



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

Falacias en tiempos de guerra mediática: Empresas Periodísticas vs. Poder Político
Rodrigo García y Carina H. Calvo
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2, diciembre 2018
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Falacias en tiempos de guerra mediática: Empresas Periodísticas vs. Poder Político

Rodrigo García

rodrigo.garcia@perio.unlp.edu.ar

Carina H. Calvo

carinahcalvo@hotmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Durante el kirchnerismo se aprobaron leyes de neto corte progresista como fueron la Asignación Universal Por Hijo, la reestatización de Aerolíneas Argentinas, YPF y AFJP, el matrimonio igualitario, la asignación por embarazo, la ley de identidad de género, el régimen laboral de empleadas domésticas, pero tal vez la más emblemática sea la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Fue confeccionada con un espíritu amplio y plural, con el aporte de todos los sectores que hacen a la comunicación en general, a lo largo y ancho del país. Al existir un cupo de licencias, y si se tiene en cuenta que se intentó diversificar el acceso a las mismas, era lógico que chocara con aquellas empresas que detentaban ya una posición dominante.

Para ser más específicos: aquellas empresas mediáticas hegemónicas vieron en riesgo sus conquistas y no se quedaron de brazos cruzados. Fue una batalla librada en todos los frentes, especialmente desde el judicial, con las medidas cautelares que suspendían la aplicación plena de la ley, pero también desde la discursiva. Cristina Fernández se convirtió en el enemigo a vencer. Para Cynthia Ottaviano, defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, "los sectores conservadores reaccionan en defensa de sus privilegios siempre que se empodera al pueblo. Rechazan por todos los

medios cualquier avance democrático que significó la inclusión política, económica y cultural de las mayorías sociales, por eso tergiversan y se resisten a la aplicación de la LSCA” (Ley 26.522, 13).

El Rector de la Universidad Nacional de Quilmes, Mario Lozano, sostuvo que “uno de los recursos de los poderes económicos que resisten el cambio ha sido la desinformación y la tergiversación de su contenido” (Ley 26.522, 19). Numerosas fueron las voces que se alzaron en favor de la ley, mientras que desde el otro lado se esgrimió que era un atentado contra la libertad de expresión y que muchos medios estaban en peligro de desaparecer debido a un embate del gobierno en contra de las empresas periodísticas.

Pero lo interesante, y es donde queremos poner nuestra mirada, es en cómo, mediáticamente, una empresa con clara posición dominante (en el derecho comparado, tal vez como ninguna otra en el mundo, ya que las leyes en la mayoría de los países es aún más restrictiva) ataca desde lo discursivo tanto a una persona, en este caso Cristina Fernández de Kirchner, como a todo lo relacionado con su sector político. La frase más utilizada, especialmente en los programas informativos tanto de Canal 13, en la señal de cable TN, Radio Mitre y el diario Clarín fue “la ley de medios K”.

Para explicitar sobre cómo se influye en la opinión pública tomamos como ejemplo a uno de los máximos referentes discursivos que tiene la empresa, Alfredo Leuco. Periodista de TN pero también con un programa radial semanal en Radio Mitre, “Le doy mi palabra”. Para este trabajo seleccionamos una sección en especial: los editoriales, género de opinión en el cual se pueden rastrear indicios de la postura política del medio en general y del periodista en particular.

El género editorial radiofónico tiene la particularidad de que, a diferencia del editorial de un medio gráfico, es la voz del periodista la que “firma” esa opinión, y no necesariamente el medio. Basta una rápida mirada por los medios dominantes para ver que sus periodistas están alineados ideológicamente con la empresa para la que trabajan, respondiendo a una ideología neoliberal.

Los editoriales pre y post elecciones tendrían por objetivo atacar directamente a la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner y a su gobierno”, el objetivo de este trabajo es analizar la presencia de falacias en la construcción discursiva para intentar influenciar sobre la audiencia.

Se seleccionó un período de tiempo determinado: el mes previo a las elecciones para diputados y senadores del año 2017, más precisamente entre el 28 de agosto de 2017 y el 23 de octubre del mismo año.

