

Apuntes sobre lo patológico. *La Nación* y su caracterización del kirchnerismo durante las elecciones presidenciales de 2015

Víctor Castrelo¹
María Sol Franceschetti²

RESUMEN

Este artículo se propone ahondar en la temática en torno a la relación entre medios de comunicación y esfera política. El trabajo consiste en un análisis político del discurso del diario *La Nación* en el período transcurrido entre el 1 de octubre de 2015 y los quince días posteriores al triunfo de Cambiemos en el ballotage, limitando el referente empírico a columnas de opinión y editoriales. Allí se ponen de manifiesto los sentidos que *La Nación* intentó fijar a la noción de populismo, en este caso encarnado por el kirchnerismo. El trabajo busca poner en diálogo algunas de las ideas de Ernesto Laclau y Pierre Bourdieu para dar cuenta de las tensiones que se presentan entre el campo político y el campo periodístico, así como visibilizar las prácticas discursivas puestas en juego por el campo periodístico, a través de las cuales se busca operar sobre la realidad simbólica de la sociedad.

Palabras clave: campo político; campo periodístico; populismo; kirchnerismo; análisis del discurso

1 Centro de Investigaciones Socio-históricas, Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata. Correo electrónico: vitocastrelo@gmail.com

2 Universidad Nacional de La Plata/Université de Pau et des Pays de L'Adour.



Notes about the pathological. *La Nación* and its characterization of *Kirchnerismo* during the presidential elections of 2015

ABSTRACT

This article tries to delve into the relationship between the media and the political sphere. The paper analyzes the speech of the newspaper *La Nación* in the period between October 1, 2015 and the fifteen days following the triumph of the the argentinian political party *Cambiamos*, limiting the empirical reference to opinion columns and editorials. Is in those articles where we can find the senses that *La Nación* attributed to populism, this time embodied in the *kirchnerismo*. The work seeks to put into discussion some of the ideas of Ernesto Laclau and Pierre Bourdieu, understanding that they allow us to understand for the tensions that arise between the political field and the journalistic field, as well as to make visible the discursive practices put into play by the journalistic field, through which seeks to operate on the symbolic reality of society.

Keywords: political field; media field; populism; kirchnerismo; discourse analysis

Fecha de recepción: 09/05/2019

Fecha de aceptación: 01/11/2019

1. INTRODUCCIÓN

El 2015 fue un año de cambios significativos en la accidentada democracia de nuestro país. En principio hubo dos novedades resonantes: las elecciones presidenciales tuvieron un desenlace inédito por la vía del ballotage, al tiempo que fue la primera vez que los dos candidatos más populares se encontraron en la pantalla chica para debatir propuestas de gobierno de cara a una audiencia masiva. Partiendo de que las prácticas discursivas repercuten sobre la realidad simbólica de la sociedad, queremos indagar en los modos a través de los cuales los medios de comunicación construyen representaciones que anclan en la doxa y repercuten en el imaginario social. Es que durante estos períodos puede observarse el despliegue de diversos entramados discursivos de la mano de dos microcosmos diferentes: el campo político y el campo periodístico.

Abordar la relación prensa-política en la Argentina de los últimos años implica introducirse de lleno en los vaivenes de alianzas y disputas que ambos campos mantuvieron durante ese período. Este fenómeno no se restringió al escenario local, sino que funcionó como un patrón común en todos los países latinoamericanos que formaron parte del denominado 'giro a la izquierda'³ en la década pasada. El periodismo tuvo un papel muy destacado en este proceso de reconfiguración de relaciones sociales emprendido por el posneoliberalismo, oficiando de narradores como así también –y esto es lo fundamental– de actores políticos. En ese contexto, surgieron iniciativas estatales tendientes a reconfigurar la estructura de medios, intentos que en definitiva produjeron modificaciones en términos no solo legales sino también simbólicos y que dieron lugar a desplazamientos en las posiciones políticas de los medios hegemónicos, así como en el vínculo entre estos y la dirigencia política.

