



# Question

Periodismo / Comunicación  
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una  
Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-Compartir Igual  
4.0 Internacional



Medios y política: debates teóricos y periodismo argentino. De las mutaciones de la ley a los discursos odiantes.

Brenda Inés Di Paolo

Question/Cuestión, Nro.73, Vol.3, Diciembre 2022

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

ICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e743>

**Medios y política: debates teóricos y periodismo argentino. De las mutaciones de la ley a los discursos odiantes.**

**Media and politics: theoretical debates and argentine journalism. From the mutations of the law to the hateful speeches**

**Mídia e política: debates teóricos e jornalismo argentino. Das mutações da lei aos discursos de ódio**

**Brenda Inés Di Paolo**

Doctora en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional de Cuyo  
Argentina

[brendadipaolo@gmail.com](mailto:brendadipaolo@gmail.com)

## Resumen

El trabajo se propone presentar un recorrido analítico por diversos enfoques teóricos que contribuyeron en la consolidación del campo de estudios en comunicación. Al mismo tiempo describe aspectos relevantes del surgimiento del periodismo argentino como un lugar

enunciativo autónomo. El estudio problematiza el espacio público como un territorio político en disputa, un lugar institucional de legitimidad social. A lo largo de las décadas neoliberales, el espacio periodístico se fue deslizando desde la denuncia y la crítica, al cinismo y la burla. Con la llegada del kirchnerismo, los grandes medios fueron interpelados dentro de la arena política. Aquí se discutió una nueva forma de hacer noticias, el periodismo militante, el cual supone nuevos contratos de lectura por fuera de la lógica de los medios que fueron cómplices de la dictadura y que promueven discursos violentos.

**Palabras clave:** Discursos; Medios de Comunicación; Periodismo; Política.

#### **Abstract**

The paper intends to present an analytical journey through several theoretical approaches that contributed to the consolidation of the field of communication studies. At the same time, it describes relevant aspects of the emergence of Argentine journalism as an autonomous declarative space. The study problematizes the public space as a political territory in dispute, an institutional place of social legitimacy. Throughout the neoliberal decades, the journalistic space has slipped from denunciation and criticism, to cynicism and ridicule. With the arrival of Kirchnerism, the big media were questioned within the political arena. A new way of making news was discussed, militant journalism, which supposes new interpretations outside the logic of the media that were accomplices of the dictatorship and that promote violent speeches.

**Key words:** Discourses; Journalism; Massmedia; Politics.

#### **Resumo**

O artigo pretende apresentar um percurso analítico por meio de diversas abordagens teóricas que contribuíram para a consolidação do campo teórico dos estudos da comunicação. Ao mesmo tempo, descreve aspectos relevantes da emergência do jornalismo argentino como espaço enunciativo autônomo. O estudo problematiza o espaço público como um território político em disputa, um lugar institucional de legitimidade social. Ao longo das décadas neoliberais, o espaço jornalístico passou da denúncia e da crítica ao cinismo e ao ridículo. Com a chegada do Kirchnerismo, a grande mídia foi desafiada dentro da arena política. Aqui se

discute uma nova forma de fazer notícia, o jornalismo militante, que supõe novos contratos de leitura fora da lógica das mídias que foram cúmplices da ditadura e que promovem discursos violentos.

**Palavras-chave:** Discursos; Jornalismo; Meios de Comunicação; Política

### **Espacio teórico comunicacional: de la información a los discursos**

Durante largo tiempo el paradigma dominante en las investigaciones, tanto críticas como empíricas en comunicación, fue el modelo informacional o modelo matemático de la comunicación. A pesar de que el sistema de significación es la condición necesaria de todo proceso de intercambio humano; esta línea teórica obtuvo gran peso por su solidez epistemológica, razón por la cual resultó poco cuestionada, frecuentemente utilizada y relativamente superada en la historia de las investigaciones en comunicación.