La falacia como herramienta

Para comenzar con nuestro análisis debemos definir el término falacia. La Real Academia Española define *falacia* como: engaño, fraude o mentira con que se intenta dañar a alguien. Hábito de emplear falsedades en daño ajeno.

Podemos agregar que la falacia es un razonamiento no válido o incorrecto pero con apariencia de correcto. Es un razonamiento erróneo, pero que pretende ser convincente o persuasivo.

Para comprobar la existencia de falacias tomaremos como punto de partida distintos estratagemas encontrados en las editoriales.

La Real Academia española define estratagemas como: astucia, fingimiento y engaño artificioso.

Este trabajo se basará en la selección de estratagemas realizadas por Patricia Nigro y Agustina Blaquier (2014, 15-39) en su libro *Desnudando el discurso político*.

- Estratagemas encontradas:

* Apelar al auditorio: se apela al auditorio como si el orador fuera el especialista en algo que no lo es. Se habla desde un lugar de pedestal, detentando verdad absoluta. Cristina ya recibió su certificado de defunción política y que una coalición diversa como Cambiemos está edificando otros tiempos donde la meritocracia y la honradez sean privilegiados por sobre las mafias y las coimas.

La primera lectura de los resultados demuestran que una gran mayoría de los ciudadanos expresó su hartazgo por la violencia callejera, las patotas ideologistas y el dedito levantado de los que se creen dueños de la verdad.

A ir cerrando la grieta poco a poco, a suturar lentamente las heridas para cohesionar a la Argentina detrás del mejor de los objetivos: edificar el país que soñamos para nuestros hijos. Un país normal, sin corruptos ni violentos ni golpistas. (Leuco, 23 de octubre del 2017)

Asimismo, en la editorial de 5 de septiembre de 2017 dice:

Es una relación directamente proporcional: mientras Cristina más se aleja del poder, más dañina e intolerante se vuelve. Y eso la aleja todavía más del poder. No es un juego de palabras. Es un círculo vicioso en el que ella se entierra cada vez más porque el odio la ciega y no le permite tomarle la temperatura correcta a la sociedad y mucho menos hacer un buen diagnóstico

En la misma línea en la editorial del 31 de agosto de 2017 se expone:

"Hartos de Cristina... Nosotros, digo, la mayoría de los argentinos también nos cansamos. También estamos hartos de estar hartos. Estamos hartos. Estamos hartos de que quieran colonizar y adoctrinar todo lo que se les ponga adelante".

* Premisas falsas: aparece cuando se toman conclusiones falsas como verdaderas.

La ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner construyó su propio infierno a fuerza de incapacidad y soberbia. (Leuco, 23 de octubre del 2017)

Vamos a decirlo con toda claridad. La instigadora de todos los sucesos violentos se llama Cristina Elizabeth. Su jefe de operaciones es Horacio Verbitsky. Ellos son los que fomentan la idea de que Mauricio Macri es un dictador que lleva al hambre popular, a multiplicar los presos políticos y que ahora apuesta a la desaparición de personas. Un delirio. Un síndrome de abstinencia del poder que los lleva a una demencia peligrosa. Se dedican a dinamitar todo lo que no pueden conducir. Encienden la mecha del estallido social (Leuco, 4 de septiembre del 2017)

* Premisas parciales – falsa conclusión: se parte de un hecho o razonamiento al que se lo toma de manera parcial como verdadero para arribar a una falsa conclusión.

De hecho fue, Maximiliano Rusconi, el propio abogado de don Julio, el que dijo, con toda razón que "si Julio es culpable, Cristina también" Estratagema: Premisas parciales – falsa conclusión. Fue en respuesta a Gregorio Dalbón, el abogado de Cristina que había dicho todo lo contrario: "De Vido no es Cristina". (Leuco, 18 de octubre del 2017)

La Real Academia Española define la palabra mafia como una organización criminal, secreta o clandestina, que defiende sus intereses con violencia, intimidación y chantajes. Los más de doce años de kirchnerato se apoyaron en una matriz mafiosa y corrupta. Por eso fue el gobierno que mayor cantidad y variedad de delitos cometió en democracia. Néstor y Cristina fueron los jefes de una estructura que fomentó y protegió a distintos eslabones mafiosos de una cadena nefasta. Editorial del 2 de octubre del 2017.

