

**MEDIOS Y DEMOCRACIA.
ALGUNAS REFLEXIONES A
PROPÓSITO DE *SOBRE LA
TELEVISIÓN* DE BOURDIEU Y
LOS MEDIOS EN LA ARGENTINA**

José María Casco

MEDIOS Y DEMOCRACIA. ALGUNAS REFLEXIONES A PROPÓSITO DE *SOBRE LA TELEVISIÓN* DE BOURDIEU Y LOS MEDIOS EN LA ARGENTINA

José María Casco²

Resumen

El ensayo analiza, a partir de un comentario del libro de Pierre Bourdieu, *Sobre la televisión*, algunos factores centrales que aparecen en el funcionamiento de los medios en Argentina, en el campo del periodismo y el sistema empresario que lo sostiene. Se realiza una reconstrucción histórica de algunos hitos que están en el origen de las condiciones con los cuales funcionan los medios en el escenario actual.

Palabras Clave: Campo, Medios, Periodistas, Política.

Resumo

Este ensaio analisa, a partir dum comentário ao livro de Pierre Bourdieu, *Sobre a televisão*, alguns fatores centrais que aparecem no funcionamento da mídia na Argentina, no campo do jornalismo e no sistema empresarial que o sustenta. Fazendo uma reconstrução histórica de alguns marcos que estão na origem das condições com que a mídia trabalha no cenário atual.

Palavras-chave: Campo, Mídia, Jornalistas, Política

Abstract

This essay reviews *On Television* by Pierre Bourdieu in order to analyze key elements in the workings of media, the field of journalism and the business system behind them. The article builds from a historical viewpoint some landmarks that can be traced back to the origins of the conditions within which media work in the present.

Keywords: Field, Media, Journalists, Politics.

² Universidad de Buenos Aires. Universidad Nacional de San Martín.



MEDIOS Y DEMOCRACIA. ALGUNAS REFLEXIONES A PROPÓSITO DE *SOBRE LA TELEVISIÓN* DE BOURDIEU Y LOS MEDIOS EN LA ARGENTINA

I

Cuando en 1996 Pierre Bourdieu publicó un pequeño libro llamado *Sobre la televisión*, produjo en muchos de sus lectores una especie de desazón por encontrarse con que el sociólogo más prominente del momento había abordado un objeto menor, trivial, acostumbrados como estaban a que emprendiera investigaciones sobre las grandes cuestiones de la vida social. Solo con el tiempo quedaría más clara la importancia de meterse con el campo periodístico y la televisión. En efecto, si bien es cierto que la importancia del periodismo ha sido destacada ya desde su aparición en el mundo moderno a fines del siglo XIX (Coser, 1968) y ha tenido en ese sentido, en *El ciudadano* de Orson Wells el ejemplo paradigmático de su poderío y que, por otro lado, la televisión también ha merecido la atención desde su irrupción masiva en los años 60, tanto para condenarla como para celebrarla, nadie imaginaba el poder de ese oficio y ese aparato en las dimensiones del presente. Y que al mismo tiempo que la obra de Bourdieu ganaba la calle, el reconocido politólogo Giovanni Sartori le dedicara también un libro, *Homo Videns* (1997), que no habla de otra cosa que de la importancia que iba adquiriendo el fenómeno y al mismo tiempo, mirado desde hoy, era la anticipación de cómo la figura de los empresarios de tv, los grandes monopolios y los periodistas que actúan en ese escenario privilegiado ganarían un lugar, un reconocimiento y un poder inusitado. Efectivamente, como nunca antes, desde los años 90, cuando comienza la globalización en la que hoy estamos inmersos, los medios de comunicación y con ellos la tv y los periodistas han tenido un poder para, al mismo tiempo, imponer agendas, construir imágenes del mundo y reemplazar a los alicaídos sistemas de partidos en muchos Estados nacionales. Es que a mediados de los 90 recién comenzaba, por lo menos entre nosotros los latinoamericanos, una tendencia y una fuerza cultural y empresarial que no haría sino ganar más espacio con el paso del tiempo. Esa es la razón por la cual el control de los medios se ha convertido en una batalla de primer orden en el escenario político actual. La multiplicación de canales de información así como los canales de comunicación alternativos a la tv, a medida que han incrementado su difusión han ganado notoriedad, se han convertido en un arma poderosa de información y difusión de relatos que llega desde y a todos los puntos del globo y lejos de hacer desaparecer a la televisión, han convivido con ésta en un proceso de retroalimentación en la puja por construir retratos y narraciones sobre la marcha, el pasado y el futuro del mundo, de ahí también su importancia para la lucha política. En efecto, se han convertido muchas veces en el terror de los políticos de todo signo ideológico y se presentan como una pieza codiciada para la lucha por la imposición de visiones del mundo, así, el control de los medios, su posesión o su eliminación, están a la orden del día, en la agenda de muchos países del globo. Podrá objetarse que no decimos nada nuevo, desde tiempos inmemoriales las ideas, las noticias, las historias de los pueblos han sido perseguidas, censuradas, o