A lo anterior hay que agregar el clima de polarización social que envolvió –y aun envuelve– al país desde el denominado 'conflicto del campo' de 2008. La decisión de la por entonces presidenta Cristina Fernández de Kirchner de instaurar un nuevo esquema de retenciones móviles a las exportaciones agropecuarias a través de la resolución 125 provocó una violenta reacción de las corporaciones del agro y dio inicio a un escenario de alta confrontación que marcó a fuego a la administración kirchnerista, a los medios de comunicación y a la sociedad en general. El gobierno rompió su alianza tácita con el grupo *Clarín* y profundizó su enfrentamiento con *La Nación*. Gran parte del periodismo tomó partido explícitamente por uno de los dos bandos⁴, mientras que los ciudadanos argentinos siguieron la misma lógica binaria, con lo que el viejo antagonismo peronismo-antiperonismo se vio actualizado volviendo a ocupar el papel de parteaguas que tuvo décadas atrás. Por todo esto, el marco en el que se desarrollaron las últimas elecciones presidenciales estuvo signado por la rispidez, atravesado por las tensiones entre los medios hegemónicos y el gobierno nacional, por el claro posicionamiento de los primeros en relación con el modelo de país deseado y el apoyo deliberado hacia el candidato opositor Mauricio Macri, a la vez que por la permanente vocación por impugnar todo aquello que estuviera teñido de populismo.

3 Se trata de una noción acuñada por José Natanson (2010a, 2010b).

4 Esto marcó el inicio del 'periodismo militante', vinculado al gobierno, pero también, del otro lado, a un 'periodismo de guerra', como reconoció el por entonces editor de *Clarín*, Julio Blanck. Entrevista disponible en: <https://www.laizquierdadiario.com/Julio-Blanck-En-Clarín-hicimos-un-periodismo-de-guerra>

En este trabajo buscamos visibilizar la forma en que el campo periodístico produce y reproduce representaciones con la intención de fijar sentidos sociales. Lo que nos interesa es poner el eje en la caracterización del kirchnerismo a partir de identificar las representaciones que el diario *La Nación* asoció a la noción de populismo durante su cobertura de las elecciones, dar cuenta de los mecanismos discursivos a través de los cuales impugnaron cierta lógica política a la vez que legitimaron determinados imaginarios e ideales, y describir el modo en que en *La Nación* se caracterizó la tensión entre consenso y conflicto en su abordaje de la lógica política kirchnerista.

Optamos por ordenar el trabajo de la siguiente manera: en el primer apartado se dará cuenta de los supuestos teóricos desde los que partimos para llevar adelante nuestro análisis; en la segunda sección, precisaremos las estrategias metodológicas utilizadas; mientras que dentro del tercer apartado se encuentra el análisis del discurso de las columnas y editoriales de *La Nación* durante las elecciones. Para terminar, en la última sección presentaremos una serie de reflexiones finales.

2. ALGUNAS CONSIDERACIONES EN TORNO AL ABORDAJE

Nuestro trabajo tiene por supuestos teóricos las ideas centrales de la Teoría de la Hegemonía de Laclau y Mouffe (2004), quienes conciben al discurso como una práctica articuladora que intenta fijar sentido a lo social para instituirlo. Este enfoque concede al discurso un atributo performativo en tanto articula elementos que luego sedimentarán en un orden social-institucionalizado que, sin embargo, es contingente y pasible de ser dislocado por nuevas articulaciones discursivas capaces de politizar lo que estaba naturalizado, fijando así nuevos sentidos a lo social. Esa imposibilidad de sutura del orden social habilita múltiples formas alternativas ordenamiento (Laclau, 1990). El concepto clave es el de significante vacío, que alude a aquellos significantes cuyo papel en una operación hegemónica consiste en universalizar el conjunto de particulares que integran una cadena de equivalencias⁵.

En esta línea, consideramos que los medios de comunicación tienen un rol clave a la hora de promover o impedir que se fijen o subviertan ciertos sentidos a lo social. Parafraseando a Thompson (2002, p. 320) la comunicación de masas es ante todo parte de una serie de instituciones dedicadas a la fijación, reproducción y mercantilización de formas simbólicas.

