



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

Ballotage: discursos mediáticos  
y disputa político ideológica  
Mauricio Molina y Romina García Mora  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Ballotage: Discursos mediáticos y disputa político ideológica

**Mauricio Molina**

[maurimolina93@hotmail.com](mailto:maurimolina93@hotmail.com)

**Romina García Mora**

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

---

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

### Resumen

Este artículo formó parte de una producción elaborada para el Seminario Permanente de Tesis, el cual tuvo el objetivo de determinar nuestro tema de Trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Comunicación Social en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, introduciéndonos en la construcción del Estado del Arte. El mismo se vincula al Análisis de Discursos Político-Mediáticos de la línea editorial de los diarios La Nación y Página/12, en torno a la disputa de proyectos político-estratégicos de país rumbo al Ballotage.

Para ello, nos apoyaremos en diversos autores pertenecientes al campo de las Ciencias Sociales, la Comunicación y la Cultura, tales como Eliseo Verón, concibiendo cuáles son los destinatarios de los discursos políticos; Silvia Gutiérrez, que analiza el lenguaje como dispositivo interlocutor; Gabriel Merino, para comprender la crisis del campo mediático-periodístico y cómo actúan en la actualidad los medios masivos de comunicación siendo funcionales a los partidos políticos; entre otros teóricos de nuestro interés.

De esta manera, deseamos dar cuenta de una propuesta de marco conceptual existente y en permanente construcción durante el proceso de tesis, con el fin de abordar la complejidad del entramado de sentidos que se configuran en el campo de los discursos políticos, entendiendo a los medios de comunicación como actores de poder en interacción con la sociedad en su conjunto.

## **Momento histórico y luchas de poder**

La disputa de proyectos estratégicos en pugna que se vio plasmada en el ballottage presidencial de 2015 en la Argentina no es una lógica meramente local, sino que responde a una tensión regional, de escala latinoamericana. A finales del siglo XX, en el año 1999, un hecho evidenció el cambio de correlaciones de fuerzas en la región: el ascenso de Hugo Chávez en Venezuela, que marcó el puntapié para el surgimiento de los gobiernos “posneoliberales”, con un aumento de los niveles de autonomía e integración regional.

A partir de allí emergen una consecución de líderes populares, que vinieron a disputar el poder con el proyecto financiero neoliberal: Luiz Inácio Lula da Silva, en Brasil; Néstor Kirchner, en Argentina; Evo Morales, en Bolivia; Rafael Correa, en Ecuador; entre otros. Durante los primeros años del siglo XXI, la alianza estratégica de los países de la región se manifestó en la creación de diferentes organismos internacionales: la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). Estas nuevas entidades que se fueron constituyendo para romper y disputar el status quo establecido desde la década del 70 (época en la cual se efectuó un nuevo genocidio sobre el pueblo Nuestramericano, a través de la irrupción de una cadena dictatorial de gobiernos de facto que ejercieron el terrorismo

de Estado para imponer el neoliberalismo como modelo hegemónico), abrieron nuevos caminos emancipadores para los pueblos de la Patria Grande.

Como señala el Doctor en Ciencias Sociales, Gabriel Merino (2011), la emergencia de la región como posible polo de poder se dio dentro del surgimiento de una crisis internacional que se expresa en cuatro hechos concretos:

- El estallido de la "interna" angloamericana entre los liberales y los neoconservadores, debido al rol que debían jugar los Estados Unidos ante el nuevo salto de escala del capitalismo, expresado en la transnacionalización del capital que se inicia desde la década del 70, y que se ve cristalizada en la manifestación de un nuevo Estado Red-Global.
- El surgimiento del euro en 1999 como unidad de cuenta, que representó el avance franco-alemán para la constitución del bloque de poder europeo-continental (hacia la creación de un Estado regional).
- El resurgimiento de Rusia como bloque de poder, a partir del ascenso de Vladimir Putin en el año 2000.
- La emergencia de China como potencia mundial y los acuerdos con Rusia, que se plasman en el 2001 con la creación de la Organización de Cooperación de Shanghai.