físicamente eliminadas³, pero quizás haya que insistir lo suficiente para que quede claro que, como decíamos anteriormente, los medios de comunicación no han sino ganado cada vez más espacio como nunca antes y seguramente lo seguirán ganando en un mundo dominado por las finanzas, el mercado y las telecomunicaciones.

Desde “la caída del intelectual” (Bauman, 1987), modo en que el sociólogo polaco caracteriza al ocaso de los grandes pensadores como los portadores de la palabra legítima en el designio de los pueblos, los periodistas y con ellos sus soportes, los medios, han ganado un espacio de primera magnitud a medida que el avance del mercado inundaba el planeta, se erigía la crisis del Estado de bienestar, caía el muro de Berlín y se promulgaba el fin de los grandes relatos. Un mundo cada vez más abierto en términos de ideas e información, pero al mismo tiempo monopolizado por lo que quiere el capital, se despliega sobre nosotros 24 horas al día circulando por los lugares más ricos del globo hasta los más miserables. No por nada se le llama a ésta la era de la información y se la erige como uno de los bienes más preciados. Los nuevos magnates son reclutados en las industrias de servicios de información y algunos con el capital que han acumulado en sus áreas de influencia han ocupado también lugares prominentes en la política. El saldo de ese desempeño es arena de otro costal, lo que importa resaltar es el modo en que sus posiciones les permitieron decidir sobre la marcha de los países aunque sea por un tiempo, y como la utopía del rey filósofo de Platón ha sido reemplazada por la del rey mass media.

II

Patrick Champagne ha sostenido, en un largo artículo donde reconstruye la historia y el contexto político de *Sobre la televisión*, que Bourdieu busca allí dar una batalla con los periodistas franceses por la clasificación acerca de quiénes son o no son intelectuales. Es cierto, pero no sólo eso hace el sociólogo francés en ese libro que contiene dos extensas exposiciones frente a cámara y a solas en el canal del College de France, junto a un artículo sobre el mismo tema que ya había publicado en *Actes de la recherche en sciences sociales* con un tono más académico. Allí también, Bourdieu pone de manifiesto las condiciones de producción del campo periodístico, en momentos en que el neoliberalismo emerge como el resultado del triunfo del capitalismo sobre el comunismo y la revolución de la tecnología y de la información comienza a desplegarse mundialmente. Es en ese contexto que Bourdieu quiere dar una batalla que sostenga un programa político ilustrado que le haga frente al predominio absoluto del mercado, cuando los valores de la ciencia y la modernidad comienzan, para el sociólogo francés, a entrar en un eclipse. Y allí es donde, visto desde hoy, su reflexión adquiere toda su importancia, en efecto, entre nosotros como nunca antes el periodismo y el poder de la televisión se ha conformado como un arma poderosa para el combate no solo por la información sino también para el orden político. Por cierto, no

³ Ya Borges en algunos de sus cuentos ha abordado esto desde la literatura, en “La muralla y los libros”, un emperador chino busca erigir la gran muralla y al mismo tiempo quemar los libros que narran el pasado de esa civilización. En “El culto de los libros”, sostiene que en un texto de Shaw un incendio de magnitudes amenaza la biblioteca de Alejandría, ante la alarma que esto despierta, Cesar, el emperador, postula, “Déjenla arder, es una memoria de infamias” (Borges, 1996).



decimos nada nuevo si lo que vamos a puntualizar es que los medios, y con ellos la televisión y los periodistas, sirven para manipular la información, tergiversar, esconder, obstruir o simplificar los hechos tal como aparecen a diario. Pero esas afirmaciones y descalificaciones lejos están de poder aclarar los mecanismos y las condiciones que hacen posible su poder en el escenario actual. Por eso en lo que sigue, intentaremos en unas pocas notas, mostrar algunos aspectos del funcionamiento de esa maquinaria. Aun cuando Althusser (1974) y Mattelart (2009) cada uno a su modo ya han establecido la importancia de los medios para ejercer el poder y la dominación, resta presentar las formas en que esos dispositivos se realizan en la actualidad, sus modos de funcionamiento, cómo estos se conectan con espacios más estructurales y establecer algunos parámetros históricos de manera tal que pueda ser inteligible el desarrollo de sus prácticas y funcionamientos.