Borrot (1989) refuerza esta idea cuando afirma que los periódicos son un 'actor político', que operan influyendo sobre el gobierno, los partidos, los grupos de interés y su audiencia. Cuando el campo periodístico cobra fuerza, las condiciones mediante las cuales los discursos de los candidatos se distribuyen dejan de ser dadas por los partidos, y son los hombres de prensa quienes comienzan a estar autorizados para hablar sobre el tema y brindar su opinión, como profesionales, y como ciudadanos, arrogándose así un doble proceso de legitimación para opinar sobre temas políticos. Los medios siendo juez y parte o, siguiendo a Halimi (1997), como 'perros guardianes de la democracia'.

5 En *La razón populista*, Laclau (2005) ejemplifica el funcionamiento de los significantes vacíos mostrando cómo, en la convulsionada Argentina de los años 70, la figura de Perón operaba como un significante disputado tanto desde los sectores de la izquierda peronista como por los grupos de derecha del movimiento.

Por último, entendemos que es pertinente incorporar algunas de las ideas de Bourdieu (2007), quien piensa la realidad social como un espacio constituido por diferentes ‘campos’ que a través de las relaciones que entablan entre sí constituyen su naturaleza. Esa producción no se da de forma armónica, sino que se desenvuelve en medio de las luchas entre los diferentes campos que la conforman, con la intención de ejercer influencia sobre su desarrollo. El periodístico es uno de ellos, un ‘campo de fuerzas’ (Bourdieu, 1999) en el cual, efectivamente, se ponen en juego subjetividades políticas; allí pueden imponerse diferentes definiciones del mundo social (Bourdieu, 2008).

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El artículo se sitúa en el paradigma cualitativo, decisión basada en las características del problema investigado y en la perspectiva teórica elegida para su abordaje como fenómeno social. La ‘metodología de la hermenéutica profunda’ desarrollada por Thompson (2002, p. 396) también aporta al proceso analítico proveyendo herramientas para el estudio de las formas simbólicas, en tanto es susceptible de aplicarse al estudio de la ideología y la comunicación de masas. La fase interpretativa del análisis opera como un instrumento que permite penetrar en la explicitación de las ideologías, de modo que se ajusta perfectamente a nuestros objetivos. Este enfoque se encuentra en línea con el concepto de Vasilachis (2009) de ‘paradigma interpretativo’, esto es, la estrategia de poner el foco en la producción de sentido de los discursos. Por tanto, este es un análisis político del discurso orientado a indagar en los modos a través de los cuales se buscan construir consensos en torno a ciertos ideales, en otras palabras, la disputa por la hegemonía discursiva (Schuttenberg, 2017a). En relación con el recorte temporal, este se ciñe al período transcurrido entre el 1 de octubre de 2015 y a los quince días posteriores al triunfo de Cambiemos en el ballottage. Finalmente, el corpus abarca las columnas de opinión y editoriales políticas del período en las que se haga mención explícita del kirchnerismo.

4. EL POPULISMO COMO PATOLOGÍA

La cobertura de las elecciones presidenciales en Argentina, durante todo el 2015, se caracterizó por poner la lupa sobre el oficialismo de aquel entonces (kirchnerismo) y sus falencias, siendo más benévola con la oposición, que fue considerada como una alternativa –incluso una esperanza histórica– ante el ‘verdadero problema’: el populismo.

Teniendo en cuenta la centralidad de esta categoría, consideramos que esta puede ser interpretada como una ‘forma simbólica’ (Thompson, 2002), es decir, un componente de lo que Thompson llama ‘fenómenos contextualizados’, los cuales son generados y percibidos por determinados emisores y receptores, quienes se encuentran en un momento sociohistórico específico y poseen las herramientas necesarias para producirlos. El hecho de que dependan tanto de su contexto es lo que las expone a potenciales ‘procesos de valorización simbólica’, es decir, las características que se le asigna a una categoría específica y la forma en que se valúa o devalúa.