El proceso de abandono del modelo informacional predominante en los estudios en comunicación involucró la intervención de diversas disciplinas. Así, la lingüística, la psicología y la antropología contribuyeron a construir un objeto teórico del campo de la comunicación como procesos de significación inherente a los intercambios humanos.

Desde la búsqueda de una mirada comprensiva de los procesos de comunicación de masas, ya no centrada en la eficacia del transcurso sino en su dinámica y en su semántica, el enfoque semiótico posibilitaría el cambio del término *transmisión* por el de *transformación*, en la que los destinatarios efectuarían una interpretación de los mensajes, disconforme con las intenciones del emisor y con la forma en la que había previsto que se llevara a cabo la decodificación (Eco, et al., citado en Wolf: 140).

Así, la mirada semiótica y las perspectivas críticas que hicieron hincapié en los conceptos de ideología y poder enfatizaron en la idea de comunicación como un proceso de producción de sentido y en las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos activos (Wolf: 124-153).

Los estudios culturales ingleses contribuyeron a superar el modelo informacional de la comunicación al considerar que un discurso circula de manera no lineal, dando lugar a

múltiples efectos posibles. Esta perspectiva teórica propone no centrarse en las lógicas de producción y de uso, en tanto que las mediaciones “estructuran, organizan y reorganizan la percepción de la realidad en la que queda inserto el receptor, teniendo poder también, para valorar implícita o explícitamente esta realidad” (Jacks y Orozco Gomez, 2015, p. 145).

En el marco, en los '80, con el paulatino retorno de la democracia en el continente, se produjo una ruptura respecto de las tradiciones de investigación de los años anteriores. Dentro de los aportes más importantes que se produjeron en esta época, son destacables las perspectivas elaboradas por los académicos Jesús Martín Barbero, Armand Mattelart y Héctor Schmucler.

La contribución de la antropología y los estudios culturales ayudaron a desenfocar la mirada en el emisor y a observar los procesos de recepción de mensajes como un acto constructivo y activo, pero han olvidado un dato estructural de los medios masivos: la asimetría entre receptor y emisor. Dicha asimetría advierte sobre las diferencias de competencias entre emisores y receptores que dificultan la comprensión, abren espacio a la multiplicidad de casos de *incomunicación*, o al menos, hay una imposibilidad de deducir de forma directa y lineal los *efectos de sentido*.

Los estudios culturales, como aporte a la construcción de una teoría más comprensiva de la comunicación, han sido de utilidad para la reflexión en las investigaciones en comunicación. Pero, resultan *teorías débiles* (Follari, 2002) desde un enfoque epistemológico para detectar en profundidad las diferencias estructurales subyacentes en los procesos de emisión y recepción de mensajes.

En este sentido, según Saintout (2003) el trabajo de Mattelart radica en su mirada genealógica del campo. Para el autor es importante comprender y analizar la historia y los contextos en que se desarrollaron las distintas teorías, sin caer en una interpretación lineal. Así, busca generar una teoría crítica de la comunicación que, desde su perspectiva, no puede ser atemporal ni universal sino más bien debe ser capaz de generar conocimiento situado. Además, sostiene que la comunicación debe explicarse desde una teoría social, más que desde una teoría propia. Según su perspectiva, toda teoría crítica en nuestro campo tiene que involucrar “una teoría del Estado, una teoría de la ideología, una teoría de la organización política, una teoría de los procesos de construcción de la hegemonía y una teoría de la democracia” (p.79).

Indagar acerca de las disimetrías y desigualdades de poder entre emisor y receptor, supone de una articulación teórica que nos permita detectar cuál es el tipo de poder en disputa y cuáles

son las modalidades de resistencia frente a las lógicas que ordenan las hegemonías en la toma de la palabra y en los procesos de producción, circulación y decodificación de mensajes en nuestras sociedades.