III

En 1998 se estrena el documental *Tinta Roja* de Carmen Guarini y Marcelo Céspedes enfocado en la sección policiales del diario *Crónica*, sección que junto con la de deportes, es la más importante del diario. Famoso y legendario diario argentino, conocido y denostado para la “prensa seria” por su tinte amarillista, el estilo de *Crónica*, que fue durante mucho tiempo una distinción en el mundo de la prensa, hoy no es ninguna novedad, hoy *Crónica* no merecería un film de esas características. En efecto, han imitado sus modos a punto tal que el amarillismo es hoy una forma de hacer periodismo televisivo. Los canales de noticias tanto de canales abiertos como los de la tv por cable pueden mostrar diariamente casos de delitos a la propiedad o en la vía pública con igual o más imágenes y relatos impactantes que *Crónica*. Llegan incluso a instalar programas dedicados exclusivamente a casos policiales como *Cámara del Crimen* emitido por TN o el *Expediente* por C5N. En ese sentido, un emblema de ese formato apareció en canal 13 de la tv abierta hace algunos años cuando emitió durante 3 temporadas, *Policías en Acción*, dedicado íntegramente a seguir las redadas policiales por el conurbano bonaerense. Las emisiones no se limitaban a mostrar y buscar la espectacularidad de los despliegues policiales sino que en sus emisiones se construía relatos acerca de la delincuencia, armando representaciones sociales que en su mayoría se articulaban alrededor de la idea de que los delitos, el desorden, el caos, la violencia, el alcoholismo, etc. se encontraba de manera unánime en los barrios pobres y en los sectores populares. Del otro lado, y como otra cara de la misma moneda, aparecía la institución policial como la garantía de la ley y el orden (Santandreu, 2011). Así a través de imágenes y puestas en escenas espectaculares, se asistía a varias operaciones simultáneas. La estigmatización de los sectores pobres, la trivialización de la violencia social y policial y la naturalización de un estado de situación que no es otra cosa que el producto de un proceso histórico de degradación social que lleva varias décadas. Pero si algunos canales no apelaron a este tipo de formatos sí todas las señales de cable con mayor o menor intensidad recurrieron al tratamiento sensacionalista para difundir las noticias policiales. Eso articuló una de las máximas del modo del negocio televisivo, golpear al espectador y buscar a través del sensacionalismo atraer a la audiencia. Pero a este modo de hacer



antiquísimo, si se quiere amplificado por la época, se le suma uno más novedoso, la noticia policial como modo de hacer política. En efecto, la repetición de los hechos delictivos en los canales de noticias se convirtió muchas veces en la forma de instalar el tema de la inseguridad en la agenda pública para presionar a los gobiernos y buscar así influirlo o debilitarlo. Contadores con minutos y segundos incluidos donde se destacaba cada cuánto se cometía un delito instalaban un pánico moral que hacía posible la irradiación de la sospecha de todo el que fuera otro y deambulara o estuviera cerca. Frente a eso, tanto los especialistas como las estadísticas en materia de delitos que podían mostrar muchas veces cómo estos podían mantenerse estables o a la baja nada podían hacer frente a la repetición sistemática de robos, hurtos y delitos contra la propiedad y al clima de inseguridad que se instalaba, todo ello sazonado, por supuesto, con conductores, movileros y comentaristas que promovían la indignación y construían el perfil del delincuente que ataca a la sociedad. El vecino, la gente, la ciudadanía, he ahí las categorías elegidas para generar la empatía necesaria que hiciera posible de un modo eficaz la idea de defender los buenos valores sociales.

El modo se impuso de tal manera que hasta los programas serios que pueblan la noche televisiva adquieren algo de esa forma. El golpe bajo, el efectismo y una serie de clisés hacen a la forma en que el amarillismo inunda todos los formatos. Una forma de hacer televisión al fin, porque la audiencia manda, la competencia se torna feroz y no se puede perder el minuto a minuto.

