

SISTEMA MEDIÁTICO, CONFLICTOS SOCIALES E IMAGINARIOS POLÍTICOS : UN ANÁLISIS APLICADO AL CONFLICTO QUE, EN 2008, ENFRENTÓ AL GOBIERNO NACIONAL Y AL SECTOR AGROPECUARIO. ESPACIO PÚBLICO, COLECTIVOS DE IDENTIDAD Y MEDIATIZACIÓN

Mariano Fernández

IdIHCS (CisH)-UNLP
Facultad de Periodismo y Comunicación Social (UNLP)
elcadri@yahoo.com.ar

Resumen

Este proyecto de investigación se propone, en términos generales, entender cómo interviene el sistema de medios sobre los modos de producción de la discursividad política en un espacio público mediatizado. Puntualmente, interesa analizar las condiciones que la televisión –concebida en su triple condición de medio, institución y dispositivo tecnológico- impone a la construcción y gestión de identidades colectivas durante el denominado “conflicto del campo” en Argentina, entre Marzo y Julio de 2008. Entendemos que la mediatización es una dimensión misma del conflicto, y no un añadido impropio. En este sentido, nos preguntamos por el vínculo entre la lógica del discurso político y la lógica del discurso mediático cuando se trata de producir o gestionar entidades del imaginario político (colectivos de identificación, meta-colectivos, meta-colectivos singulares, etc.), y por las estrategias específicas, implicadas en cada lógica, para vincular lo individual (el lugar del líder, del representante, del periodista o del ciudadano) y lo colectivo (ya que ninguno de ellos puede evitar gestionar, en su discurso, el contacto con las identidades colectivas en pugna).

Palabras claves: Mediatización- Discurso político- Discurso mediático- Espacio público- colectivos de identidad

Abstract

This project of investigation sets out, in general terms, to understand how the media system takes part on the ways of production of the political discourse in the public space. Precise, it interests to analyze the conditions that the television - conceived in his triple condition of media, institution and technological device- it imposes to the construction and management of collective identities during the denominated “conflict of the field” in Argentina, between March and July of 2008. We understand that mediatization is a same dimension of the conflict, and not an improper addition. In

this sense, we asked for the bond between the logic of the political speech and the logic of the mediatic speech when one is to produce or to manage symbols of the imaginary politician (collective of singular identification, meta-collectives etc.), and for the specific strategies, implied in each logic, to tie individual (the place of the leader, the representative, the journalist or the citizen) and the group (since no of them can avoid to manage, in its speech, the contact with the collective identities in struggle).

Keywords: Mediatization- Political discourse- Media discourse- Public space- collective identities

Presentación:

1-

El objetivo general de este proyecto es describir el funcionamiento de un sector del sistema de medios (Luhmann, 2000) en la formación y gestión de los colectivos políticos que, en un determinado período, estructuran las identidades colectivas en el espacio público político. Para eso, toma como referencia el conflicto que, entre el 11 de Marzo y el 18 de Julio de 2008¹, enfrentó al Gobierno argentino y a organizaciones del sector agropecuario a propósito de una resolución que dispuso un esquema de retenciones móviles a la exportación de granos. Desde este punto de vista, nos ubicamos en una zona problemática y poco estudiada del proceso histórico de *mediatización* de la política, aquella que se refiere a las condiciones de constitución y gestión de las *entidades del imaginario político* en sociedades profundamente mediatizadas (Verón, 1998; 2001; 2004b)².

El trabajo de análisis se centrará en un corpus compuesto por diarios de tirada nacional (Clarín, Página/12 y La Nación) y noticieros de televisión de salida diaria, tanto de canales de aire (Canal 7 y Canal 13) como de cable (Todo Noticias y C5N). Desde el punto de vista del análisis empírico, asumimos como concepción teórica y metodológica la *teoría de los discursos sociales* propuesta por Eliseo Verón³, en tanto se trata de una perspectiva teórica y analítica especialmente interesada en el análisis de los medios masivos, y de la problemática que nos interesa en particular.

¹ Es evidente que esas fecha son arbitrarias y están condenadas a volverse anacrónicas, en tanto el enfrentamiento entre las organizaciones del sector agroganadero y el Gobierno Nacional se reavivó en los meses posteriores (fines de 2008 y principios de 2009) a los aquí señalados. El corte temporal marca, en este sentido, algo así como un primer ciclo del conflicto: el que se abre con el anuncio del decreto de las retenciones móviles y que se cierra –circunstancialmente- con el veto de la Resolución 125 en el Senado Nacional

² Concebimos a la *mediatización* como un concepto no-normativo (Schulz, 2004) que designa el proceso de instalación de tecnologías de comunicación en las sociedades contemporáneas (Verón, 2004b).