El estudio de la comunicación como práctica situada en un contexto histórico, político y económico, nos induce a examinar la situación en Argentina tomando en cuenta la mirada de la economía política y del sistema de regulaciones en materia de comunicación y medios. De allí, el interés en la relación entre el sistema de propiedad, el poder político y la consolidación de discursos dominantes. Asimismo, nos resulta importante señalar las dinámicas de formación de dispositivos mediáticos-discursivos que afianzan, legitiman y/o destituyen determinados imaginarios políticos y sociales.

### **Periodo neoliberal y mediatización de la política**

En el caso de Argentina, el gobierno dictatorial de 1976-1983 suprimió la libertad de prensa. Desde el punto de vista de Mirta Varela (2001) el gobierno militar que tomó el poder en 1976 utilizó de manera sistemática los medios de comunicación como espacio de construcción de un discurso oficial. La *guerra ideológica* apuntó a eliminar lo que los militares y sus aliados civiles denominaban la *subversión*, al mismo tiempo que eliminaba otras voces a través de la censura. Se oponía la “cultura verdadera y legítima” a la “cultura falsa e ilegítima”, y se hablaba de prohibir lo “no moral”, que abarcaba los conceptos de sexualidad, religión y seguridad nacional. El rol que asumió la prensa gráfica de carácter informativo y masivo en la última dictadura militar fue concomitante con los sectores de poder económico. En su mayoría, adhirieron a la toma del poder militar bajo la idea de la necesidad de orden y disciplinamiento social impuesto por la vía de la represión como única salida. Pero ese mismo apoyo fue luego fracturándose con el transcurso de los años y estaba ya fuertemente mermado en su legitimidad a partir de los años 80. Desde una mirada crítica la prensa argentina se sometió al poder dictatorial y agachó la cabeza renunciando a su presunta misión esencial: la mediación ante los lectores. *La Nación* y *Clarín*, en ocasiones, apelaban a “mentiras sociales o puntos ciegos”. Y, en otras oportunidades recurrían a subterfugios lingüísticos que, de un modo más sutil, alejaban a los lectores de la realidad (Díaz, 2011).

Aun cuando la censura directa, la discriminación ideológica y política disminuyeron sensiblemente, el inicio del ciclo democrático en nuestro país en 1983 no marcó un punto de ruptura en cuanto a la estructura de propiedad de los medios, ni en cuanto a la relación entre el campo político y los actores mediáticos.

El gobierno alfonsinista no llevó a cabo ni la revocación de la Ley de Radiodifusión proclamada por la dictadura ni la formación de una comisión parlamentaria que propusiera un nuevo diagrama para la estructura de medios en el país, ni la creación de una entidad pública no estatal –no asociada a la lógica político-partidaria – que manejara uno de los canales estatales. El alfonsinismo actuó, sin embargo, para impedir que las privatizaciones de canales de televisión siguieran su curso, al suspender el Plan Nacional de Radiodifusión delineado por la dictadura. Aun cuando el manejo de la programación de los antiguos canales privados pasó a manos de empresas productoras, los servicios informativos, los noticieros y los programas de contenido político se mantuvieron bajo el control de dirigentes radicales (Vommaro, 2008, p. 27).

Fue el gobierno de Carlos Menem, iniciado en 1989, el que trastocó el sistema de propiedad de medios, a través de la modificación del artículo de la Ley de Radiodifusión que prohibía la participación de las empresas de prensa en la privatización de los canales de televisión. Se produjo la licitación de los canales que aún estaban en manos del Estado, excepto *Canal 7* y se crearon y consolidaron las empresas de multimedios. Luego del proceso privatizador, el grupo *Clarín* se convirtió en la empresa multimedia más poderosa del país, al tomar posesión de *Canal 13*, de *Radio Mitre* y de su FM y de las compañías de televisión por cable, que en la década de 1990 alcanzaron una gran expansión. En tanto, la editorial Atlántida y otros accionistas se hicieron con el control de *Canal 11*, al que bautizaron *Telefé* (Vommaro, 2008, pp. 27-30).