* Tomar como premisa la conclusión a demostrar: consiste en tomar como premisa o dar por cierto una conclusión o afirmación que se pretende probar.

"Después de más de 12 años con casi la suma en el poder público, llevó al peronismo a la crisis más profunda desde su fundación." Editorial 23 de octubre del 2017.

En la editorial del 23 de octubre de 2017 expone "...Y como si esto fuera poco, dejó instalado que ella y su marido lideraron los gobiernos más corruptos, autoritarios y

mentirosos de la historia democrática (...) Cristina ya recibió su certificado de defunción política y que una coalición diversa como Cambiemos está edificando otros tiempos donde la meritocracia y la honradez sean privilegiados por sobre las mafias y las coimas.”

Si en cualquier país del mundo se descubre que Florencia, la hija de la presidenta, tiene en su caja de seguridad casi 5 millones de dólares termosellados pese a que nunca trabajó, se produciría una conmoción informativa y política muy potente. Acá ya nos olvidamos de semejante locura. La aclaración de su madre en realidad complicó más las cosas. Dijo que ese dinero era de ella y que le había pedido prestada la caja de seguridad a su hija. No aclare que oscurece, doctora. (Leuco, 19 de septiembre del 2017)

* Irritación – sin escrúpulos y con insolencia: Se trata de provocar la irritación del otro actuando sin escrúpulos y con insolencia.

Ella fue la que dijo “Vamos por todo” y ahora viene a actuar de conciliadora. Margarita le contestó: “Usted fue quien degradó el Estado de Derecho, dividió a los argentinos y condenó 12 millones a la pobreza. Nunca será posible un acuerdo con quienes saquearon el país”. Antes sométase a la Justicia y devuelva lo que se ha llevado. Basta de mentira. Mes antes o después, Cristina Kirchner estará sentada en el juicio oral por los delitos. Antes que buscar acuerdo, decline candidatura y prepare su defensa. (Leuco, 13 de septiembre de 2017)

* Preguntas desordenadas: para que el adversario no logre advertir dónde se quiere llegar

Muchachos y muchachas militontos les pregunto: ¿Qué dirían entonces si docentes macristas (que también los hay) preguntaran a sus alumnos que piensan del robo de dinero que Hebe de Bonafini hizo en complicidad con Sergio Schocklender? ¿O si creen que la relación entre las familias Kirchner y Báez es complicidad por el delito o hay otra calificación? ¿Les parecería bien introducir esta realidad al debate de los alumnos? (Leuco, 31 de agosto del 2017)

* Cambiar tema de discusión: cambiar el eje de la discusión o del parlamento, girar hacia una cuestión secundaria.

Si, dije y lo repito, que usted tenía joyas dignas de una monarca que después de una denuncia de Graciela Ocaña dejó de usar. Collares, anillos, pulseras, oro y más oro que no había declarado y que no se sabe con qué dinero y donde se compró. ¡Qué bueno sería preguntarle sobre eso y tener a mano el video con esas ostentosas joyas para mostrarle en cámara si usted es capaz de decir que no se acuerda en donde escondió ese oro sucio de corrupción. (Leuco, 18 de octubre de 2017)

* Generalizar: partir de un hecho particular para generalizar.

Si De Vido va preso, Cristina se acerca peligrosamente al mismo lugar donde ya están otros integrantes del estado mayor del arquitecto ladrón y la arquitecta egipcia. Hablo de los lugartenientes de don Julio: Ricardo Jaime, José López y de los que recibían los beneficios como Lázaro Báez. (Leuco, 18 de octubre del 2017)

Asimismo en la editorial del 1 de septiembre de 2017 sentencia:

Desde el punto de vista estrictamente legal, Cristina está en el horno. Se le viene la noche. Todos los caminos conducen al penal de Ezeiza donde la esperan viejos amigos, socios, testaferros y cómplices

* Atacar ofensivamente a la persona del adversario: se trata de agredir, descalificar injuriar o calumniar a la figura del adversario.