La noción de populismo devino forma simbólica por el rol protagónico que adoptó desde los últimos años del siglo XX en América Latina. Este fenómeno se encuentra ligado al giro a la izquierda, el cual generó condiciones que posibilitaron que una lógica política que no tiene contenido ideológico ni programático *per se* (Laclau y Mouffe, 2004) devenga forma simbólica, pasible de ser revalorizada como tal dependiendo del agente que la utilice. Veremos cómo esto se expresa fundamentalmente en una dimensión que tiene que ver con aquellos discursos que ponen el foco en el binomio consenso y conflicto para pensar el populismo.

Nos parece interesante comenzar este apartado revisando una columna de Mario Vargas Llosa, habitual colaborador del matutino porteño *La Nación*:

Los resultados de las elecciones del domingo 25 en la Argentina desmintieron todos los sondeos de opinión según los cuales el candidato Daniel Scioli, apoyado por la jefa de estado, Cristina Kirchner, ganaría en primera vuelta. Y han abierto la posibilidad de que el país que fue algo así como el faro de América Latina salga de la decadencia económica y política en que está hundido desde hace más de medio siglo, y recupere el dinamismo y la creatividad que hicieron de él, en el pasado, un país del primer mundo. La condición es que en la segunda vuelta electoral, el 22 de noviembre, gane Mauricio Macri y el electorado confirme el rechazo frontal que ha recibido en la primera el kirchnerismo, una de las más demagógicas y corruptas ramas de esa entelequia indescifrable llamada peronismo... (Vargas Llosa, 2 de noviembre de 2015)

En primer lugar, es evidente el intento de señalar como una ‘patología’ al peronismo –siendo el kirchnerismo una de sus formas más perniciosas–, un desvío trágico asociado a la decadencia, señalado como una catastrófica separación de los valores y del desarrollo deseable para el país. De acuerdo con la óptica liberal, populismo y democracia son incompatibles y mutuamente excluyentes. De esta manera, la fuerza política hegemónica hasta ese entonces es caracterizada como ajena a la democracia, pues su lógica se hermana con el fascismo y el ‘gigantismo estatal’. Se busca mostrar que la única democracia legítima es la democracia liberal de modo que, por caso, un gobierno cuyas políticas económicas intervengan en el funcionamiento del mercado es un gobierno que circula por fuera de las reglas democráticas.

El siguiente fragmento evidencia el funcionamiento del lenguaje en tanto campo de batalla por la apropiación de símbolos y la naturalización del sentido de determinados significantes –en este caso “democracia”– ocultando las relaciones de poder y los procesos sociohistóricos a través de los cuales se instituyen:

Es verdad que ni siquiera los países más cultos están inmunizados contra las ideologías populistas y totalitarias, como demuestran los casos de Alemania e Italia. Pero el fenómeno del peronismo es, al menos para mí, más misterioso todavía que el del pueblo alemán abrazando el nazismo y el italiano el fascismo. No hay duda alguna de que la antigua democracia argentina –la de la república oligárquica– era defectuosa, elitista, y que se precisaban reformas que extendieran las oportunidades y el acceso a la riqueza a los sectores obreros y campesinos. Pero el peronismo no llevó a cabo esas reformas, porque su política estatista e intervencionista paralizó el dinamismo de su vida económica e introdujo los privilegios y sinecuras partidistas a la vez que el gigantismo estatal. El empobrecimiento sistemático del país multiplicó la desigualdad y las fracturas sociales. Lo sorprendente es la fidelidad de una enorme masa de argentinos con un sistema que, a todas luces, sólo favorecía a una nomenclatura política y a sus aliados del sector

económico, una pequeña oligarquía rentista y privilegiada. Los golpes y las dictaduras militares contribuyeron, sin duda, a mantener viva la ilusión peronista. (Vargas Llosa, 2 de noviembre de 2015)