En los primeros años del gobierno de Menem aparecieron las primeras denuncias mediáticas de corrupción. Es también en 1990 cuando los periodistas políticos comienzan a obtener una posición autónoma. El lugar de independencia es conquistado en los medios de comunicación privatizados y productoras independientes que pagarán los espacios televisivos y dispondrán de sus contenidos. Se fue gestando a partir de allí un lugar del periodista político, autónomo, de crítica y de denuncia, desvinculado respecto de los partidos y del Estado. Asimismo, se da la

constitución de una verdadera audiencia a nivel nacional y una estructura de medios de comunicación privatizados y concentrados.

El fin del autoritarismo de las dictaduras iniciadas en los 70, los hechos de corrupción de los gobiernos menemista y la formación de una audiencia masiva, fueron las condiciones a partir de las cuales, los medios construyeron un espacio enunciativo periodístico de denuncia y de control al poder político. De esta manera fueron ganando un lugar legitimado a nivel social desde el cual el público entendía que “se afianzaba la democracia”.

Ante la caída del gobierno de la alianza, en la crisis de 2001, la “mediatización de la política” se fue transformando del control y la crítica a la parodia y el cinismo. Aquí los medios tuvieron que hacer frente a movilizaciones populares, renuncias presidenciales e incertidumbre político-institucional. Fue entonces el momento de actualización del poder de la política en las calles con el lema “que se vayan todos”, el cual pareció alentar las manifestaciones de los sectores medios urbanos, añadida a las protestas de los sectores populares en los saqueos a comercios y supermercados (Vommaro, 2008, p. 44).

### **Kichnerismo e interpelación al poder mediático concentrado**

La llegada del kirchnerismo a partir de diciembre de 2001 supuso un quiebre en lógica dominante de la política-mediática haciendo algo inédito en la última década, no participar del mandato de espectacularizar la política, construir un contrato de lectura propio y directo con los ciudadanos, e interpelar a los medios como actores políticos.

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

Una serie de medidas transformaron las legislaciones previas y apuntaron directamente a la economía política del sistema de medios: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el

*Fútbol para Todos*, el juicio por Papel Prensa y la posterior sanción de una ley que declara de interés público la producción y suministro de papel para diarios.

Con la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009 se produjo un avance democrático en la inclusión de grupos excluidos, la desinversión de grupos monopólicos y la ruptura con el marco legal impuesto en la última dictadura. La LSCA fue una de las leyes más debatidas del país, discutiéndose en variados foros en todo el territorio nacional y recibiendo más de cien modificaciones.

En 2009 el Grupo Clarín impugnó la aplicación de cuatro artículos de la ley lo que paralizó su plena aplicación durante más de cuatro años. En 2013, la Justicia determinó la validez de esos cuatro artículos en cuestión y la constitucionalidad general de la ley.

A partir de 2009 se presenta un ciclo de conflictividad entre los gobiernos populares y los grupos de medios privados con intervenciones concretas de estos gobiernos al sistema de propiedad. Bizberge y Goldstein (2014) ejemplifican cuando Cristina Fernández de Kirchner denunció la diferencia entre el “país virtual” y el “país real”, que sería fabricada por los medios de comunicación, Lula da Silva señaló que los medios tenían un candidato opositor. También es el caso de Rafael Correa, quien se refirió al “terrible oponente que tienen los gobiernos progresistas de América Latina: las empresas de medios de comunicación que toman el lugar de los partidos de derecha en decadencia, hacen política descaradamente y tratan de desestabilizar y conspirar diariamente”.