Dentro de este marco internacional, y con el ascenso de Néstor Kirchner en el año 2003, la Argentina vivenció el renacer de un proyecto nacional, popular y latinoamericano, levantando las banderas históricas del radicalismo yrigoyenista y del peronismo. Con una intervención activa del Estado en la economía, se logró reactivar a un país, que tras la crisis del 2001 había quedado sumido en la desazón, con más de 50% de pobreza y 25% de indigencia.

Recuperando al mercado interno, fortaleciendo el entramado científico-tecnológico nacional y la creación de puestos de trabajo, la Argentina avanzó en amplios niveles de la redistribución de la riqueza e igualación de derechos. Sin embargo, desde el año 2011 el bloque de poder angloamericano "cerró" sus filas y empezaron a ir por todos los bloques de poder emergentes que enfrentaban la política externa del imperialismo. Es en este marco surge la Alianza Pacífico en América Latina, integrada por Colombia, Chile, México y Perú, que bajo la órbita del proyecto financiero neoliberal buscó frenar el proceso de integración regional autónomo, representado a través del ALBA, el Mercosur y la Unasur.

Tras esta política orientada al debilitamiento de los gobiernos populares es que la Argentina llega al primer ballotage que se realizó en su historia, y que tuvo como resultado la victoria de la Alianza Cambiemos, encabezada por Mauricio Macri.

Asimismo, es bajo esta lógica de avance de los sectores más neoconservadores en la región que se efectuó el golpe institucional a Dilma Rousseff en Brasil, o el apartamiento al cargo de Presidente que proyectan estos sectores sobre Nicolás Maduro en Venezuela. A diferencia de otros procesos históricos, donde por medio de las fuerzas armadas se efectuaban los derrocamientos, hoy es a través de los medios masivos de comunicación que se busca debilitar y golpear a los gobiernos populares, en lo que podemos denominar “golpes blandos”.

Ante este nuevo escenario de correlaciones de fuerza, que el año pasado benefició al proyecto neoliberal por sobre el modelo desarrollista nacional (expresado en la figura de Daniel Scioli), es que se abre el análisis de la cobertura que realizaron los medios de comunicación durante los procesos de campaña electoral para defender su interés de clase. Teniendo cabal dimensión de este contexto, es que pretendemos abordar en nuestro Trabajo Integrador Final la construcción de sentido realizada por los diferentes medios y sus intereses en pugna, a partir de las elecciones generales del 25 de octubre al 22 de noviembre de 2015, para la construcción de la hegemonía dentro del campo político-mediático.

## Posicionamientos cruzados

La propuesta teórico-metodológica de nuestro proceso de investigación es el *análisis del discurso*, ya que “nos permite conocer y describir no solamente lo que dice el emisor de determinados discursos sino, también, el contexto y la situación coyuntural en que éstos son emitidos (...) el discurso no nos proporciona por sí solo toda la información necesaria para conocer la realidad social, pero sí nos permite encontrar claves que nos llevan a la reconstrucción de esa realidad” (Gutiérrez, 1983). Eliseo Verón (1987) también define al discurso como “todo conjunto signifiante considerado como tal, sean cuales fueren las materias significantes en juego”, pero atravesado por determinados sentidos. Podemos afirmar también que los discursos políticos, sin perder ninguno de sus componentes característicos, también se configuran en *discursos sociales*, ya que sus medios y soportes determinan un tipo de circulación materializada y hacen a la conformación del mundo social.

Verón (1987) señala dos dimensiones que son apropiadas para retomar en el análisis de los discursos políticos. Una de ellas es la *ideología*, que ingresa en el entramado del lenguaje y que se asocia al rastreo de las huellas de las condiciones sociales de

producción de los discursos, que se cruzan con los mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad., También es pertinente señalar la dimensión del *poder*, como el sistema de relaciones de un discurso con sus efectos, cuando las condiciones de reconocimiento conciernen a aquellos mecanismos sociales que pueden decodificar el discurso mediante operaciones y representaciones. A su vez, la necesidad de referirnos al término *proyecto político estratégico*, retomado de Rojas Aravena (2007), se relaciona con comprender que todo proyecto político es esencialmente estratégico por el carácter que toman sus políticas internas y externas en el programa de gobierno.