³ Sistematizada en *La semiosis social* (2004), aunque propuesta fragmentariamente, e incluso aplicada, en trabajos previos, y, también, en una serie de trabajos posteriores.

A partir de esta teoría, buscaremos identificar y describir gramáticas de producción (Verón, 2004a) a partir del análisis de discursos mediáticos lo que, necesariamente, obliga a reconstruir el sistema de relaciones que cada discurso o conjunto de discursos mantiene con sus *condiciones sociales de producción*. Así mismo, pretendemos identificar y describir las operaciones discursivas que, en cada medio, participan en la constitución de las entidades del imaginario político que organizan las identidades colectivas (Pizzorno, 1985), y finalmente, elaborar el sistema de relaciones interdiscursivas entre los medios analizados, para reconstruir el funcionamiento de un sector del “sistema de medios” (Luhmann, 2000), con el objetivo de establecer hipótesis sobre la relación de dicho sistema y con el espacio público político.

2-

Partimos de la hipótesis general según la cual, en las sociedades contemporáneas, ese nivel de un conflicto político (el de la creación y gestión de entidades del imaginario político en el espacio público) está sometido al proceso histórico de *mediatización*: necesita del sistema de medios para escenificarse, y obliga a los actores políticos a disponer estrategias específicas para tratar con este hecho. En este sentido, asumimos que la intervención mediática no “degrada” la escena política: la complejiza, en tanto pone en circulación colectiva órdenes de sentido (a la palabra y la escritura, agrega imágenes y cuerpos) antes restringidos al orden social no mediatizado de la actividad política. Desde el momento en que la definición legítima del tipo de conflicto –como tensión entre categorías de percepción- al que se asiste, se convierte en dimensión constitutiva del enfrentamiento, la intervención del sistema mediático se vuelve central, no porque encauce el conflicto, sino porque lo acompaña: *es parte misma del litigio*.

Nuestra problemática, según lo dicho, concierne tanto al proceso específico del conflicto, y al rol de los medios en su desarrollo, como a la historia de la reflexión sobre la mediatización de la política, y, particularmente, sobre el rol de la televisión en el espacio público político de las sociedades contemporáneas.

En cuanto al primer punto –el lugar o el rol de los medios en el mentado conflicto- durante 129 días el país asistió al despliegue de una magnitud de fuerzas sociales sobre el espacio público (cortes de ruta, movilizaciones, actos multitudinarios), que, destinadas

a modificar relaciones de fuerza para torcer una decisión de política económica o para sostenerla, terminaron por producir lo que Pizzorno (1985) denomina “actividad identificante”: “la tarea de constituir, preservar, reforzar las identidades colectivas que aparecen sobre la escena política bajo sus múltiples formas (grupos, partidos, movimientos, asociaciones)”.

En este sentido, una pregunta decisiva es la siguiente: ¿en qué medida el análisis de discursos asociados a un conflicto social en condiciones determinadas permite comprender mejor los mecanismos de dicho conflicto, su naturaleza y su desarrollo? Todo indica que hay niveles de funcionamiento de los procesos políticos a los que sólo podemos acceder a través del análisis de los discursos sociales.

Por eso entendemos que la intervención mediática (y, particularmente, la televisiva) es un dato central: las acciones que se desarrollaron en el espacio público durante este proceso político no podían apuntar sólo a medir relaciones de fuerza a partir de la puesta en escena de la propia capacidad de movilización, sino que debieron asumir la dimensión “comunicativa” de la acción colectiva: es decir, definir “la capacidad de la acción para generar un público susceptible de apropiarse el reclamo” (Naishtat, 1999). Y esto en dos sentidos: debido a que el conflicto tuvo una expansión social, política y geográfica nacional,⁴ esos actos fueron una instancia en que se buscó reforzar el vínculo con las propias fuerzas no presentes, polemizar consignas y argumentos y disputar simbología política con el adversario, pero sobre todo se trató de acontecimientos que buscaron la “formación de una audiencia” (Naishtat, 1999), audiencia que desbordó el campo de lo que Verón (1987) denomina “prodestinatarios” y “contradestinatarios”: esos discursos buscaron la atención de aquella porción de la ciudadanía que se supone no involucrada, a priori, a favor de uno u otro sector. Fueron, pues, acontecimientos que se estructuraron según el dispositivo de enunciación propio de la discursividad política.