IV

Pero, ¿dónde comenzó todo? ¿Cuándo fue que el estado de cosas que estamos describiendo comenzó a tomar forma y bajo qué condiciones? En los años 90. En efecto, fue en esa década cuando los periodistas se erigieron como los paladines de la justicia al denunciar, con éxito, la corrupción en los gobiernos de Carlos S. Menem. Al calor del ingreso del país a la globalización y el dominio de la economía de mercado, los medios se ampliaron ocupando el centro de la escena en Argentina. En efecto, la privatización de todos los canales de tv y luego la aparición masiva de la tv por cable, hacia 1995, abrió el camino a una oferta y una división del trabajo del mundo periodístico vía una mayor especialización temática de las emisoras que amplió la oferta, que hasta ese momento contaba con tan solo cinco canales de televisión y un puñado de diarios de tirada nacional. El menemato, como se lo denominó a los dos gobiernos del presidente Carlos Menem, fue el artífice de que el periodismo tanto gráfico como televisivo se erigiera como el gran guardián de la sociedad. Así, por ejemplo, el diario *Página 12* se convirtió en un verdadero fenómeno de audiencia. Nacido en 1987, se destacó desde sus inicios por ser un diario de tinte “progresista” y con una redacción abundante en escritores. Esto hizo que el desarrollo de las noticias y el análisis de las mismas tuvieran más lugar que la información como se hacía habitualmente en el periodismo argentino gráfico. También la cuestión cultural en general y literaria en particular, por tratarse de un medio donde abundaban los literatos ocupó un lugar central. Puede decirse en ese sentido, que era un periódico de periodistas intelectuales.



Y fue allí precisamente, en *Página 12*, donde se forjó un nuevo y arrollador periodismo de investigación que hacía centro en la corrupción menemista. Y también fue allí donde la obra de mayor impacto periodístico tomó forma. Efectivamente, *Robo para la Corona. Los frutos Prohibidos del Árbol de la Corrupción*, de Horacio Verbitsky fue el resultado de sus notas de investigación en el diario. El libro editado por el sello Planeta se convirtió en un verdadero best seller. Se publicó por primera vez en 1991 y para febrero de 1992 iba ya por su séptima edición, su poder de expansión fue tal que se convirtió en el libro periodístico más vendido en Latinoamérica. A ese libro le siguieron del mismo autor y por el mismo sello *Hacer la Corte: La construcción de un poder Absoluto sin justicia ni control* (1993) y *Un mundo sin Periodistas* (1997). Esa saga más sus columnas semanales le dieron un reconocimiento inusitado, abrieron un espacio para otros periodistas de investigación y convirtieron al diario en un verdadero fenómeno de los años 90, tanto es así que hacia 1998 la revista semanal *Noticias*, una de sus competencias, le dedicó un número titulado “El fenómeno *Página/12*”. Así, a Verbitsky le siguieron otros como el director de la primera época del diario, Jorge Lanata que junto a Román Lejtman, Ernesto Tenenbaum, Marcelo Zlotogwiazda, Luis Majul y Joaquín Morales Solá, entre otros, conformaron la primera camada de periodistas de investigación de la recuperada democracia, que ensancharon el campo periodístico masivo y consolidaron su posición en la tv y en los diarios. Claro que no fueron los únicos, pero ellos abrieron el camino para que la denuncia en general y la corrupción en particular, se erigieran en los grandes temas de la política argentina, que de los diarios muy pronto llegó a la televisión de la mano de quien sería la estrella periodística del rubro, Jorge Lanata. En efecto, Lanata es quien mejor expresó ese ascenso del periodista como guardián de los grandes valores de la sociedad. Se anudaron en ese desempeño la idea de rectitud, la defensa de la ética pública y la defensa de las buenas prácticas políticas. Su trayectoria está formada por un sinfín de emprendimientos disímiles donde la literatura, el documental, el cine, la radio y hasta el teatro de revista forjaron una carrera exitosa. Pero fue en *Día D* que se emitió por el canal América entre 1995 y 2003 donde su consagración como periodista de investigación tuvo lugar. Allí cada semana Lanata desplegaba una serie de informes donde variados columnistas desnudaban la corrupción reinante en la política argentina. Y cuando no eran los hechos de corrupción el centro del programa bastaba con mostrar la lista de sueldos de los políticos para que la audiencia no decayera y la indignación fuera el humus que creara el clima de época⁴. A Lanata le siguió todo un arco de periodistas que salió en busca de todo tipo de delito, pero sin ninguna conexión con sus condiciones estructurales. Así, Rolando Graña, Daniel Togneti, Martín Ciccioli, Facundo Pastor y muchos otros montaron, a caballo de la idea del periodismo de investigación que muestra la realidad, un sinfín de persecuciones a delincuentes de poca monta aquí y allá, sin conectar esas prácticas con el contexto que lo produce. Dealers, narcomenudeo y robo de celulares fueron y son los insumos centrales de programas que busca en puestas en escenas muchas veces espectaculares mostrar lo que pasa en el país. De esa segunda generación de periodistas que se dedicaron principalmente a la política debemos destacar el fenómeno que Mario Pergolini

⁴ Para un examen más detallado de su carrera de esos años 90 en donde además se transforman las características de ese periodismo véase, Baldoni (2010).