Cristina está jugada. No le interesa ni la verdad ni la honestidad. Cuesta abajo en su rodada, Cristina es capaz de hacer cualquier cosa. Patear el tablero del sistema democrático, por ejemplo. Ir a los organismos internacionales a denunciar un fraude electoral inexistente (Leuco, 12 de octubre de 2017).

Además, en la editorial del 9 de octubre de 2017 dice:

Dicen que hay que saber mentir. Que hay que hacerlo con convicción. Ejercer una suerte de coprofagia y creerse sus propias mentiras. Varias veces hable de la lectura que la historia va a hacer sobre la ex presidenta Cristina Elisabet: quedará instalada como la jefa de estado más autoritaria y corrupta de la historia democrática. Pero creo que me quedo corto. (...) A Cristina parece que le agarró una amnesia parcial. No se acuerda de lo que no le conviene.

Cristina no se acuerda de su compañero Menem al que Néstor definió como un presidente mejor que Perón, no se acuerda de la pobreza, de que insultaba a Perón, de que eran aliados del Pata Medina y el Caballo Suárez y de que utilizó todo el aparato del estado para perseguir al verdadero periodismo. Ese periodismo le tiene que hacer acordar de las cosas que ella olvida. Para que deje de ser la reina de la mentira”.

Posteriormente, en la editorial del 18 de septiembre de 2017 expone:

Hace muchos años que conozco a Cristina. A esta altura estoy convencido que es una mentirosa serial y compulsiva que tiene la cara de piedra y el estómago de acero. Dice falsedades sin que se le mueva un músculo. El detector de mentiras debería encender todas sus alarmas cuando es capaz de decir, muy suelta de cuerpo. Lágrimas de cocodrilo o pucherito de pingüina, con el mismo gesto de una actriz quebrada por el dolor que puso en la iglesia de Morón, con la foto de Santiago Maldonado en sus

manos

Esta cuestión también es evidente en la editorial el 31 de agosto del 2017:

“Muchachos y muchachas militontos les pregunto:...”, comienza Leuco.

* Amplificar y exagerar: aparece cuando se amplifica y exagera la imagen del contrario o afirmaciones sobre este.

Dentro de 16 horas se producirá un milagro de la democracia y la república. Julio Miguel de Vido, el otrora todopoderoso e intocable súper cajero de los Kirchner, estará en Tribunales, sentado en el banquillo de los acusados (Leuco, 26 de septiembre del 2017).

Vale aclarar que hay más ejemplos detectados a lo largo del análisis del corpus seleccionado. Tomamos solamente los más significativos, aquellos que representan el estilo de construcción del discurso que tiene el comunicador en cuestión.

También es importante destacar que de los 34 editoriales radiofónicos estudiados, en 14 se ataca a la persona de Cristina Fernández y en 11 al gobierno de la ex presidenta y a su entorno. Es decir que 25 de esas piezas radiofónicas son críticas negativas.

Representa más de dos tercios del corpus. Solo en uno de los editoriales apelan al gobierno actual de Mauricio Macri, donde solicita el esclarecimiento de los motivos de la muerte de Santiago Maldonado. Los otros temas que surgen son Messi, el Mundial de Fútbol de Rusia, Margarita Barrientos, Madre Teresa de Calcuta, el periodismo, y sobre la importancia de la donación de órganos.

Tiempos violentos

Desde nuestra mirada, Alfredo Leuco, como comunicador, se encuentra en un lugar central de una empresa mediática que tiene influencia en la creación de opinión pública. Radio Mitre tuvo en 2017, 42 puntos de share promedio [5], casi 30 puntos más que su inmediata perseguidora, Radio La Red. Esto significa que, en la plataforma que nos interesa investigar, Leuco es uno de los personajes de mayor llegada a la audiencia radiofónica.

Semejante poder no solo lo tiene en radio sino a través de sus diversas plataformas (una de las web más visitadas, Canal 13, TN, que lideran los ratings). Podemos considerar entonces que no es desacertado posar la mirada en el discurso encarnado por uno de los comunicadores más “consumidos” por la audiencia.

De hecho, podemos pensar que cualquiera de los periodistas más renombrados de Radio Mitre, como lo son Marcelo Longobardi y Jorge Lanata son plausibles también de

ser analizados discursivamente.