Sin embargo, el proyecto no se asienta en una premisa *mediocéntrica*: si la “actividad identificante” es una instancia constitutiva de la acción política, entonces ese proceso

⁴ “Desde el inicio de la protesta, los medios de comunicación jugaron un notable papel en la nacionalización del conflicto, y en la instalación pública de una dirigencia rural hasta entonces desconocida para la sociedad. La televisión y la radio suplieron las debilidades organizativas crónicas de las cuatro entidades ruralistas de mayor trayectoria e inserción en la sociedad y en el Estado Argentino” (Barsky y Dávila, 2008).

desborda al sistema mediático, se produce en zonas de lo social no *mediatizadas*. Sin embargo, la estructuración pública de colectivos de identificación y su gestión en el curso de un litigio político, tiene en los medios una dimensión necesaria: si la definición legítima del tipo de conflicto al que se asiste –como tensión entre categorías de percepción–, se convierte en objeto del enfrentamiento, la intervención del sistema mediático se vuelve central: no es una instancia de “representación”, sino una parte constitutiva del conflicto.

Pensamos, entonces, y este es uno de nuestros postulados, que el espacio público político, no puede ser concebido –ni descrito, ni analizado– sin tener en cuenta el proceso de mediatización. Jean Marc Ferry ([1989] 1998: 20) ha definido esta forma contemporánea del espacio público como “el marco mediático gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades postindustriales es capaz de presentar a un “público”, los múltiples aspectos de la vida social”. Por lo mismo, la actividad identificante, tal como la define Pizzorno, y, más todavía, la circulación de discursos productos de una comunicación social que trasciende los horizontes de experiencia individual, y que por lo tanto pone en juego experiencias de identidad supragrupal, no puede pensarse sin comprender el lugar de los medios de comunicación en nuestra sociedad.

3-

En cuanto al segundo nivel de interés nos interesan particularmente los debates en torno a la incidencia de la *televisión* en la vida pública política. Al respecto, hay mucha bibliografía⁵ consagrada a estudiar los vínculos entre medios y política, y especialmente, entre la televisión y la política, signada por la percepción de que la TV ha significado la imposición a la política de reglas de funcionamiento que le eran, antes de su llegada, extrañas. Es decir, se trataría de un vínculo atravesado por la tensión entre *lo propio* de la política y *lo impropio* introducido por la televisión. Sin dudas, hay razones históricas que explican la tendencia a encarar el problema desde esta óptica. La primera –obvia en su formulación, pero cuya importancia no podemos menospreciar– es eminentemente cronológica: la política precede a su mediatización, de modo que el pensamiento sobre la mediatización de la política no pudo sino constituirse sobre la base de la pregunta del impacto de la primera en la segunda. Ahora bien: ¿qué era lo propio de la política,

⁵ Algunas referencias bibliográficas de autores que abordan el problema desde esa perspectiva: Habermas (1961), Sennett (1997), Sartori (1998), Sánchez Ruiz (2005), Gubern (1991), Virilio (1998), Edelman (2002), Martínez Pandiani (2004), Cerbino (2003), Durán Muñoz (2004). También esta idea está presente en muchos de los trabajos compilados por Gauthier, Gosselin y Mouchon (1998), aunque ese volumen ofrece un panorama de la complejidad que implica la mediatización de la política, algo que otros de los aquí citados o desconocen, o no están dispuestos a aceptar.

aquello que la televisión trastornó? ¿Y qué es lo propio de la televisión, aquello con lo cual vino a alterar la naturaleza de la política? Según la bibliografía que estamos glosando, podemos resumir este juego de propios e impropios en dos términos: la palabra y la imagen⁶.

Sin embargo, así como existen teorías que postulan el carácter no lineal de la producción y circulación de discursos en una sociedad -en este proyecto nos interesa la teoría de los discursos sociales, de Eliseo Verón-, también existen teorías políticas que nos permiten abordar la mediatización de la política no en términos de *ruptura y reemplazo*, sino en términos de *escalas de transiciones* (aquí nos interesaremos por los planteos de Alessandro Pizzorno, Jacques Rancière y Ernesto Laclau).