inauguró con *Caiga Quien Caiga* (CQC) con un estilo fresco, divertido llegando por momentos a lo desopilante. Un grupo de treintañeros que venían de la radio, en 1995, renovó el lenguaje del periodismo televisivo lo juvenilizó y puso en marcha un magazine semanal que a través de un sinfín de informes buscaba poner en ridículo a los políticos y así, tal vez como una consecuencia no deseada de la acción, denostar a la política. El programa tuvo un éxito tal que en 1996 fue vendido a España, al año siguiente a Italia y posteriormente a Israel, y a otros países demostrando que el formato podía funcionar a escala global. Entre nosotros, su última temporada fue en el año 2013 con la conducción del músico Roberto Pettinato. Como sea, lo que queremos destacar es que estos ejemplos, unos pocos pero emblemáticos, muestran unos modos del periodismo televisivo pero que a medida que nos acercamos al presente puede verse en otros formatos y otros soportes, que en algunos casos tiene formas incluso exacerbadas de esos clisés.

V

En uno de los anexos de *Sobre la Televisión* titulado “La influencia del campo periodístico”, Bourdieu analiza el sistema de coerciones que el campo periodístico ejerce sobre los otros campos sobre los que tiene influencia, pero también cómo este, a su vez, es condicionado por los poderes externos. Y al mismo tiempo cómo los periodistas de acuerdo a la posición que ocupan en el medio en el que se desempeñan y cómo la posición que su medio ocupa en el campo definen los niveles de autonomía que manejan para ejercer la profesión. Así, Bourdieu sostiene

al igual que el político y el económico, y mucho más que el científico, el artístico, el literario o incluso el jurídico, el campo periodístico está permanentemente sometido a la prueba de los veredictos del mercado, a través de la sanción, directa, de la clientela o, indirecta, de los índices de audiencia (aunque la ayuda del Estado puede garantizar cierta independencia respecto a las imposiciones inmediatas del mercado)” (1996: 106).

Así define su condición estructural y continua:

Y los periodistas se muestran, sin duda, tanto más propensos a adoptar el criterio de los índices de audiencia en la producción (...) cuanto más alta es la posición que ocupan en un medio de comunicación y más directamente depende este del mercado (...) mientras que los periodistas más jóvenes y menos establecidos son, por el contrario, más propensos a oponer los principios y los valores de la “profesión” (Bourdieu, 1996: 107).

Estas conclusiones que Bourdieu saca de su análisis del campo periodístico francés poco se parecen a las condiciones del campo periodístico actual. En efecto, en una mirada panorámica podemos concluir que el paisaje no ofrece otra cosa que una gran homogeneidad en términos generales. En los medios no aparecen muchas mediaciones, todo parece como si una única voz o pocas voces del mismo tenor le hablaran a un público homogéneo. Los periodistas se comportan como si la relativa autonomía del campo no existiera o quedara de lado y, por el contrario, como si no hubiera otra voz que la de la empresa o la



que establece la pauta publicitaria del Estado. Es difícil en ese sentido hablar de un campo del periodismo, no es que no lo haya, pero las posiciones, por los menos la de los grandes medios y sus satélites, tienden a parecerse indefectiblemente. Así, los grandes medios comerciales y sus canales de noticias, que son los que aquí nos interesa analizar, suelen proponer productos que no hacen otra cosa que posicionarse en uno u otro polo establecido alrededor de la línea oficialismo u oposición respecto de los gobiernos. Es así como se desdibujan las posiciones de los periodistas. Esa observación de Bourdieu que sostiene que los recién llegados tienden a defender los valores de la profesión y por el contrario los establecidos y con mayor jerarquía tienden a defender el status quo, es decir los valores del periodismo comercial, se cumple, en el mejor de los casos, escasamente entre nosotros. Por el contrario, lo que puede observarse es que las diferencias de posiciones se expresan cuando dentro de uno u otro polo (oficialismo u oposición) se asumen posturas radicalizadas dentro de alguno del extremo. Así, por ejemplo, si el canal es decididamente opositor y busca representar a esa franja de la audiencia, tendremos que algunos periodistas o panelistas de los programas políticos oscilan entre ser opositores o furiosamente opositores. Bajo esas condiciones lo mismo vale para los conductores, puesto que el escenario está armado de modo tal que estos, a diferencia de antaño, ahora pueden provenir de cualquier espacio y especialidad. Ello es así porque los conductores solo necesitan cumplir con la regla que se establece de antemano y que estos acataran sin que nadie se los pida para jugar el juego, y así hacer de la discusión política un espectáculo apto para el consumo televisivo pero que apunte al mismo tiempo el punto de vista de la empresa. Es por eso que un conductor puede haber pasado por diferentes rubros, provenir del mundo deportivo o de los programas de chimentos y caer en el horario central para conducir un panel donde la misión del programa no sea otra que estar a favor o en contra del gobierno. Así, los panelistas no harán otra cosa que montar una performance que muchas veces imita la puesta en escena de los programas de espectáculos. El golpe bajo, la acusación y, a través de ella, la descalificación reemplazan al análisis de las noticias o los acontecimientos del día o de la semana. Todo sucede desde la pura toma de posición, pero sin que esta sea puesta de relieve. Pero para comprender este estado de cosas es necesario detenerse, aunque más no sea mínimamente en las condiciones de producción de ese mundo periodístico.

