

la construcción simbólica¹

Mariana Moyano²

Hay una frase que pronunció en los años '80 el entonces diputado César Jaroslavsky, refiriéndose a un medio gráfico en particular: "Hay que cuidarse de ese diario: ataca como partido y cuando uno le responde contesta con la libertad de prensa", dijo. Esta afirmación no sólo está vigente, sino que va al nudo central del problema: en la actualidad, los medios son mucho más que espacios a través de los cuales una sociedad se informa. Se trata de grandes grupos con enorme poder político, simbólico y económico. En gran medida ellos nos construyen, porque nos establecen nuestra agenda de discusión y construyen lo que pensamos.

Si bien hoy los medios audiovisuales ocupan un lugar central por el gran poder de penetración, es fundamental seguir reflexionando sobre el rol de los grandes diarios, porque éstos son algo así como la nave nodriza del grupo económico multimediático y tienen un lugar preponderante en la construcción de un sentido: son ellos los que instalan y luego serán la televisión y la radio las que propaguen el eje temático que se ha decidido colocar en el centro.

¿Por qué se habla de ataque? Porque las grandes corporaciones mediáticas nada tienen que ver con la imagen que pretenden darnos de romanticismo, inocencia y asepsia. Se trata de conglomerados de poder económico con sus consecuentes intereses y las construcciones de sentido que permiten defender en la agenda pública esos intereses.

¿Y cómo es ese ataque?

Para graficarlo con claridad, me gusta decir que los medios atacan a veces con cuchillos y a veces con piedra pómez.

(1) Intervención realizada en el panel "El papel de los medios de comunicación en la formación de la ciudadanía", en el marco del acto conmemorativo del Día Internacional de la Cooperación y 4to. Aniversario de *La Gaceta de Cooperar*, organizado por COOPERAR, que tuvo lugar el 3 de julio de 2009, en la sede de la Cooperativa Hotel Bauen.

(2) Periodista. Columnista en Canal 7, Radio Nacional, *Página 12*, *Miradas al Sur*, *El Argentino*. Docente de la Universidad de Buenos Aires.

Con las notas editoriales, panoramas políticos y notas firmadas por sus grandes plumas atacan con cuchillo: la puñalada va directo al corazón. Desde allí, interlocutan con el poder político. A veces con el diálogo, otras con amenazas directas o veladas.

Pero considero que es mucho más peligrosa la otra manera: la que, para decirlo con sencillez, imagino como una piedra pómez, fundamentalmente porque es lo que consume la sociedad en su conjunto y de modo masivo. Este “ataque” no sucede a través de las adjetivaciones, sino por medio de las notas informativas.

Se trata de un proceso por medio del cual se va desgastando, esmerilando -en este contexto a los gobiernos- y uno a veces ni siquiera se da cuenta de que esto está ocurriendo. Así es como la sociedad termina acuñando y apropiándose de términos y conceptos como si le fueran propios. Basta vernos hablar de “la gente”, “el campo” -construcciones mediáticas si las hay- o ver el modo en que estos mismos medios igualan “poder” a “poder político”. Esta es la mejor forma de operar sin ser siquiera notados porque corren del centro de la escena al poder económico, o sea a ellos mismos. Lo/se invisibilizan y no vemos su accionar.

La verdadera operación es la separación terminante entre notas “de opinión” y “notas informativas”.

Al hacer esta separación, los medios nos están diciendo: “en las notas de opinión, nosotros, el medio, estamos brindando opiniones; pero en las otras notas, en las informativas, de ninguna manera opinamos. Allí, usted, señor lector, encontrará sólo objetividad”. Es decir, igualan el hecho ocurrido con la noticia publicada.

Justamente, lo invisibilizado es esta operación a través de la cual el medio opina en las notas -supuestamente- de “no opinión”. Hablo del mecanismo de opinar ya no con adjetivaciones -opinión explícita- sino con la información. ¿Cómo es esto? Sencillo: en la selección, inclusión y jerarquización de la información y en la elección de los datos hay una decisión editorial -es decir, política- y como esto no es jamás explicitado sino deliberadamente oculto, allí reside la gran operación de construcción mediática. Por eso, donde ellos dicen “reflejo”, deberemos decir “construcción” y donde dicen “objetividad”, deberemos decir “mecanismo de objetividad aparente”.

Por esto es que decimos que en todo armado informativo hay construcción de sentido. Asumir, aceptar, reconocer y hacer visible el mecanismo es el gran desafío. Sólo así podremos comprender para desmontar la operación.