Por otro lado, prevalece en muchos estudios una definición pre-teórica de la televisión como “objeto de estudio”. Y si no pre-teórica, al menos unidimensional: “la televisión” que estas críticas convierten en objeto de estudio es sólo la institución (es decir, el medio como un actor político, lo que, por lo demás, es una apreciación correcta). Aquí asumimos una línea de investigaciones (Carlón, 2004; Cingolani, 2006; Verón, 1997, 2004) que, privilegiando la dimensión semiótica, propone distinguir entre al menos tres niveles de análisis que hay que tener en cuenta: *soportes tecnológicos, dispositivos y medios*. El problema que nos concierne se ubica en el cruce entre las prácticas políticas de representación y las condiciones (y posibilidades) que la televisión, en tanto *dispositivo*, habilita a la producción de sentido.

En ese cruce, distinguimos tres instancias que reclaman un tratamiento específico: los cuerpos, los colectivos (invocados, enunciados) y los imaginarios (como las configuraciones que organizan las relaciones entre los colectivos). En este sentido, un primer nudo que hay que desatar cuando se piensa en la relación entre televisión y política se refiere a *la especificidad del dispositivo*, dispuesto para la puesta en escena de la indicialidad: los cuerpos y su contacto, en el seno de una actividad -la política- que no puede funcionar sin la invocación de entidades plenamente simbólicas.

Se trata, por tanto, de analizar algunos aspectos de dos fenómenos que, como dijimos al inicio de esta presentación, podemos pensar con el nombre de uno: la mediatización de la política.

⁶ Giovanni Sartori, en *Homo videns* dice que “la televisión anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (1998:47). Partiendo de esa premisa, su argumento es que vivimos en una sociedad “teledirigida”, donde la “participación política” es casi anulada por el poder de la televisión de imponer su “fuerza de veracidad”, basada en el “reemplazo” de la palabra por la imagen.

En un nivel, la *mediatización* (como proceso que afecta a la sociedad en todos sus niveles) y su carácter performativo: los espacios sociales que nos involucran en la vida política están, en su nivel colectivo, configurados por la intervención mediática, al menos en tanto los medios producen una imagen lo social; en este sentido, nos interesa indagar en hechos en los que la televisión es un problema constitutivo, no porque defina el curso de un proceso político (en todo caso, esa es una hipótesis que habría que probar) sino porque los modos de acceso y los modo de producción del conflicto están, en una dimensión⁷, completamente mediatizados.

En otro nivel, el problema de las acciones que se producen en el espacio público (mediatizado): esas acciones no pueden prescindir de lo que Naishtat (1999) denomina la “producción de una audiencia”⁸: deben explicar, argumentar, presentarse. Deben producir su interacción con otros colectivos. Precisamente el hecho de que se conciban como intervenciones sobre el espacio público (y que, por tanto, se dispongan para ser televisados) define su naturaleza política: se escenifican como una comunicación entre presentes (el orador y los oyentes) pero están dispuestos como instancias de comunicación política con un público ausente, que sin embargo, es un destinatario fundamental de ese acto. En este sentido, la televisación no es un agregado impropio (que dañaría la “naturaleza política” del acto), sino condición de producción y de posibilidad de ese discurso, o sea, parte de su misma naturaleza.⁹

4-

Por lo dicho, es importante desandar, aunque más no sea de refilón, un tema que subyace a muchos cuestionamientos al sistema mediático: la idea de que los medios “representan la realidad”. Aquí enfrentamos un clásico “obstáculo epistemológico” en el sentido de Bachelard (1984: 16): aquel que se incrusta en el conocimiento no formulado. En efecto, esta idea describe el modo en que el sujeto individual concibe el modo de

⁷ Para Ferry (1998) el espacio público contemporáneo un espacio mediatizado. Sin embargo, el autor señala que hay aspectos de la comunicación política que no se integran al espacio público (tanto en la sociedad civil como a nivel institucional). Para Ferry, “aun cuando esas comunicaciones que tratan de objetos políticos no se transmiten a un público en un marco de difusión potencialmente ilimitado, en la medida en que no son *mediatizados* no entran en la estructuración del espacio público”. Sin embargo, tienen un carácter político y no son de orden estrictamente privado.

⁸ Al respecto, reflexionando sobre los grandes acontecimientos y la televisión ceremonial, Daniel Dayan (2000) escribe: “En este tipo de acontecimiento el primer efecto es performativo. Consiste en tener lugar, y, teniendo lugar, en producir una imagen de lo social. El cuerpo social es así “figurado” o reconfigurado. El segundo efecto es un efecto de escansión, de activación –o de reactivación– de una esfera pública nacional. El tercer efecto está ligado a tal reactivación, consistente en generar públicos.”