Al referirnos a los discursos políticos debemos situarnos histórica, ideológica y conceptualmente. Chantal Mouffe (2007), entiende a «lo» político» como la dimensión de antagonismo y de hostilidad, constitutiva propiamente de las relaciones humanas en una sociedad, un antagonismo que se manifiesta como diversidad de las relaciones sociales; y «la política», que apunta a fundar un dispositivo mediante un conjunto de prácticas e instituciones, que colaboren en la regulación de cierto orden social en permanente conflicto y consenso, pues están derivadas de «lo» político y encarnan la conflictividad social existente en el territorio.

El sistema institucional que configura al Estado es un aparato administrativo que se requiere leerlo como una estructura heterogénea y compleja, donde se expresan correlaciones de fuerza políticas que encarnan proyectos estratégicos desde posiciones disímiles. De igual forma sucede con los medios de comunicación, ya que comprenden una red de relaciones empresariales corporativas, públicas o cooperativas, a mayor o menor escala geográfica, pero que pueden ser contrapuestos dependiendo los intereses y/o derechos que defiendan.

En este marco, en lo que concierne a las disputas señaladas sobre las correlaciones de fuerza, Ochoteco y Vázquez (2016) sostienen que:

“Dentro del campo periodístico-mediático existe una lucha entre diferentes agentes para ejercer el poder en el orden de lo simbólico. Algunos agentes siguen reproduciendo aquello que está instituido -lo hegemónico- y para ello se valen del hábitus, entendido como estructuras estructuradas dispuestas a actuar como estructuras estructurantes, que permiten la reproducción de un determinado orden social. Otros agentes, dentro del mismo campo, representan la fuerza instituyente, es decir, una fuerza constituida como protesta, negación y resistencia a lo instituido. La tensión que existe en el espacio social por

la distribución del capital simbólico se denomina correlación de fuerzas en el campo”.

En lo que concierne a nuestra investigación, *La Nación* dota de una extensa historia en la disputa por la construcción de sentidos y la subjetividad social de los ciudadanos. El diario fue fundado por el ex presidente de la República Argentina, Bartolomé Mitre, y el primer ejemplar se publicó en el año 1870<sup>1</sup>. Durante los años 1860-1930, el proyecto económico político y social hegemónico en Argentina fue el modelo agroexportador, bajo la lógica liberal de centro-periferia; donde el país solo tenía el rol de suministrar materias primas (principalmente a Gran Bretaña y Estados Unidos) y de importar todos los bienes manufacturados.

En este contexto, la familia Mitre era expresión de la oligarquía terrateniente local y estaba dentro de los agronegocios, por lo cual desde sus páginas dedicaban un extenso espacio para hablar de noticias relacionadas con el campo. Aritz Recalde sostiene que:

“La ‘libertad de prensa’ para los vencedores de la batalla de Caseros del año 1852 y de la sanción de la Constitución de 1853, fue la libertad de empresa, que tuvo y que tienen, los sectores del poder económico para hacer de la comunicación y la prensa, palancas de desenvolvimiento de su capital y sus negociados, no importa qué costos esta actitud origina para el bien común del país. En nombre de la libertad de prensa los vencedores de Caseros fundarían los diarios *La Nación* y *La Prensa*, de las familias Mitre y Paz, que junto al control que ejercieron sobre la Academia Nacional de Historia, oprimieron culturalmente a la nación. La ‘libertad de empresa’ oficia como un medio para chantajear, enfrentar y en muchos casos, desestabilizar gobiernos democráticos desconociendo el mandato popular. En nombre de este equívoco de interpretación se obstaculizó mentalmente a la intelectualidad nacional y se obstruyó la necesidad de implementar una política de Estado que realice una regulación de la prensa.”<sup>2</sup>

*La Nación* fue entonces, desde sus inicios, un diario defensor de las ideas más conservadoras de la sociedad argentina, representando los intereses de los capitales foráneos y de la oligarquía local, como así también el ala reaccionaria de la Iglesia católica. En base a ello, siempre se antepuso a todos los líderes populares que

---

<sup>1</sup> Fuente consultada en línea: <http://www.museomitre.gob.ar/nacion.htm>

<sup>2</sup> Recalde, A. (2009). *El pensamiento de John William Cooke en las cartas a Perón 1956-1966*. Lanús: Nuevos tiempos.

expresaron los intereses de las mayorías y que tuvieron matrices ideológicas nacionalistas, realizando sendas campañas en su contra y fagocitando golpes de Estado, como fue el caso de 1930, cuando jugó un rol clave para convalidar la intervención militar al gobierno democrático de Hipólito Yrigoyen.