Pedro Santander (2014) señala que la noción de “populismo”, tiene utilidad ideológica en la actualidad, en su empleo para describir negativamente a los gobiernos latinoamericanos que se apartan de las recetas del Fondo Monetario Internacional y del Consenso de Washington. El autor argumenta que si todo medio que asume que no es neutral estaría haciendo “periodismo populista” sería pues ese el caso de la mayoría de los *main stream media* en América Latina: *El Mercurio* apoyando la dictadura de Pinochet en Chile; *Clarín* y *La Nación* apoyando explícitamente la dictadura argentina, *El Nacional* y *El Universal* de Venezuela apoyando el golpe de Estado de 2002 y todos ellos hoy apoyando claramente el modelo neoliberal y criticando toda intervención del Estado, por ejemplo, para regular los oligopolios mediáticos (p. 47).

Esta extrema polisemia del concepto de populismo tiende a desprestigiar políticamente medidas que van en una dirección contraria al generalizado avance de las corporaciones sobre



las comunicaciones sobre la base de ser consideradas *populistas* sin explicar a qué refiere específicamente este concepto.

La tensión entre populismo y liberalismo es cuestionada por Waisbord (2013) que sostiene que los medios que forman parte de un bloque opositor unificado con gran incidencia en nuestras sociedades tienden a converger con las teorías de la manipulación. Argumenta que, las teorías de los “efectos significativos” como agenda-setting o framing, suponen que los medios de comunicación no pueden delimitar lo que las personas piensan, sino influenciar sobre aquellos temas sobre los cuales piensan. Pueden, además, formar la agenda, así como delimitar los encuadres que se utilizan para pensar sobre determinadas problemáticas las cuales son negociadas con las experiencias cotidianas de las personas, así como con otras influencias y mediaciones.

Por primera vez en la historia reciente de nuestro país, al menos luego del retorno democrático, el periodismo masivo fue colocado como actor en la arena política construido como aliado o como antagonista. Si en los 90 la crisis de representación política contribuyó al fortalecimiento de la legitimidad del espacio periodístico; es sin dudas, el kirchnerismo el momento político en el cual se produjo una clara interpelación al poder mediático concentrado.

El fenómeno emergente de ese proceso histórico es denominado: “*periodismo militante*” y supuso un contrapeso necesario frente al comportamiento del llamado periodismo profesional de los grandes grupos mediáticos enfrentados con el gobierno.

Periodismo militante alude a un conjunto de expresiones periodísticas originadas –tanto en medios privados como estatales- como emprendimientos no partidarios pero dedicados, explícitamente o no, a legitimar las políticas del gobierno de Cristina Kirchner, a reforzar una identidad política y a combatir a los opositores. Se da especialmente en el marco del último gobierno de Cristina Kirchner (2011-2015) el auge de programas dedicados a la crítica de los medios. Por otro lado son construidos como medios oficialistas o *alineados* al kirchnerismo los diarios *Página/12*, *Tiempo Argentino*, la revista semanal *Veintitrés* y varios programas de radio, en particular emitidos por *Radio Nacional* (Fernández, 2014, pp. 33-51).

El periodismo militante viene a cuestionar las bases fundamentales de un periodismo construido a partir de medios que participaron de la dictadura y fueron funcionales al neoliberalismo. Muestra una crisis de legitimidad del periodismo, de la toma de la palabra pública, de los ideales sobre los que se ha instituido la profesión y de los modos en que

informan los medios privados. La pregunta gira en torno a cómo construir un contradiscurso frente al hegemonizado por los multimédios privados bajo la bandera del periodismo tradicional de los grandes medios concentrados.

### **El macrismo y los discursos odiantes**

El gobierno de Mauricio Macri (2015-2019) a través de sus decretos definió una orientación clara: intervenir en el terreno de las comunicaciones para garantizar condiciones de rentabilidad para los grandes grupos económicos. Así, el Grupo Clarín pasó de tener que desinvertir a estar en condiciones de expandirse.