⁹ Es decir, precisamente lo contrario de lo que entiende toda la bibliografía afiliada a la perspectiva de la videopolítica, de Sartori en adelante (Fernández, 2009).

intervención de los medios en su vida, y por esto mismo es lógico que sea un punto de vista aceptado socialmente. Sin embargo, creemos que, en los ámbitos de investigación, es necesaria una discusión al respecto. Si bien no es un punto de fácil resolución (Bachelard, señala con lucidez que “Está en la naturaleza de un obstáculo científico ser confuso y polimorfo”, cf. 1984, pág 24) por el momento preferimos mantener una posición desconfiada al respecto, ya que consideramos que se requiere una compleja operación gnoseológica para discernir las dimensiones pertinentes en que el fenómeno debe ser analizado. En este sentido, nos preguntamos si acaso una vez que se acepta que los medios de comunicación son actores o agentes de la vida social puede pensarse que se limitan a “representar” los fenómenos del entramado social. Consideramos que la hipótesis de la “representación”, para ser plausible, debe asumirse como punto de vista de investigación: es el investigador quien decide abordar a los discursos mediáticos como el nivel en que se “representa” una realidad que es, por definición, otra cosa que el discurso que habla de ella. Para nosotros, por el momento, los medios son parte insoluble del conflicto: intervienen en él, no representándolo, sino como una instancia de observación colectiva. De todas maneras, no podemos ser temerarios en este punto, y descartar sin más este problema: más bien, será un pasaje necesario de investigación teórica. Como sea, nuestra solución al respecto tal vez no sea, por el momento, satisfactoria, pero pretende ser cuidadosa, por eso hablamos de indagar “el funcionamiento del sistema mediático” durante el conflicto que enfrentó al Gobierno Nacional y organizaciones del sector agroganadero.

Estado actual de desarrollo de la investigación

Al momento en que se escribe esta presentación, el proyecto de investigación se encuentra en un punto intermedio, aunque retrasado en relación a las previsiones originales. El mayor avance se ha dado en el nivel de las lecturas de índole teórica, en el intento por vincular ciertos postulados de teorías de la comunicación, de teorías políticas y de teorías sociológicas, puntualmente, para entender y conceptualizar los vínculos entre los medios y la política. Desde ya, esta pretensión debería tener consecuencias en el análisis empírico: generar las estrategias adecuadas para acoplar el análisis de los funcionamientos micro discursivos –el nivel empírico de nuestra investigación- a las hipótesis referidas al funcionamiento de los discursos sociales mediatizados en la esfera pública política y del proceso político cuyo desarrollo –a nivel mediático- queremos indagar.

En cambio, no se ha realizado un avance significativo en el trabajo de análisis empírico ni en la escritura sistemática de la tesis. Conviene aclarar el primer punto: se han hecho relevamientos tanto de discursos gráficos como de fragmentos de material audiovisual. De hecho, he realizado un estudio sobre el análisis de una serie de discursos televisados de Cristina Fernández Kirchner (en rigor, los primeros cuatro discursos públicos durante el conflicto) para dar cuenta de las estrategias políticas y las estrategias mediáticas en la escenificación de un acto político. De todas maneras, es un trabajo limitado en relación a la propuesta de trazar un sistema de relaciones entre los discursos gráficos y los discursos televisivos.

Fuentes utilizadas

Nuestro trabajo se centra en el análisis, basado en la teoría de los discursos sociales, de discursos mediáticos impresos y audiovisuales:

Diarios de tirada nacional Clarín, Página/12, La Nación.

Canales de aire: noticieros de Canal 13, Telefé Canal 7.

Canales de cable: Todo Noticias y C5N.

Problemas y obstáculos

El principal problema, hasta ahora, ha sido la torpeza y la indecisión para definir un recorte temático, y la consecuente dispersión, no sólo en la lectura de material bibliográfico sino en el trabajo de análisis. Asimismo, debo computar como un factor negativo la dilación en la escritura, aunque más no sea en su forma de boceto, de la tesis.

El principal obstáculo, hasta ahora, ha sido la obtención de material audiovisual. Más allá de algunos registros personales y otros brindados por personas allegadas, no he podido acceder a archivos completos (ya sea de productoras de televisión, como a los archivos de los canales de aire o de cable). En rigor, todavía hoy estoy gestionando la posibilidad de acceder a esos archivos. Para suplir ese vacío, he completado los registros que poseo con material que puede conseguirse en Youtube.