Durante el peronismo, el matutino fue un férreo opositor desde el primer día, y siempre buscó deslegitimar al gobierno. En cambio, en el proceso de la última dictadura cívico-militar, que se inauguró en 1976, fue funcional desde la construcción de sus discursos mediáticos, es decir, cómplice del terrorismo de Estado que se llevó adelante en la Argentina. Por ello obtuvo "su retribución": el control de la mayoría accionaria de la empresa Papel Prensa S.A, siendo dueños de la única empresa que fabrica papel para medios gráficos. Con el proyecto político-estratégico que se inició en el año 2003, encabezado por Néstor Kirchner, tuvo el mismo tratamiento que con los anteriores líderes populares, dejando en claro su posición política e ideológica de tinte conservador y liberal.

En contraposición, *Página/12* fue fundado por Ernesto Tiffenberg y Jorge Lanata (a raíz de su experiencia de trabajo en conjunto en otro medio gráfico llamado El Porteño), financiado por Fernando Sokolowicz, quien perteneció como militante al Ejército Revolucionario del Pueblo (ERP). Su primera tirada de 30.000 ejemplares fue el martes 26 de mayo de 1987, desarrollando notas de contenido de análisis y opinión crítica sobre los temas de agenda, desde una postura progresista para la época; en un corto lapso temporal duplicó su distribución debido a la repercusión que hubo en sus lectores.

El equipo de redacción, que aún en la actualidad se mantiene, está compuesto por periodistas y escritores como Horacio Verbitsky, Osvaldo Soriano, Miguel Bonasso, Osvaldo Bayer, Atilio Borón, Eduardo Aliverti, Luis Bruschtein, Juan Gelman, entre otros reconocidos. Asimismo, el medio también expresó una postura determinante en cuanto al modelo económico de nuestro país, teniendo como referente a Aldo Ferrer en su línea neodesarrollista nacional, economista que participó desde sus inicios en el gráfico, poniendo en cuestión la política económica de Ricardo Alfonsín durante los años 80.

El matutino logró transgredir la forma de interpelación de los lectores con sus fuentes de información, vinculado a una transformación en la comprensión y el ejercicio del oficio periodístico. De esta manera, la edición de *Página/12*, en junio este año, realizando un recuento sobre su historia, señala:

"A las innovaciones periodísticas se sumaron las editoriales. *Página/12* fue el primer medio que acompañó sus ediciones

con una importante colección de libros junto con las ediciones dominicales. También fue pionero en la incorporación de fascículos de alta calidad para complementar la información brindada por el diario. Pronto se sumó la publicación del mensuario *Página/30*, que inauguró la distribución masiva de películas y transformó su colección en sinónimo de clásico. Nos planteamos hacer un diario que le hablara a la gente en su lenguaje cotidiano. Que rescatase el humor ácido que tanto usan los argentinos para contarse las novedades. Pensábamos que este país necesitaba un medio pluralista con un único compromiso con la democracia y los derechos humanos. Que sirviera para informar con independencia y, más que respuestas, planteara las preguntas correctas.”<sup>3</sup>

Ello también generó una irrupción en la manera de entender la prensa gráfica, debido a que el diario no se mostraba en condescendencia con la concentración y los monopolios mediáticos, sino más bien señalaba la necesidad de poner en discusión la democratización de voces, demostrando su compromiso frente a esta idea liberadora para sectores subordinados y oprimidos. Postura, que en generar, el conjunto de diarios tradicionales no poseía, por responder directamente a intereses empresariales y de acumulación de capital.