¿Por qué es interesante revisar esta forma de hacer "periodismo"? En primer lugar porque nos permite ver un ejemplo (se pueden buscar varios más) en el cual la violencia verbal encarnada en el discurso polémico es una de las herramientas principales de muchos comunicadores, marcando un tono de época, una forma de hacer que se extiende en el general de los periodistas y de aquellos que no lo son pero que tienen la posibilidad, privilegiada, de poder hacer llegar su palabra a un sector importante de la población. Y que de esa forma crean una opinión pública que puede ir moldeándose.

El género de opinión, basándonos en los postulados de Aristóteles, consiste nada más y nada menos que en convencer al otro de que aquello que estoy diciendo es lo correcto, aunque no sea verdad. Es decir, desde el comunicador se utilizan los artilugios y las construcciones sintácticas necesarias para que aquellos a los que les llega ese mensaje tomen como válido eso que se dice.

Leuco, al igual que muchos de los periodistas del Grupo Clarín, al momento de enunciar, utilizan diversas figuras de la agresión, ya sea en el género de opinión como en la construcción de las noticias. Pero en la opinión ellos se pueden permitir sumar formas que en un boletín informativo o en noticias puntuales no pueden hacer: horadar la figura de determinado personaje (o de ensalzarlo, llegado el caso y relacionado con los intereses del momento), la utilización sistemática de la descalificación del adversario (procedimiento que tiende a invalidar la tesis del otro a través de la descalificación personal) como técnica de refutación y de la injuria a través de la acumulación de invectivas (explosión de agresividad que tiende a proliferar en forma de serie), sumado a lo que fue el centro de nuestro estudio sobre las falacias del relato de Leuco con sus respectivas estratagemas.

Estas falacias pueden ser persuasivas para los oyentes de Radio Mitre y seguidores de Leuco en particular. Pero muchas de ellas son definitivamente incorrectas. En muchos casos son argumentaciones que si bien acentúan la eficacia del discurso no brindan pruebas que fundamenten esas posturas. Se puede denunciar o afirmar que determinado político es corrupto, pero se lo hace simplemente desde la mera enunciación. Ni siquiera se tiene el respaldo de lo determinado por la Justicia, quien no dio un dictamen sólido sobre posibles situaciones de cohecho en las que ese denunciado o denunciada es o estaría bajo investigación. Se invoca a los sentimientos, a las actitudes y a los valores utilizando el discurso polémico. Se busca la indignación del oyente apelando a la fuerza del género de opinión que permite reforzar y trabajar

estos aspectos. "Son las imágenes y no los programas las que deciden quién gana una elección", sostienen Jaime Durán Barba y Santiago Nieto (2011) y agregan: "Cuando un candidato le cae mal, el elector lo rechaza y no cree que pueda decir algo sensato. No existe el elector que odia a un político, pero vota por él convencido de que es el mejor después de una lectura neutral de su programa de gobierno".

Para poder establecer una conexión entre la postura de Alfredo Leuco como parte integrante del cuerpo de comunicadores de la empresa de medios Clarín y su discurso aparentemente contrario a Cristina Fernández de Kirchner en particular y al partido político al que pertenece, Unidad Ciudadana, en general hay que tener en cuenta un aspecto fundamental de todo análisis crítico del discurso: el contexto. No podemos hablar de intencionalidad si no volvemos a posar nuestra mirada en el espacio, tiempo e interlocutores. Tengamos en cuenta que no hay una situación dialógica ya que no existen respuestas por parte de la candidata a senadora sobre las opiniones de Leuco. Es decir, es unilateral, de Leuco a Fernández.

Como dijimos al comienzo de este trabajo, la situación entre el grupo y el gobierno de Cristina Fernández estuvo signada por una lucha de poder. Cada uno de los actores apeló a cada una de sus herramientas para combatir, a su modo, al otro. Por lo cual, desde el comienzo de la primera presidencia de Fernández y "el conflicto del campo", el grupo mediático, en cada una de sus plataformas, alentó deliberadamente al paro del sector agrario. Eso significó una ruptura en la relación que poseían, que no necesariamente era negativa. Ya durante el gobierno de Néstor Kirchner, este aprobó la fusión del Grupo Clarín con Cablevisión y Multicanal, posibilitando al grupo consolidar su postura dominante.