Como se sabe el sistema de medios de comunicación en Argentina se caracteriza por una fuerte concentración. En efecto, si la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual promulgada en el año 2009, debido a los embates judiciales, pudo ser puesta en marcha recién hacia 2013 cuando la corte suprema de justicia hizo lugar a todos sus artículos, con la llegada de Mauricio Macri a la presidencia en 2015 el sueño tantas veces postergado de tener una ley de servicios audiovisuales que reemplazara a la de la dictadura militar de 1976 quedó prácticamente sin efecto alguno. En menos de un año el nuevo gobierno derogó todos los artículos de la ley cuestionados por el Grupo Clarín, principal contendiente en la disputa con el anterior gobierno. Entre las medidas más salientes que llevó adelante debemos consignar que flexibilizó y extendió todos los plazos de las licencias otorgadas, se derogaron, asimismo, todos los artículos que regulaban las prácticas que tendían a la concentración, se facilitaron las transferencias entre



privados y se prohibieron las transferencias entre sectores sin fines de lucro. Así un especialista en el año 2016 pudo señalar “se trata de un intento del gobierno por restaurar las condiciones de mercado previas a la sanción de la ley audiovisual, en línea con los intereses de las grandes empresas de medios y telecomunicaciones” (Becerra citado en Califano, 2019: 80). Como contrapartida

Los medios estatales experimentaron una fuerte caída en los niveles de audiencia, sufrieron recortes presupuestarios en materia de proyectos y una reducción en la planta de empleados, mientras que se incrementaron las partidas para financiar cargos políticos. Vaciados de contenido, se los relegó a un lugar secundario en el sistema de medios. No corrieron mejor suerte los medios comunitarios, que desde 2015 han visto incrementarse los obstáculos que tradicionalmente tuvieron que enfrentar para acceder a licencias y a fuentes de financiamiento (Califano, 2019: 86).

Así, todo parece estar dispuesto para que los grandes jugadores ocupen el centro del escenario y de esa manera no solo condicionen a los gobiernos y la sociedad a través del control de “la opinión pública” sino que también por su grado de concentración y diversificación puedan ocupar varios frentes donde buscar imponer sus intereses.

Es esa concentración la que explica, en buena parte, la falta de diferenciación en las posiciones en el campo periodístico y la poca autonomía relativa de sus agentes. Es que no participar en los grandes medios es condenarse a sufrir los embates de la precarización laboral de una profesión cada vez más amenazada por los cambios en el funcionamiento de esa práctica. Y al mismo tiempo eso explica el ahínco con que conductores, panelistas y periodistas a secas, defienden posiciones fuertemente ideologizadas contrariando todo el ABC de la profesión. En efecto, de acuerdo con un informe realizado por Reporteros Sin Fronteras junto a un grupo de académicos locales y periodistas de *Tiempo Argentino* realizado a comienzos de 2019, en materia de medios de comunicación tenemos el siguiente cuadro

La concentración de audiencias en televisión (57%), radio (53%) y prensa gráfica (74%) representa un riesgo alto para la libertad de expresión. El Grupo Clarín concentra el (25%) de las audiencias de radio, prensa gráfica y televisión en los principales centros urbanos. Entre los principales ocho grupos del país, la concentración asciende al (59%). Las garantías regulatorias para prevenir la concentración horizontal son bajas y marcan un riesgo alto, principalmente por las falencias en su aplicación (Espada, 2020).

A ello agregan que

Si se toman los números de audiencia y tirada para radio, televisión, y prensa gráfica se encuentra que el dominio de los principales cuatro actores en cada una de las industrias representa un riesgo alto para la libertad de expresión. En tv, el Grupo Clarín, VIACOM, Time Warner y Grupo América concentran el (56,7%) del encendido total de televisión abierta y pago. En radio los números son similares, los cuatro grupos empresarios más grandes concentran el (53%) del encendido. Ellos son Clarín, Indalo, Prisa-Alba visión y América (...) En prensa la concentración de la tirada es altísima, solo el Grupo Clarín se



queda con el (53,4%) del mercado, lo siguen con proporciones menores La Nación, el Grupo Fascetto y la Gaceta de Tucumán. En total entonces estas cuatro empresas reúnen el (74%) de la tirada semanal (Espada, 2020).