Atilio Borón lo plantea con claridad, en una publicación especial realizada en el mismo, en conmemoración a los 30 años de recuperación de la democracia:

“La coyuntura geopolítica actual plantea renovados desafíos a la democracia argentina. Estados Unidos ensaya una nueva estrategia destinada a recuperar el control total de la región. Su ilusión es rediseñar el mapa sociopolítico latinoamericano tal como estaba en vísperas de la Revolución Cubana. Para ello trabaja para implosionar los proyectos integracionistas –Unasur y Celac–; poner fin a las experiencias bolivarianas, comenzando por Venezuela; provocar un “cambio de régimen” en Cuba y, a la vez que consolida los gobiernos de sus incondicionales aliados, procura erosionar mediante la guerrilla mediática a los gobiernos cómplices del revés sufrido en Mar del Plata (negación al ALCA): Argentina, Brasil y Uruguay. Ese y no otro es el significado de la Alianza del Pacífico, una iniciativa sólo en apariencia

---

<sup>3</sup>*Página/12, Nuestra historia*; jueves 9 de junio de 2016. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/usuarios/institucional.php>



latinoamericana y, más que económica, geopolítica. De ahí la importancia crucial de defender y fortalecer la Unasur.”<sup>4</sup>

Así, podemos dar cuenta del entrecruzamiento de posturas e identidades ideológicas de ambos medios gráficos, comprendiendo su defensa ineludible a un determinado proyecto de país, de región latinoamericana, y a escala global. Esto debe ser un reconocimiento de sus líneas editoriales que no podemos dejar a un lado al momento de leer, en clave política, el direccionamiento intencionado de su redacción hacia sus lectores.

### **Discursos mediático-políticos y destinatarios**

Referirnos a *discursos mediáticos-políticos* no es una delimitación menor. Entendemos que a partir del análisis de discursos, nuestro referente empírico son las líneas editoriales de los medios de comunicación que seleccionamos, y que no por ello dejan de ser discursos políticos porque representan cierto sistema de valores e ideas desde el cual transmiten una determinada percepción de lo social al momento de la construcción noticiable, como también la imposición de estereotipos y prejuicios justificados, visiones a proyectar, marcando un posicionamiento ideológico y político situado.

A partir de ello, afirmamos que los medios de comunicación, como actores de poder en la sociedad, generan una fuerte incidencia en cuanto a las identidades ideológicas y políticas de la población, según sus matrices socioculturales, en la constitución de representaciones del imaginario circulante y la opinión pública. La necesidad de considerar esta aclaración es importante a causa del recorte contextual que realizamos para la investigación, donde los medios juegan un rol determinante en una elección presidencial histórica al momento de persuadir y convencer al votante. Por esta razón nos parecen inescindibles, y lo proponemos como un concepto a ser apropiado en el campo de la comunicación.

El discurso político, dentro del género argumentativo, se ubica en un tiempo presente que anhela al futuro desde aspectos propositivos, remitiendo también al pasado. En él emerge *un enunciador y tres destinatarios* con posiciones distintas. La enunciación articula los actores involucrados que implican a la situación comunicacional, y sólo se

---

<sup>4</sup> Página/12, Suplemento especial 30 AÑOS. (2013). BORÓN, Atilio, *ARGENTINA Y EL MUNDO El factor internacional*; P.13.

hace posible mediante *dispositivos* que garanticen el vínculo entre el enunciador y el enunciatario, el desplazamiento de la enunciación, por medio de técnicas que incluyen una ritualización, disposiciones espacio temporales, entre otras condiciones. En este sentido, Traversa (1997) denomina a los dispositivos como las entidades que expresan un tipo de producción simbólica, a través de las cuales se hace efectiva la reproducción y el reconocimiento de los discursos. En este caso, son los diarios dicho soporte, fundando un estilo de lector que les es fiel, teniendo otros que lo rechazan y no lo recurren como un canal informativo.