Detrás de la construcción simbólica, el poder y el interés económico

El debate -ocultado, tergiversado y silenciado por los grandes medios- que asomó alrededor de la Propuesta de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual dejó un poco más al descubierto que la construcción simbólica es, digámoslo así, el arma de baja intensidad que poseen los grandes medios para defender sus intereses económicos y mantener ese poder.

El año pasado se publicó una nota sobre la ley de radiodifusión, cuyo título era: “Qué se esconde detrás del debate de la futura ley de radiodifusión³”.

Desde el vamos se instalaba un clima de sospecha. No quedaba margen para pensar otra cosa, algo había detrás; algo espurio se cocinaba “detrás”. Nada bueno, entonces, podía esperarse.

La nota culminaba diciendo que “la amplitud y riqueza de la comunicación está garantizada solamente por la debida rendición de cuentas del Ejecutivo sobre las cuestiones de interés público y no a la inversa, por el control del Estado sobre lo que se publica o se dice en los canales y en las radios”.

En esta frase se condensa no sólo toda una concepción del Estado, sino toda una mirada sobre los medios mismos. En primer lugar, la igualación de Estado con gobierno y en segundo término, la presentación de un Estado-gobierno controlador y censor de la prensa libre. Estos dos elementos se instalan con categoría de verdad. Por otro lado, vemos aquí también la idea del rol social de los medios, todo un modo de ubicar a los medios en la esfera de lo público: se les otorga el lugar de fiscales de la República.

Se juega aquí todo el mito liberal de una prensa objetiva y sin intereses políticos ni económicos, algo que la era de los conglomerados mediáticos y

(3) Nota publicada en el diario *Clarín* del 4 de mayo de 2008, p. 14 (“El País”).

los multimedios -que, además, tienen intereses en otras áreas de la economía mundial- no se sostiene desde ningún punto de vista.

Viene a cuento aquí lo que publicó la revista española *Leviatán* no hace mucho. Decía: “El poder político ha comprendido que su batalla con los medios debe cambiar de estrategias, porque si bien ni uno ni otro ha conquistado a esa enigmática princesa que es la opinión pública, en ese intento, la política ha salido mal librada. No sorprende que de la situación defensiva en el que la prensa estaba frente al poder político, se haya pasado casi al lado opuesto sin que ello pueda decir que este último esté derrotado. Se trata más bien de que la correlación de fuerzas ha variado, los conceptos clásicos de independencia respecto al control del gobierno ya no nos permiten comprender la acción de los medios de comunicación, que de ser víctimas de la ferocidad del poder político han pasado a ser un actor importante, que más bien está en posición de conseguir que la víctima sea justamente el poder político”.

En este contexto, la Ley

Ningún articulado de ninguna ley, por más excelente que sea, garantiza por sí mismo un cambio de comportamiento de los medios, una modificación en la concentración de su poder y una mirada diferente de ellos de la sociedad de la que forman parte. Para que el sistema de medios de comunicación sea más democrático, para que la concentración no sea como la actual y para que la sociedad reflexione y elija qué medios quiere, el rol de una ley es fundamental, pero no es lo único en lo que hay que poner el foco: la ciudadanía debe, además y en paralelo, comprender la construcción cultural que los medios realizan, asumirlo y conocer de dónde surge el poder político y económico que éstos poseen.

En el año 1982, con la Guerra de Malvinas, hubo una manifestación de bronca contra las mentiras de los medios y la gente que se acercó a Plaza de Mayo para protestar contra Galtieri por la rendición, también protestó contra el “Estamos ganando” de los medios.

Ese fue un quiebre respecto de cuánto desde la sociedad se le cede al poder mediático y de qué pasa cuando esta misma sociedad asume que debe ser protagonista y exigirle también a los medios de comunicación.

Durante el gobierno de Alfonsín, hubo muchos intentos de recuperar los lugares de la política para la política y no que los medios fueran el escenario y los que pusieran las reglas. Pero este intento fue aniquilado durante los '90, cuando todo pasó a suceder en los sets de TV y la vida pasó a tener también ritmo mediático: zapping y fragmentación. Lo político quedó, así, reducido, a la gestión de funcionarios y al hacer de legisladores.

El año 2001 aparece como otro momento de ruptura. Mientras que en el espacio público desde los graffitis de las paredes se nos invitaba a apagar la tele y salir a la calle, desde un canal de TV nos decían “quedate en casa viendo la tele”.

Y éste es un poco el planteo que involucra a la sociedad a la hora de pensar sus medios de comunicación: si se vuelca al paradigma de lo colectivo para llevar adelante los cambios o se encierra en lo individual y los cambios -o el mantenimiento de lo que hay- los decide el mercado.