El párrafo citado da cuenta de aquello mencionado por Eccleshall (1993) acerca de que toda ideología tiene una representación de la sociedad y un programa político: el discurso es el encargado de vincular esos dos niveles, es decir, acercarse al fin deseado a través de una perspectiva coherente. Esto se repite constantemente en las columnas y los editoriales del diario durante el periodo investigado:

Quienquiera que llegue a la Casa Rosada deberá encarnar un liderazgo absolutamente distinto a los liderazgos que estamos acostumbrados a ver en la Argentina. Deberá anteponer la humildad y deponer la arrogancia. Deberá gobernar junto a los mejores, sean del partido que fueren, y no junto a los amigos. Deberá privilegiar el diálogo multipartidario y abandonar las mesas chicas del poder. Deberá buscar consensos políticos y sociales, dejando de lado el personalismo; escuchar antes que abrumarnos con cadenas nacionales. Deberá liberar a las fuerzas productivas en lugar de fomentar un intervencionismo asfixiante (...) Porque la política no es otra cosa que ideas, diálogo, consensos y negociación, y debe dirigirse, antes que, a la búsqueda del poder, a la construcción de políticas de Estado tendientes al bien común. (Editorial, 20 de noviembre de 2015)

Este editorial, de carácter imperativo, posee además una alta densidad ontológica, pues ofrece nada menos que una definición acerca de qué es 'lo político': ideas, diálogo, consenso y negociaciones orientadas a la búsqueda del "bien común". En línea similar, en un editorial publicado luego de la primera vuelta, el diario insiste con la idea de que "la búsqueda de consensos que implica la segunda vuelta debe servir para avanzar hacia un nuevo estilo de gobierno, basado en el diálogo y la tolerancia", y agrega que "queda claro que en la nueva etapa que se abre en el país el diálogo, los consensos y la unión de los argentinos deben surgir como una condición natural para el éxito de la democracia y no ser vistos como una debilidad de quienes tengan la responsabilidad de gobernar" (Editorial, 27 de noviembre de 2015). El disenso y el conflicto son excluidos. Este es un mecanismo de impugnación de a) una lógica política y b) 'lo político' en sí, toda vez que, como sostienen Laclau y Mouffe (2004), lo inherente a 'lo político' es el conflicto. Al naturalizar la idea de consenso, lo que se procura desde el campo periodístico es anular la lógica de gobierno del kirchnerismo, provocando efectos de sentido sobre la realidad simbólica del país y ejerciendo poder simbólico el cual, siguiendo a Bourdieu (2008), se caracteriza por ser 'invisible'.

En otra parte del mismo texto, el diario construye su propia cartografía concibiendo un mundo conformado solo por las potencias occidentales neoliberales:

El mundo nos está observando. Es un mundo ante el cual pasamos a ser irrelevantes y al que asombramos por nuestra sucesión de fracasos a pesar de las enormes potencialidades que anidan en el país. Si los argentinos demostramos que podemos tolerarnos y respetarnos entre nosotros mismos, buscando la concordia, es más que probable que el mundo vuelva a darnos una oportunidad para acogernos y para que superemos nuestro triste aislamiento internacional. (Editorial, 27 de noviembre de 2015)

La 'concordancia' es el requisito para superar dicho aislamiento, una vez más, acallar los disensos para poder ajustarse a los imperativos del globalismo neoliberal. Esta hoja de ruta indicada al nuevo gobierno refleja el rol de actor político que asume el periódico como agente capaz de afectar procesos de toma de decisiones en el sistema político. En ese sentido, un diario constituye un grupo de interés en sí mismo, que en muchos casos participa directamente en el conflicto utilizando diversas estrategias, al tiempo que busca fijar sentidos e instituir ciertas formas de legitimidad de lo social dado su rol de agente de socialización que influye sobre sus lectores (Borrat, 1989).

