televisivos con mayor capacidad para establecer una agenda política. Por otra parte, canal 7, la TV pública, si bien no tiene un nivel de *rating* importante es el medio que tiene cobertura en todo el territorio nacional.

[3] Para el análisis metodológico tomamos como marco de referencia a Oscar Steimberg (2013), el autor, plantea una sistematización con respecto a la descripción de rasgos observable sobre la materialidad de los discursos. Siguiendo un orden que va de lo más evidente y visible a lo más abstracto, el primer nivel de análisis se ocupa de los rasgos retóricos: se trata de comprender los mecanismos que configuran una clase de textos y que se diferencian de otros. Por lo tanto, remite la composición del espacio, el tiempo y el tipo de relato propuesto, como así también la configuración en el tipo de texto, es decir, el orden y las partes, el uso de figuras retóricas. El segundo nivel de análisis es la dimensión temática: comprende los campos semánticos involucrados, los contenidos puntuales de un texto, cómo se relacionan entre sí y el conjunto de motivos presentes en el texto. El tercer nivel es la dimensión enunciativa: se trata del efecto de significación general del discurso que presupone una instancia productora del texto (enunciador), una receptora (el enunciatario) junto con un tipo de relación entre ambas. Este último conjunto de rasgos permite el “pacto comunicacional” que el texto propone.

[4] El canal público contaba con un programa de panel político: *6,7,8* que continuó hasta diciembre de 2015. Los debates que se producían tenían que ver con el reconocimiento de la actividad gubernamental y de la militancia política. Una dimensión opuesta a los programas de canales privados. Sin embargo, el tipo de enunciación no se caracterizaba por una narración altisonante.

[5] El *rating* promedio de este año fue de 3,9, el ciclo *Mano a mano* tuvo un promedio de 2,6 puntos. Fuente Anuario de la Televisión Argentina.

[6] El promedio general de 2012 fue de 15,7 de *rating*. Fuente Anuario de la Televisión Argentina.

[7] El mayor *rating* de un programa lo tuvo ese año un clásico de Canal 13, *ShowMatch*, con un promedio anual de 22,2 puntos y 38,8 en el debut. Fuente Anuario de la Televisión Argentina.

[8] El programa comenzó su emisión el 8 de enero de 2013. Lo condujo en los primeros años hasta 2018 un presentador de programas de espectáculos: Santiago del Moro con un promedio de *rating* anual de 5,7 puntos hasta 2017. Fuente Anuario de la Televisión Argentina.

[9] El año 2012, existían en la TV argentina seis canales de cable de noticias. El primero fue TN que se inauguró en junio de 1993, le siguió Crónica TV en enero de 1994, y luego Canal 26 en marzo de 1996. En la década de 2000 se inauguraron tres canales más: América 24 en marzo de 2005, C5N en agosto de 2007 y CN23 en abril de 2010. Por último, en noviembre de 2016 se inauguró LN+, perteneciente al diario *La Nación*.

[10] La referencia de la letra K en cada uno de los sustantivos se utilizó como forma de denominación al kirchnerismo, en referencia a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner.

[11] En uno de los programas políticos del canal 13, *Código Político*, conducido por el periodista Eduardo Van Der Kooy, el mismo hacía referencia a la modalidad diferenciadora de las movilizaciones, en este caso la del 12N (2012) con las que ocurrieron en el año 2001 (crisis política e institucional que concluyó con la renuncia del entonces presidente De La Rúa). El entrevistado, Martín Caparrós escritor y periodista, planteaba –a diferencia del conductor- que se trataba de una manifestación pre-política o antipolítica porque: “se escuchaban las consignas pero que no se entendía el sentido” y agregó “escuché decir si esto no es el pueblo, el pueblo dónde está” ¿Eso era el pueblo? Se interroga el periodista en relación con los grupos que participaban, algunos de ellos de una clase social alta y quienes eran los que mayoritariamente solicitaban el fin del cepo al dólar. (*You Tube*, s.f.g) consultado el 15/03/2013.

[12] “Por su parte, Pereyra plantea una serie de categorías que corresponden a los escándalos de corrupción en la prensa argentina en la década de 1990. Entre ellos la trasgresión a ciertas normas que involucraban

la moral de los participantes. Por ello, dice este autor, no solo el escándalo demuestra el estatus moral del denunciado, sino también las cualidades morales del denunciante (Pereyra, 2013a).

[13] Platón (1986 [Siglo V A.C.]). *Diálogos IV. República*. Traducción de Conrado Eggers Land. Madrid: Gredos. El conocimiento corresponde a algo que es, no se puede conocer lo que no es. Aquello que es corresponde al conocimiento científico (*episteme*). Lo que no es corresponde a la ignorancia. El que opina también debe opinar sobre algo y no sobre lo que no es, pero la opinión (*Doxa*) corresponde a algo intermedio entre lo que es y lo que no es.

[14] El hijo de Aníbal Fernández (ex Jefe de gabinete del gobierno kirchnerista) produjo 125 documentales” expresión de uno de los periodistas/panelista del programa *Intratables*, en Noviembre de 2016.

[15] “Vinimos a resolver el desorden que dejaron uds.” frases de un diputado de la coalición Cambiemos, en el programa de debates *Minuto 1*, noviembre de 2016, del canal C5N.

[16] Publicidad Chevrolet “Meritocracia” (*YouTube*, s.f.g) Consultado el 15/03/2016

[17] Publicidad Fiat “Calles Felices” (*YouTube*, s.f.g) Consultado el 20/04/2016

Para citar

Alem, B. (2021). **La descalificación de la política mediática ¿un rasgo de época?**
Revista Luciérnaga Comunicación Vol. 13, Núm. 25. Pp. 11-23.
Doi: <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga.v13n25a1>

OJS: <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link: <https://www.politecnicojic.edu.co/revista-luciernaga>