Eliseo Verón identifica en el acto de la enunciación, que configura el campo receptivo, tres tipos de *destinatarios* a los cuales el enunciador político se dirige en simultáneo. Un destinatario positivo, que lo denomina como *prodestinatario*, que comparte las mismas creencias, sistema de valores y lineamientos ideológicos, quien expresa su partidismo en un "nosotros", un colectivo de identificación, que se asocia directamente con dicho enunciador. Por otro lado, el destinatario negativo, o *contradestinatario*, en ocasiones hasta impenetrable, el cual ejerce una lectura destructiva que intenta deslegitimar o poner en jaque la posición del enunciador, quien también puede utilizar para su beneficio el discurso opositor, para certificar el suyo y deshabilitar a su oponente. Este va en sintonía con la necesidad de situar a un adversario para lograr diferenciarse (lo que significa la disputa de actos enunciativos contrapuestos), que asimismo no implica que sea acertada la inclinación del discurso político, en función del destinatario que se busca construir. En última instancia podemos ubicar la figura del "indeciso", el *paradestinatario*, quien expone una cierta neutralidad en el juego de relaciones de poder, siendo característica su figura en el campo político de las democracias parlamentarias occidentales. Según un conjunto de teóricos, éstos expresan el cúmulo de votos blandos que se deciden a último momento, en medio del proceso de campaña electoral o incluso antes de ingresar al cuarto oscuro, y hacia el cual se debe tener una estrategia comunicacional de persuasión.

En las democracias parlamentarias occidentales se vuelve, tanto esencial como estratégico, dirigirse a estos tres tipos de posicionamientos que comprenden los actores sociales que componen la ciudadanía al momento de buscar el voto para conquistar espacios de gestión estatal. De igual forma sucede en el campo político en su generalidad, al pretender demostrar la utilización del poder institucional y administrativo para instituir determinadas políticas públicas y leyes que clarifican y expresan al proyecto político-estratégico que se procura desarrollar. Pero el pasaje de las meras palabras a los hechos concretos implica una complejidad intrínseca que

requiere un relato, una argumentación narrativa, que otorgue coherencia y que convierta a la promesa en un proceso real.

Podemos considerar al *componente programático* como una de las zonas del discurso político, que son las que determinan la relación del enunciador y distintas entidades del imaginario político. Éste debe ser contundente con esas promesas, para proponer determinadas líneas de acción con el fin de trabajar problemáticas y demandas que aquejan a la sociedad, y que pueden ser temas que ya estén instalados tanto en la agenda pública como mediática. Para identificarlos, deben ser del orden del poder hacer, asociados a políticas concretas o vinculados a pilares del Estado donde se debe apuntar a solucionar hechos de disconformidad o irregularidad, por medio de la construcción de consenso social. Los medios de comunicación tienen una fuerte intervención sobre la construcción de esa agenda, instalando ejes de manera sistemática y cotidiana, generando en el imaginario social y colectivo la puesta en debate sobre ciertas temáticas, en detrimento u omisión de otras; como así también legitiman un programa de gobierno juzgando al opositor.

A través del componente anteriormente mencionado también se desarrolla otro nivel en el plano del enunciado, lo que Verón denomina como entidades del imaginario político, que genera una doble construcción discursiva, situando al enunciador y al destinatario. En este sentido, aparecen enunciados donde la entidad refuerza la legitimidad desde donde se ubica el enunciador, fortaleciendo el vínculo con su prodestinatario; se refiere entonces a un colectivo de identificación, aquellos que se sienten parte del conjunto de lectores que se unen al consumo común de determinado medio de comunicación. De esta manera, también se manifiestan otras entidades con las cuales el enunciador busca construir una relación, como los meta-colectivos singulares, que se resisten a la fragmentación y superan la apropiación de los colectivos meramente políticos, fundando una identidad en los enunciadores. Otros similares son aquellos colectivos de generalización, que comúnmente se asocian al paradesinatario y buscan ser ampliamente abarcativos. Es a razón de ello que debemos entender desde dónde habla el enunciador político para comprender qué tipo de entidad se construye y el destinatario predominante.

## Crisis actual del campo mediático-periodístico y su incidencia en lo político

Podemos afirmar, en términos gramscianos, que la *hegemonía* es aquella "ideología gobernante" (Lanfranchi & otros, 2013: 28), la unidad entre estructura y superestructura, la dirección ética-moral de una sociedad, una puja entre la clase dominante y subordinada, con la búsqueda permanente de la construcción de consenso y fuerza social que sostenga y viabilice el proyecto político-estratégico que se pretende desenvolver. Sforzin (2015) insiste en que los medios de comunicación no quedan aislados en esta disputa de poder, y se vuelven agentes activos en la intervención del capital simbólico que re-producen como parte de la industria cultural, siendo herramientas estratégicas para los partidos políticos en enfrentamiento.