En otro editorial publicado a fines del mismo mes, la declaración de intenciones es elocuente desde el título: "Tiempo de desarmar la máquina de odiar". Se afirma que "A lo largo de más de una década, el kirchnerismo ha montado una perversa estrategia destinada a dividir y a enfrentar entre sí a los argentinos" (Editorial, 31 de octubre de 2015). ¿Qué fue el kirchnerismo para *La Nación*? Una "máquina de odiar" basada en la división del tejido social, en la creación de enemigos. Precisamente eso es el populismo en los términos de Laclau (2005): antagonizar al interior del tejido social, crear polos opuestos que permitan sacar a relucir contradicciones y choques de intereses que estaban invisibilizados. La diferencia es que el diario concibe el antagonismo en clave moral, y no política. Durante todo el texto se intercala la descripción de esa "máquina de odiar" con imperativos como "es necesario que", "es momento de", "es imprescindible", "es necesario también", "es preciso".

A continuación, queremos detenernos en una columna de opinión de Jorge Fernández Díaz, una de las plumas estrella del matutino:

El kirchnerismo se intoxicó de discurso y se ahogó en su propio charco de palabras. Vidal no es peronista ni antiperonista, no es radical, no es liberal, no es de derecha ni de izquierda. Su primera medida no consistirá en la convocatoria a una épica grandilocuente, sino en algo más modesto: la puesta en marcha de redes cloacales y obras hidráulicas para que no haya más inundaciones. Así de simple. Las cloacas derrotaron al revisionismo histórico y la ingeniería a los relatos emancipadores, o como diría el sociólogo Eduardo Fianza: "El Metrobús venció a la lucha de clases". El sustantivo "gestión" suplanta al vocablo "ideología": Vidal no quiere reducir el Estado, como propone el liberalismo, sino gestionarlo con eficiencia. Para algunos tilingos de la progresía esto puede resultar insignificante o banal. Pero después de tanta narrativa y cifra adulterada, y tanta ficción marketinera, gestionar parece revolucionario. (Fernández Díaz, 1 de noviembre de 2015)

Nos interesa sobre todo la idea del 'relato', del kirchnerismo que "se intoxicó de discurso". Lo sustancial allí es que se niega el hecho de que toda identidad política está sustentada en un discurso. Sin embargo, como sabemos desde Barthes (1999), no hay identidad política posible sin relato que la sustente. Más adelante, se contrasta el relato con la figura encarnada por la candidata a gobernadora María Eugenia Vidal: ella no es de izquierda ni derecha, ni peronista ni antiperonista. No tiene ideología. Y eso, lejos de ser un problema es una ventaja: no se dedica a lanzar discursos de épica grandilocuente –relatos– sino que se limita a gestionar.

Al igual que la manera en que la valorización de una forma simbólica como la categoría 'populismo' sirve para legitimar un determinado discurso político, el uso de

conceptos que por momentos suenan erráticos o difíciles de materializar, como el significante ‘ciudadanos’ suponiendo un colectivo, del cual quien escribe forma parte, junto con el hecho de expresar intereses propios en el nombre de la ciudadanía argentina, genera dos fenómenos altamente beneficiosos para un discurso que se pretende hegemónico, su afianzamiento y sedimentación:

Ha sido un basta rotundo al relato que reescribe la historia en beneficio de un sector determinado, al revanchismo, al populismo y al sometimiento que éste implica, y a una forma de gobernar autoritaria, totalmente sorda e insensible a la opinión ajena. (Editorial, 24 de noviembre de 2015)

La impostura es señalada especialmente en dos esferas: por un lado, la política de Derechos Humanos del kirchnerismo, la cual no habría respondido a un genuino interés por revisar y hacer justicia en relación a los crímenes de lesa humanidad sino a una estrategia deliberada para acumular poder, por eso se señala que “Es necesario también dejar de utilizar las estructuras del Estado para el uso político del revanchismo, bajo el torpe disfraz de la defensa de los derechos humanos” (Editorial, 31 de octubre de 2015).