A esto debe sumársele los intereses cruzados que tienen los propietarios de las empresas que hace que sean jugadores en el campo económico político y estatal. El otro elemento que debe tenerse en consideración, como ya señalamos, es la fuerte crisis que sufre la profesión de periodista. De acuerdo con un informe del Sindicato de Prensa de Buenos Aires entre 2016 y 2018 hubo 2700 bajas entre despidos y retiros voluntarios. Esas son las condiciones en las que se establecen las reglas de juego del mercado de información en Argentina. En lo que sigue mostraremos un ejemplo en el modo de funcionamiento televisivo.

VI

En “Ocultar mostrando” uno de los apartados de *Sobre la Televisión*, Bourdieu señala el modo en que los periodistas muestran de manera simplificada problemas sociales complejos hasta llegar muchas veces a la pura banalización. Y destaca también su reverso, la amplificación de sucesos con la cual se busca atraer y golpear a la audiencia que está anclada en la lógica televisiva. Aquí entre nosotros, eso que sostiene el sociólogo francés ocurre pero también adquiere otra dirección y con otros recursos. Los programas de periodismo político, además de la espectacularización y descalificación cual programa de chimentos, arman sus paneles o entrevistas para llevar a cabo la operación de ocultar mostrando de este modo. Todo el día a toda hora pero sobre todo en los horarios centrales, se invita a participar a economistas, un ejército que pueblan el orbe televisivo y que opinan sobre las medidas del gobierno, la marcha y el futuro de la economía y en consecuencia del país. La leyenda “economista” aparece debajo del nombre completo del entrevistado. Pero nada se dice acerca de su pertenencia institucional o adscripción profesional, en otras palabras, nada se dice acerca de para quien trabaja, si pertenece a una fundación, si es un consultor de empresas o por el contrario es un académico o investigador de alguna entidad pública o privada. Y sucede que la más de las veces el mundo privado es el que el provee a ese tipo de actores sociales. Así es como aparece una complicidad entre conductor y entrevistado y la profesión de economista sostenida sobre la legitimidad que le da ese saber experto habla en nombre de una disciplina que amparada en el prestigio científico muestra como neutral aquello que no es otra cosa que una toma de posición. Lo mismo podría decirse para todo otro tipo de profesionales, pero sucede que son los economistas los que desde ya largo tiempo han adquirido una relevancia y visibilidad de gran importancia. Ahí reside la operación de ocultar mostrando, en la falta de información acerca de cuáles son los agentes a los que se recurre para que emitan una opinión autorizada. No es que esto no tenga sus contradictores, sí las hay pero en casi todos los casos con un poder de fuego menor que los grandes jugadores. Se podrá objetar diciendo que esos mecanismos de encubrimiento, o de esconder mostrando, se han desarmado muchas veces. Pero su eficacia se mantiene y es por eso que se apela a ese mecanismo una y otra vez.



La forma en que se eligen los panelistas en el panel muestra otro tanto. Si el canal juega para el lado opositor al gobierno, la ecuación será 5 a 1, 6 a 2 y así, y lo mismo a la inversa. Siempre para aparentar que hay una pluralidad de voces, se pone en juego la palabra minoritaria de un contradictor que rápidamente será tapado por los otros concurrentes. Y allí también comienza el espectáculo. Lo que debería, porque eso es lo que se busca según se dice, ser un debate de ideas, no es sino una riña donde el opuesto a la posición que se defiende es descalificado y muchas veces hasta estigmatizado una y otra vez. Todo desde una posición que se asume en la mayoría de los casos neutral y objetiva. Es cierto que esto se debe a los índices de audiencia, que es lo que se tiene en cuenta desde los grandes medios comerciales y por eso es lo que se quiere hacer rendir.

Por otra parte, es también en esos programas con panelistas, entrevistados e invitados especiales, donde habitualmente se confunde la noticia y la opinión, en los que el género preponderante es el de la noticia comentada y es allí donde nuevamente se puede ocultar mostrando. Porque ocurre que la opinión es mostrada como si fuera noticia. Esa no diferenciación es parte de los recursos y las estrategias con las cuales los grandes medios, que como ya dijimos más arriba, buscan imponer su punto de vista en el espacio mediático, se convierten en una especie de intelectual colectivo o mejor, una especie de partido que muchas veces reemplaza a los partidos formales poniendo a jugar sus intereses empresarios que están detrás.