Ante ello, en la actualidad emerge en el campo de la comunicación, y el periodismo en general, una crisis de significación por su entrecruzamiento con otros ámbitos; en particular, el político. Los medios de comunicación tienen central responsabilidad en la lucha por el poder dominante y la hegemonía discursiva. Se pretende masificar ciertas representaciones sociales que favorecen a legitimar un orden existente, y que es direccionalmente intencionada hacia fracciones sociales que deben decidir y elegir una propuesta política de conducción ejecutiva del Estado.

En este sentido, destacamos la importancia que tuvo la última dictadura para configurar un nuevo mapa de medios, el cual buscaba favorecer a ciertas empresas mediáticas (entre otros grupos económicos locales) para su expansión y concentración monopólica a partir del recurso papel prensa. Dicha apropiación se convirtió en un instrumento elemental para modificar las correlaciones de fuerza a lo interno del campo periodístico-mediático, dando fortaleza al modelo económico liberal que se imponía. El objetivo fue controlarlo y dominarlo en detrimento de otros actores suprimidos de la sociedad, justificando las acciones llevadas a cabo por las fuerzas militares. Esto permitió generar una subordinación en otros ámbitos "para someterlos a la lógica del mercado e integrarlos dentro de un proyecto integral y global con una función central en la reproducción de ciertos valores, ideas y representaciones" (Merino, 2011: 4).

Existen dos hechos relevantes que se manifestaron en el campo de la comunicación, significativos para visualizar y, en consecuencia, propagar una conciencia social y política sobre el rol en el cual se ubican los medios masivos de comunicación y su sistema de concentración oligopólica en crisis; estos fueron:

- La sanción de la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* N°26.522 (que reemplazaba la Ley de Radiodifusión N°22.285 promulgada en septiembre de 1980 durante el gobierno de facto de Jorge Rafael Videla) en octubre del 2009, durante el primer mandato de Cristina Fernández de Kirchner; tras haber sido democráticamente debatida más de una década por cientos de instituciones, cooperativas, organizaciones sociales, políticas y comunitarias, fue anulada por el Presidente vigente, Mauricio Macri, a través de un Decreto de Necesidad y Urgencia.
- La apertura en 2010 de la causa sobre el control y regularización de Papel Prensa, habiendo sido expropiada ilegítimamente por la Comisión Nacional de Recuperación Patrimonial (CONAREPA) en 1978, durante la última dictadura cívico-eclesiástica y militar, y en la cual se investiga la complicidad existente sobre los crímenes de lesa-humanidad cometidos en dicho período. La empresa provee de papel a más de 170 diarios del país, y sus acciones se encuentran distribuidas en un 49% para el Grupo Clarín, el 22,49% para La Nación y el Estado Nacional (27,46% directo y 0,62% de propiedad de la agencia oficial de noticias Télam).

En la actualidad, desde la asunción de Mauricio Macri a la presidencia de la Nación, se han aplicado políticas regresivas en el campo de la comunicación, que vuelven a desplazar el paradigma de la misma, retrocediendo en los avances conquistados en los últimos años: reaparecer la asimilación de la comunicación como mercancía y no como un derecho inalienable de las personas, tal como lo garantiza la LSCA; vulnerando así el derecho de los pueblos, tanto para producir como acceder a la información.

## **Reflexiones y limitaciones del análisis**

El resultado del primer ballotage de la historia argentina se da en un marco de avanzada del proyecto financiero neoliberal sobre toda América Latina, que en los distintos países de la región cobra dinámicas y metodologías diversas. En este contexto, dentro del campo periodístico-mediático se libran las correlaciones de fuerza de los diferentes actores de poder para construir el discurso hegemónico, con el fin de convalidar el modelo de estructura económica, política y social dominante.