En agosto de 2020, una de las medidas más importantes del Gobierno del Frente de Todos fue el decreto que estableció el carácter de servicio público esencial para internet, la telefonía móvil y la TV por cable. Esta medida ha sido resistida por las corporaciones del sector, que consiguieron neutralizarla en la justicia.

A través de los decretos de Macri se hizo visible el poder político del grupo multimedia. Consolidó desde 2008 un contrato de lectura basado en una línea editorial anti-kirchnerista y ejerció una posición activa en la destitución de las regulaciones en materia de democratización de los espacios radioeléctricos y de telecomunicaciones. Al mismo tiempo que profundizó un odio hacia el populismo vehiculizó el discurso de sectores de derecha, el cual, además de los multimédios y partidos políticos, identificó a jueces, corporaciones económicas, a las patronales del campo y a las élites financieras. Este dispositivo de poder, fue el mismo que se utilizó en la década menemista de 1989 a 1999.

Clarín dio voz a un dispositivo anti-populista basado en la aversión al gobierno kirchnerista, y sostenido desde imaginarios peyorativos que se le atribuyen al populismo, el cual se asocia a lo demagógico, lo inmoral, lo estéticamente feo, lo inculto, lo irracional, etc.

Luego del atentado de magnicidio a la vicepresidenta Cristina Fernández en septiembre de 2022, surge la preocupación acerca de cómo se generan las condiciones de posibilidad para fomentar determinados grados de violencia. Iniciativas legislativas del Frente de todos plantearon que el Congreso tiene la obligación de analizar cómo la palabra construye discursos odiantes.

Al respecto, Biblieri y Perelló (2020) dilucidan de qué forma el odio funciona como factor estructurante del anti-populismo, a partir de la experiencia de la Alianza Cambiemos en el gobierno entre 2015 y 2019.

Para las autoras, el odio puede volverse un factor fundamental en la política, el cual no se funda en el amor a un líder, sino en el odio al pueblo y a su líder. Es decir, el odio funciona como una amalgama de un cierto “nosotros” que se define en función de aquello que se detesta. De manera que el significante sobredeterminado de la última versión del odio anti-populista es “el kirchnerismo”.

A fines teóricos, la propuesta del populismo de Laclau (2005) y el análisis del discurso de Laclau y Mouffe (1985) tienen capacidad heurística para dilucidar la problemática de los medios y las tensiones con el gobierno kirchnerista.

Según Biglieri y Cadahia (2021) Laclau fue capaz de sacar al populismo de la basura, a pesar de la “mala prensa” que tiene tanto en el terreno académico como en el periodístico. La conceptualización del populismo nos orienta a comprender una lógica, que según Laclau (2005), desafía al neoliberalismo. En dicha lógica neoliberal, la ciudadanía queda siempre reducida a individuos; los problemas se contemplan aislados uno de otros y la soberanía popular democrática se reduce al voto y la representación. El populismo según Biglieri y Cadahia (2021), impugna cada una de esas afirmaciones, en cuanto propone “al pueblo” en el lugar del ciudadano o del votante; un “frente” de lucha entre el pueblo y las élites; una ruptura populista y una lucha contrahegemónica por un orden diferente. Esos desafíos a la lógica política liberal no significan que el populismo sea antidemocrático, al contrario, el populismo radicaliza expectativas y formas de democracia y su extensión va más allá de lo formalmente político (pp.14-15).

A partir de la consolidación de un poder mediático concentrado y de la imposición de un contrato de lectura anti-kirchnerista, se posibilita el ejercicio de un tipo de violencia simbólica coaccionando los imaginarios políticos. La denigración del populismo se desliza hacia el kirchnerismo, el cual condensa en sí el mal, la corrupción, el autoritarismo y el desacato. El kirchnerismo es culpable de “la grieta”, “lo peor que nos pasa”, “la pesada herencia”, “los KK”, “chorros”, “la yegua”, etc. Como aducen Biglieri y Perelló (2020) ese dispositivo sirve en la institución de una vida de derechas que no es otra cosa que darle continuidad a un ciclo que

inició la dictadura, que revivió el menemismo y que retornó con la Alianza Cambiemos bajo la forma de una postdictadura.