Pero debemos anotar, por último, que la gran concentración de medios junto a la crisis que vive la profesión de periodista explica en parte esa defensa abierta de las posiciones empresarias que muchas veces vemos en los conductores y panelistas de los programas políticos. A eso debe sumársele que ocupar esas posiciones en los medios les garantiza muy buenas remuneraciones, porque en la mayoría de los casos no solo aparecen en la televisión sino que una porción de esos agentes circulan por los medios radiales y también en algunos casos gráficos que controlan los grupos para los que trabajan. Así, si esas posiciones de defensa de los grandes grupos no les otorga capital simbólico que les dé prestigio y con ello poder transar el mismo luego en el mercado, les otorga en cambio capital económico y una estabilidad en la profesión. Así es como los grandes medios hacen valer sus intereses en la tv en la prensa gráfica y también en la radio con un séquito de periodistas que conforman una elite cerrada y muy diferenciada de quienes ocupan posiciones en medios de menor escala.

VII

Todo lo dicho hasta aquí no tiene otro sentido que el de poner de relieve un problema grave para la democracia. Toda concentración de poder lo es, pero tanto más si hablamos de monopolizar la información. Es que una de las condiciones para que la sociedad pueda tomar decisiones es que pueda acceder a los datos que hacen a la marcha del gobierno y de la o las oposiciones. No es que no existan los canales de noticias o noticieros de donde sacar esa información sino que esos son espacios marginales respecto de los que ocupan los grandes tanques mediáticos. Esa es una de las razones por las cuales es



imprescindible la democratización de las comunicaciones. Será muy difícil plantearlo y que el Estado lo lleve adelante, las corporaciones, como se sabe, más si son globales como en esta era, tienen un poder más importante que el de los gobiernos como bien lo hizo notar Max Weber a comienzos del siglo XX. Máxime si se toma en cuenta que cualquier atisbo de regulación es visto desde las corporaciones como un ataque a la libertad de expresión. Pero sucede que la libertad de expresión funciona en el periodismo y en los grandes medios como la libertad de mercado en la economía, donde su contraparte es el monopolio. Donde los más grandes imponen su fuerza y se comen a los más pequeños. Así la regulación y su sola idea generan reacciones que apelan a valores trascendentales, pero no son más que defensas de posiciones dominantes en un mercado cada vez más concentrado. En ese sentido es imprescindible que la sociedad busque equilibrar las relaciones de fuerzas de modo tal que hagan posible que el espacio de la comunicación se descomprima y dé lugar a una verdadera pluralidad de voces que no solo emitan su opinión sino que también hagan posible la información no solo del país sino del mundo.

Bibliografía

- Althusser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Baldoni, M. (2010). Las transformaciones de los medios de comunicación y el periodismo político durante la década del ochenta y del noventa en Argentina: un recorrido por las trayectorias profesionales de Jorge Lanata y Luis Majul. *Actas de las VI Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de la Sociología. La Plata.
- Bauman, S. (1987). *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la posmodernidad y los intelectuales*. Buenos Aires. Buenos Aires: Editorial Universidad Nacional de Quilmes.
- Borges, J.L. (1996). El culto de los libros. En *Obras Completas*, Tomo I. Buenos Aires: Editorial Emecé.
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Califano, B. (2019). Urgencias públicas e intereses privados: La regulación de medios en la agenda del gobierno argentino (2015-2019). *Revista Ensamble*, 11.
- Champagne, P. (2007). Sobre la “mediatización” del campo intelectual. A propósito de *Sobre la televisión*, Pierre Bourdieu. En Champagne, P. Pinto, L. Sapiro, G. (dir). *Pierre Bourdieu. Sociólogo*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- Coser, L. (1968). *Hombres de ideas. El punto de vista de un sociólogo*. Buenos Aires: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Dorfman, A y Mattelart, A. (2009). *Para leer al pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Espada, A. (2020). El sistema de medios argentino: Concentrado y con ausencia estatal. ¿Cuáles son los intereses de los medios de comunicación, sus relaciones con la política y con otras áreas de la economía? *Papel revista fibra*, 26.
- Santandreu, B. (2011). Análisis semiótico de los fenómenos sociales en “Policías en acción”. *III Congreso*



Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XVIII Jornadas de Investigación Séptimo Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Sartori, G. (1997). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Editorial Taurus.

Verbitsky, H. (1991). *Robo para la Corona. Los frutos Prohibidos del Árbol de la Corrupción*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Verbitsky, H. (1993). *Hacer la Corte: La construcción de un poder Absoluto sin justicia ni control*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

Verbitsky, H. (1997). *Un mundo sin Periodistas*. Buenos Aires: Editorial Planeta.