La Nación y Página/12 son dos diarios de tradiciones contrapuestas, que representan el enfrentamiento de intereses y proyectos políticos-estratégicos, rasgos que se reflejan

en sus diferencias a lo largo de la historia. Ambos, desde su posicionamiento, buscan persuadir y convencer a sus destinatarios, los lectores, que pueden identificarse o no con la línea editorial del medio gráfico.

Asimismo, nuestra limitación se observa en la incapacidad de entender el grado de influencia que pudo generar la prensa seleccionada sobre el electorado, ya que no focalizamos el análisis en el campo de la recepción, sino en el análisis discursivo, en la instancia de producción del mensaje. Aun así, comprendemos la escala de poder que ejercen los medios masivos de comunicación en la incidencia sobre el campo político. Y, a partir de esta aclaración, comprendemos que en el ámbito de lo social es donde se da la batalla por las ideas desde el campo de la cultura.

## Bibliografía

- DOMÍNGUEZ Natalia, VALDEZ, Roberta & ZANDUETA, Leandro. (2013). *Aportes teórico-metodológicos para la investigación en Comunicación*. Editorial de la Universidad de La Plata.
- FERNÁNDEZ CONSTANTINIDES, Mariano. (2011). *El discurso político y la politicidad de los discursos*. Revista *Questión*, 1(30).
- FORMENTO, Walter y MERINO, Gabriel. (2011). *Crisis Financiera Global, la lucha por la configuración del orden mundial*. CIEPE. Editorial Pena Lillo.
- GUTIÉRREZ, Silvia. (1983). *Discurso político y argumentación*. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.
- GRAMCSI, Antonio. (1998). *La política y el estado moderno*. Distribuciones Fontamara.
- JORGE, José y MIRÓ, Ernesto. (2011). *Medios de comunicación, democracia y cultura política*. Revista *Questión*, 1(30).
- LANFRANCHI, Joaquín; ODDONE, Milton & GIOT, Florencia. (2013). *La estatización de las AFJP y la Batalla Cultural, La construcción de sentido de los medios gráficos* Página 12 y *Ámbito Financiero*. Tesis de Investigación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.
- LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, N°26.522. (2014) Edición impresa por Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Universidad Nacional de Quilmes.
- MARTÍN BARBERO, Jesús. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, Cultura y Hegemonía. Barcelona, Gustavo Gili.

MERINO, Gabriel Esteban. (2011). La crisis actual del campo periodístico-mediático en argentina. *Revista Questión*, 1(30).

MOUFFE, Chantal. (2007). *En torno a lo político, Cap. II La política y lo político*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

OCHOTECO, Sofía & VÁZQUEZ, Ida. (2016). *YPF: La construcción mediática de la expropiación. Análisis de los medios gráficos La Nación y Página 12*. Tesis de Investigación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata.

ROJAS ARAVENA, Francisco. (2007). *La integración regional: Un proyecto político estratégico*. III Informe del Secretario General de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Diálogo Regional de América Latina y el Caribe ante la XII Conferencia Ministerial de la UNCTAD; Caracas, Venezuela.

SFORZIN, Verónica. (2015). *Medios Masivos de Comunicación como Partidos Políticos. La batalla comunicacional en Latinoamérica*. En Crisis Financiera Global. Su desarrollo e impacto social. Cuadernos del CIEPE.

STEIMBERG, Oscar. (1993) *Semiótica de los medios masivos, El pasaje de los medios de los géneros populares*. Colección del Circulo ATUEL, Buenos Aires.

TRAVERSA, Oscar. (1997). *Aproximaciones a la noción de dispositivo*. En línea: <https://lenguajesartisticos1.files.wordpress.com/2013/03/traversa-oscar-aproximaciones-a-la-nocion-de-dispositivo.pdf>

VERÓN, Eliseo. (1987) *La semiosis social: Fragmentos de una teoría de la discursividad*. en Cap. 6 de *La red de distancias*. Edición Gedisa, Buenos Aires.

VERÓN, Eliseo. (1987). *La palabra adversativa, observaciones sobre la enunciación política*. En línea: <https://comycult.files.wordpress.com/2009/03/verc3b3n-la-palabra-adversativa00011.pdf>