La necesaria Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue tomada por el Grupo como una afrenta personal. Defendió al extremo la negativa de adecuar la cantidad de licencias permitidas por la nueva regla hasta última instancia. Apeló a recursos de amparo para postergar las decisiones del ente regulador, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Pero también desoyó a la Justicia cuando la ley fue considerada como constitucional.

Es indudable que Clarín tiene una posición de poder. Una posición dominante en el mercado de la comunicación. Teun Van Dijk (2013,30) sostiene que el poder social (en este caso al poseer el acceso al discurso) está relacionado al control.

Control sobre las acciones de los otros. Pero si ese control se ejerce además en beneficio de aquellos que lo poseen y en detrimento de los sujetos controlados, podemos hablar de abuso de poder. Si entre las acciones se encuentran las que son

comunicativas, es decir, el discurso, estamos más específicamente ante el control ejercido sobre el discurso de los otros, lo cual es uno de los modos evidentes en que se relacionan el discurso y el poder: las personas ya no son libres de hablar o de escribir cuándo, dónde, a quién, sobre qué o cómo quiere hacerlo, sino que están controladas en parte o enteramente por otros entes poderosos, tales como el Estado, la policía, los medios o empresa comercial”

Y va todavía más allá: “El control no sólo se ejerce sobre el discurso entendido como práctica social, sino que también se aplica a las mentes de los sujetos controlados, es decir, a su conocimiento, a sus opiniones, sus actitudes, sus ideologías, así como otras representaciones sociales” (Van Dijk, 2013, 24) . Dicho control se daría de manera indirecta de una manera probable.

No estamos hablando de conductismo. Estamos diciendo que quienes tienen el poder necesitan tener el discurso, acceso a él, porque es a través suyo que pueden acceder a un relativo control. Es un medio para acceder a determinado fin, que es el de mantener el statu quo. En términos de Van Dijk, Clarín busca ejercer el poder en pos de lograr los beneficios que crea conveniente mantener. Ya sea para sostener la posición dominante en el mercado de las telecomunicaciones, es decir, no perder nada de lo ya obtenido, como también aquello que aún puede lograrse.

En un mercado que está en crisis, en un modelo de gestión que está destinado a desaparecer, como es el de los grandes medios de comunicación, Clarín apunta a seguir expandiéndose. Sus dueños y directivos saben que el sostenimiento de un periódico, de una radio o de diversos canales de televisión, de aire o varios de cable, no está en la publicidad ni en el acceso de los consumidores a esos productos comunicacionales. El verdadero poder está en la expansión de esas empresas, ahora generalizando, en las cuales el acceso a otro tipo de negocios, vinculados a la rama, le permitirían mantener una posición consolidada. En un primer momento fue el cable, luego internet, más tarde la fusión de ambos. Hoy el objetivo es el denominado “cuádruple play”: televisión + internet + telefonía fija + telefonía celular. Una ecuación que cierra perfecto si a eso se le suma que ese acceso global a los medios poderosos hace que, en el abuso de poder, se logre desaparecer a los medios alternativos, pequeños, que cuentan con recursos financieros y tecnológicos más escasos (Van Dijk, 2013).

El control de ese público no es necesariamente coercitivo, sino más bien persuasivo, seductor, manipulador. En el caso de Leuco apunta a un público que tomaría su discurso como válido, es un discurso legitimado. Por el periodista y por el medio y empresa a la que pertenece. No necesariamente es un público cautivo, pero sí que es

necesario mantener.

Intentando ser más claros y específicos, y posando la mirada en la propuesta de este trabajo, el Grupo Clarín, a través de sus comunicadores, en este caso Alfredo Leuco, intentan tener el control de la influencia en la opinión pública, valiéndose del discurso y de su posición dominante (hegemónica) en el mercado, que le permite acceder a una mayor cantidad de destinatarios a través de sus múltiples plataformas, para que al momento de votar el ciudadano opte por un candidato diferente a Cristina Fernández de Kirchner. Y si el candidato es del partido que accede o accedió a darle los beneficios “reclamados” por la empresa mediática, mucho mejor. Y es ahí donde también tenemos que tener claro que hay otros actores en juego.