Hasta aquí, entendemos que el estudio de los medios de comunicación no puede separarse de un contexto sociopolítico determinado, ni dejar de lado la estructura de propiedad de los medios, ni el establecimiento de una agenda, todo lo cual evidencia la clara asimetría entre emisores y receptores.

Asimismo, las prácticas de los medios de comunicación y de la cultura popular constituyen las condiciones materiales de posibilidad de la emergencia del pueblo como sujeto político. Simons (2011) señala la relevancia de la dimensión mediática ya que ésta plantea límites a la contingencia en las distintas formas en que ha sido representado el pueblo. De allí el autor destaca que la dimensión afectiva, no puede operar políticamente sin considerar la fuerza que imprime a través de prácticas e instituciones que involucran a los medios de comunicación. Así el “público” en tanto construcción mediatizada del pueblo y las relaciones de transmisión de los discursos políticos pueden ser las principales barreras para la construcción del pueblo e influir en el éxito o fracaso del populismo, así como en la relativa fuerza entre proyectos hegemónicos que compiten.

Queda la pregunta acerca de cómo se construye nuevos relatos frente a los creados desde un dispositivo que consolida imaginarios políticos liberales y despolitizados como “la gente”, “el ciudadano”, “el consumidor”, “el público”, “la audiencia”. Esos suponen una cierta indiferencia social, un pueblo transparente consigo mismo, que es una formulación sustancialmente violenta y represiva. La fantasía de la derecha de un pueblo único, que contiene el ansia de una vida sin problemas ni antagonismo en nombre de una supuesta verdad o neutralidad; es precisamente, volver a la tranquilidad de un espacio social homogéneo; lo cual no puede tolerar las diferencias constitutivas de la lógica articuladora del populismo (Biglieri y Cadahia, p.22).

Nos interrogamos si es por vías del “periodismo militante”, del “periodismo populista” que nuevas identidades y proyectos contrahegemónicas logran hacer frente a los discursos odiantes de los grandes medios alineados al establishment.

## Reflexiones finales

El campo de estudios en comunicación social fue consolidándose en América Latina a partir de los espacios vacíos que las teorías informacionales dejaron en torno a las preguntas sobre lo social y sobre la significación. De la mano de la antropología y la semiótica, fueron ampliándose las indagaciones del emisor hacia la recepción de los mensajes. Se dio una preponderancia de los estudios culturales en nuestra región y los planteos giraron sobre las mediaciones, la cultura y el receptor activo. A partir de la censura en etapas dictatoriales, el ajuste de la década neoliberal, la corrupción y el colapso del 2001; nuevos enfoques teóricos trajeron luz para dar cuenta de las desigualdades entre emisores y receptores. Desde las perspectivas críticas se dio un cuestionamiento al sistema de la propiedad de los medios y al rol de las hegemonías discursivas en el establecimiento de agenda (agenda-setting) o framing.

Por otro lado, desde el ejercicio periodístico fue ganando terreno un espacio enunciativo autónomo basado en la denuncia y en la crítica. Se estableció en el lugar mediático un campo de legitimidad social, de confianza, de transparencia e independencia frente al poder político. Con la llegada del kirchnerismo, los medios fueron puestos en la arena política a través de la LSCA que implicó una ruptura con un modo de concebir la actividad audiovisual y la información como mercancía y apuntó a la desconcentración de los grupos de medios.

Kirchner supo recuperar una concepción ideológica del rol del periodismo, la cual presumía una disputa por el contacto con los ciudadanos, y por lo tanto, una pelea institucional con la cual había que confrontar por los lugares instituidos de enunciación en el espacio público.