El ingreso de esos “otros” actores también hacen al contexto y sus decisiones e incidencias podríamos tomarlas como un elemento más al momento del análisis. Martín Becerra (2017), Dr. en Ciencias de la Educación describe ese “salto en la grieta” que habría significado el cambio de mando político sosteniendo que

“Con medidas adoptadas a golpe de decreto, el presidente Mauricio Macri puso en crisis el andamiaje de regulaciones, el modelo de financiamiento y las relaciones entre gobierno y empresas de medios de comunicación que dominó la agenda de su antecesora Cristina Fernández de Kirchner[...]. El carácter general de los cambios dispuestos implica regresiones en torno a derechos que habían sido reconocidos por las regulaciones previas, pero que no se habían materializado dado que hasta 2015 se subordinó la aplicación de la ley a la guerra que enfrentó al kirchnerismo con el Grupo Clarín, que comenzó en 2008.

Macri al inicio de su mandato descabezó las autoridades regulatorias de medios audiovisuales (AFSCA) y telecomunicaciones (AFTIC) y las reemplazó por un organismo completamente dependiente del Poder Ejecutivo (Enacom). Además, modificó sustancialmente las reglas dispuestas por leyes votadas por el Congreso en 2009 y 2014 referidas a límites a la propiedad de licencias de televisión abierta, por cable (los cableoperadores pueden expandirse desde ahora cuanto quieran o puedan) y radio, extendió la duración y renovó esas licencias y formalizó el permiso de transferencia de licencias entre operadores, algo que la ley audiovisual prohibía pero que igualmente se realizaba tanto a la vista como a espaldas del anterior gobierno. Mediante su decreto de necesidad y urgencia 267/15 y a través de la formación de una comisión designada por él mismo, Macri se comprometió a elaborar una ley “convergente” que contemple la progresiva imbricación de internet, el sector audiovisual y el de las telecomunicaciones”.

En el caso de Leuco en particular y del Grupo Clarín en especial, podemos pensar que existe un uso ilegítimo del poder comunicativo, a partir de esa posición dominante que tiene una clara intención de manipulación y, sobre todo, a la desinformación. La persona que consume cualquier medio, en cualquier plataforma, tiene derecho a estar bien informado, cosa que no sucede si desde esos medios se construye un discurso en el cual se busca estereotipar, utilizar prejuicios (si es K es ladrón) en pos de lograr una construcción negativa de determinado personaje y que este no sea elegido, y en favor de otro para lograr beneficios que se desprenden de las decisiones políticas. Esta forma ilegítima del discurso promueve la desigualdad social, ya que favorece a los intereses de determinados grupos dominantes y en contra de los que no lo son (Van Dijk, 2013).

Esa desinformación es lo que Ignacio Ramonet (2014, en línea) llama "inseguridad informacional". Se dicen cosas sin saber que al otro día pueden ser confirmadas, desmentidas o refutadas. Todo dicho a través de múltiples plataformas, repetidas hasta el cansancio, como si esa repetición fuera una prueba de verdad. Es la instancia superadora al axioma de Goebbels, aquello de "miente, miente, que algo quedará". La repetición, amplificada no solo por la empresa en cuestión que quiere instalar una información sino también por aquellos que la levantan y la repiten. Es directamente comparable con la propaganda, dicho tantas veces logra convencer.

Repetimos. No significa que es conductismo, donde el televidente/lector/oyente va a responder de manera lineal sino que entran en juego diversos factores propios de cada persona. Lo que no quita que exista influencia. No resulta ocioso analizar la construcción que hacen los medios de comunicación. Mostrar a Cristina Fernández como ladrona, corrupta termina siendo funcional a la estrategia que también se hacen desde sectores de poder que precisamente necesitan imponerse en la contienda electoral como es el caso de Esteban Bullrich, quien en las elecciones Primarias Abiertas Simultaneas y Obligatorias (PASO) obtuvo casi un empate técnico ante la ex presidenta.

Retomando los conceptos de Jaime Duran Barba y Santiago Nieto (2011), quienes ponen estratégicamente la mirada en los electores, sobre todo en aquellos que no tienen definido su voto. Sostiene que "el ciudadano no vota por alguien que le parece desagradable, a menos que el miedo, el rencor u otros sentimientos negativos lo motiven a votar más que ese rechazo. El desagrada se supera con resentimientos, no con propuestas." Y agregan que "los ciudadanos no son magistrados ni abogados. Juzgan a los "poderosos" y casi siempre los condenan. No lo hacen tomando en cuenta criterios legales sino simplemente porque les caen mal. La imagen y la credibilidad de

los políticos que se enfrentan son decisivas para evaluar los efectos del ataque” .

Conclusiones

Haciendo un balance de lo antes expuesto, observamos que existiría una deliberada intención del Grupo Clarín en alentar una derrota electoral de Cristina Fernández de Kirchner en las elecciones de segundo término de 2017. Lo haría a través de sus múltiples plataformas y con actores determinantes, como Alfredo Leuco, quienes construyen un discurso en el cual, al analizarlo, demuestra estar acorde al tono de época de hacer periodismo. Plagado de agresiones personales y de diversas estrategias que hacen a la falacia, desde su programa de radio y sus editoriales ejercen una influencia sobre un público determinado.

En el contexto de una lucha de poder y de intereses, para Clarín la derrota de la ex presidenta sería funcional, apelando, al mismo tiempo, a la victoria del partido gobernante, la Alianza Cambiemos. Bajo el gobierno de Fernández, Clarín tuvo una guerra por mantener su posición dominante, que incluso llegó a estar en jaque. La victoria de Mauricio Macri significó una bisagra, ya que aquel desactivó, rápidamente y a través de decretos de necesidad y urgencia, a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que obligaba al grupo mediático a desinvertir y a retraer su posición consolidada en el mercado comunicacional.

Probablemente si analizamos discursos de diversos periodistas encontraremos similitudes a la hora de construir un discurso y, a través suyo, a una opinión pública que transforma su opinión en voto.

Cabe aclarar también que la derrota posterior de Cristina Fernández en las elecciones a senadores ante Esteban Bullrich no son causa directa de la campaña negativa ejercida por el principal grupo mediático, ya que son varios los elementos que entran en juego a la hora de decidir por quién votar, incluidos aquellos rasgos personales. Pero no podemos soslayar que ejercen una importancia vital en la influencia y en la significación que tengan los votantes.

Notas

Ante la imposibilidad de acceder a la información directa de Ibope, citamos tres fuentes informativas que manejan los mismos números, basados en los datos estadísticos de la empresa de medición de audiencias.

<https://www.letrap.com.ar/nota/2018-4-11-18-47-0-la-radio-en-2018-dime-como-programas-y-te-dire-quien-te-escucha>

<http://exitoina.perfil.com/2017-11-10-490373-rating-cuales-son-las-am-y-fm-mas-escuchadas/>

<https://www.baraderoteinforma.com.ar/rating-cuales-son-las-am-y-fm-mas-escuchadas/>

Corpus de análisis

Disponible en <https://radiomitre.cienradios.com>

Bibliografía

Becerra, M. (2015) *De la concentración a la convergencia: medios, políticas y redes*. 1ra ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Paidós. 2015.

Becerra, M. & Mastrini, G. (2017). *Medios en guerra. Balances, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2013-2016*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Biblos.

De Moraes, D. (2014). *Medios, poder y contrapoder: de la concentración monopólica a la democratización de la información*. Dênis de Moraes; Ignacio Ramonet; Pascual Serrano. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Biblos.

Durán Barba, J. & Nieto, S. (2011). *El arte de ganar*. 1a ed. Buenos Aires. Debate.

Nigro, P., Blaquier, A. (2014) *Desnudando el discurso: falacias, políticos y periodistas*. 1ra ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Biblos.

Pellicer Alapont, M.(2017) *La comunicación en la era Trump*. 1a ed. Barcelona. Editorial UOC.

Van Dijk, T. A. (2013) *Discurso y Poder, Contribuciones a los Estudios Críticos del Discurso*. Editorial Gedisa. Barcelona.