Este quiebre disparó una tensión entre gobiernos populistas y medios concentrados para lo cual fue necesario problematizar la naturaleza política del discurso como práctica que construye lo social y como agente de transformación de las relaciones de poder.

Finalmente entendemos que el rol de los medios de comunicación resulta clave en la disputa de dos proyectos políticos que compiten. Uno, de ruptura con el ciclo neoliberal iniciado en la dictadura y otro que quiere darle continuidad. Por otro lado, la dimensión afectiva, ya sea por la vía del amor, de la indiferencia o del odio opera políticamente a través de los medios y de las prácticas comunicacionales. Entendemos que las formas de construir el "público" supone una acción política en tanto limita la contingencia en las formas de representación del pueblo. Así la construcción del receptor en tanto "gente", "audiencia", "consumidor", "espectador", asumen formas despolitizadas de los problemas sociales, un sujeto sin fisuras, transparente consigo

mismo, el cual es un planteamiento violento, en tanto que a lo que se pretende volver es a la denuncia, a la crítica y al cinismo.

Dejamos abierta la pregunta acerca de si es el “periodismo populista” o el “periodismo militante” una figura identitaria que recupera el interés en problematizar la naturaleza política de la formación del público y establecer una relación antagónica, en términos de Laclau, como límite de la objetividad y por fuera de la violencia implícita en los contratos de lectura establecido por los grandes medios en el nombre de una supuesta neutralidad, verdad, e imparcialidad.

### Referencias bibliográficas

- Biglieri, P. y Cadahia, L. (2021). *Siete ensayos sobre populismo*. España, Barcelona: Herder.
- Biglieri, P. y Perelló, G. (2020) El anti-populismo en la Argentina del siglo XXI o cuando el odio se vuelve un factor político estructurante. En *REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social, núm. 10*, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
- Bizberge, A. y Goldstein, A. (2014). Gobiernos progresistas y medios de comunicación privados: debates y reflexiones. Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe. En *Observatorio Latinoamericano, N° 14*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, pp. 10-19.
- Díaz, C. (2011). “La Nación y Clarín frente a la violencia política (1976-1980). Dos casos de periodismo hermesiano”. En Saborido, J., y Borrelli, M. (coords.) *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*. Buenos Aires: Eudeba.
- Fernández, M. (2014). “Periodismo y política en la Argentina kirchnerista: disputas por la intermediación en el espacio público. Un análisis desde la perspectiva de la mediatización”. En Gindin, I. L. (coord.) *Kirchnerismo, mediatización e identidades políticas: reflexiones en torno a la política, el periodismo y el discurso (2003-2008)* (pp. 37- 62). Rosario: Universidad Nacional de Rosario (UNR) Editora.
- Follari, R. (2002). *Teorías débiles: para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Jacks, N. y Orozco Gómez, G. (2015). “Investigación latinoamericana de recepción. Un largo camino andado, una historia viva para contar”. En Bolaño, C., Covi Druetta, D. y Cimadevilla, G. (Coords.), *La contribución de América Latina al campo de la comunicación: historia,*

*enfoques teóricos, epistemologías y tendencias de la investigación* (pp. 101-130). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Laclau, E. y Mouffe, C. (2004) [1985]. *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.

Laclau, E. (2005) *La razón populista*. Buenos Aires: FCE.

Saintout, F. (2003). *Abrir la comunicación: tradición y movimiento en el campo académico* (No. 23). Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de la Plata.

Varela, M. (2001) Los medios de comunicación durante la dictadura. Silencio, mordaza y optimismo". *En Revista Todo es Historia*, 34 (p. 404).

Vommaro, G. (2008). *Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina*. (1a ed). Los Polvorines: Univ. Nacional de General Sarmiento. Buenos Aires: Biblioteca Nacional.

Waisbord, S. (2013). *Vox Populista: Medios, periodismo, democracia*. Buenos Aires: Gedisa.

Wolf, M. (1990). *La investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas*. Barcelona: Paidós.