El fragmento anterior evidencia la forma en que los medios de comunicación legitiman su rol como compañeros de la ciudadanía; esto se logra simulando un proceso de *accountability vertical* (O'Donnell, 2004) a través de la exposición de actos de corrupción, conocidos como “escándalos mediáticos” (Peruzzotti y Smulovitz, 2002). *La Nación* se presenta como los ojos de los ciudadanos en los ámbitos donde estos no pueden ver. Es así como se unen inexorablemente los comunicadores con la ciudadanía, ya que ambos llevan a cabo una lucha mancomunada frente al mal de la corrupción. Gracias a esta relación los medios de comunicación se hacen de un capital social y simbólico muy difícil de derribar, toda vez que ambos son presentados como víctimas de los mismos males. Una vez que la asociación entre medios de comunicación y ciudadanía se convierte en orgánica, puede plantearse una amistad implícita y presentar la totalidad de los intereses del mercado como un interés común a toda la ciudadanía, poniendo así en funcionamiento el capital simbólico que posee el diario.

Pasada la primera vuelta y ya en camino hacia el ballotage, el diario siguió ejerciendo de actor político cada vez con más ahínco:

El 22 de noviembre no se enfrentan en las urnas “dos modelos”, porque, sencillamente, esa alternativa no existe. No hay una Argentina enfrentada con el mundo y otra integrada; una Argentina “estatal” y otra “privatizada”; una Argentina de “los pobres” y otra de “los ricos”. No hay una “patria” y una “antipatria”. Durante una década incorporamos estas falacias argumentales como verdades reveladas. Ha llegado la hora de superarlas construyendo una Argentina justa, libre y soberana (sabia síntesis de Perón) en asociación con nuestros vecinos e interactuando con todo el mundo sin prejuicios ni preconceptos. (Guelar, 11 de noviembre de 2015)

Acá se muestran los antagonismos como si se trataran de falsas antinomias. No hay dos argentinas, hay una sola: se apela al concepto de ‘Nación’ para subordinar las contradicciones que atraviesan al tejido social. Como afirma Anderson (2006), las naciones se construyen a partir del olvido. En este caso se trata del olvido de un pasado dividido entre unitarios y federales; peronistas y antiperonistas.

En los días previos al ballottage también se buscó señalar afecciones de la práctica política, todas ellas ligadas al populismo, destacando que “El primer ballottage en la historia de las elecciones presidenciales de la Argentina constituirá, además de un desafío, una excelente ocasión para dejar atrás las ambiciones hegemónicas basadas en liderazgos personalistas” (Editorial, 27 de octubre de 2015). La búsqueda de hegemonía y el personalismo son deslegitimados en tanto afecciones de la política. Pensándolo en términos de Bourdieu, esto refleja la interpenetración del campo periodístico y el campo político: el primero le dice al segundo –y a las audiencias y el electorado– qué es la democracia, mientras que el campo político se ve condicionado por esas definiciones. Esto llegó a un extremo en el caso de Daniel Scioli, quien tuvo que atenuar en varios tramos de su campaña las marcas identitarias y el *ethos* político de la fuerza que representaba.

Para cerrar este apartado, queremos analizar una columna del historiador Luis Alberto Romero:

Borges se equivocó, en cambio, cuando calificó a los peronistas de “incorregibles”. Por el contrario, se han corregido permanentemente, adecuándose a los cambios del país mucho más rápido que nadie. La clave de su perduración está en la capacidad de ofrecer regularmente nuevas versiones, acordes con las sensibilidades dominantes, pero conservando lo necesario para que su identidad no sea puesta en duda. A un historiador no lo sorprende esta continuidad en el cambio: todo es así. (Romero, 14 de octubre de 2015)

Romero ensaya una definición del peronismo en tanto identidad política. El peronismo no es un partido ni un movimiento, es una franquicia. Una máquina política que recoge e irradia poder y que va mutando en función del contexto y el clima de época. El argumento abona a la figura del peronismo como gatopardismo: mudar de piel para adecuarse al clima reinante. Sin embargo, se habla de “conservar lo necesario para que su identidad no sea puesta en duda”.

En síntesis, se fue construyendo una larga cadena de significantes o unidades lexicales que sintetizarían la identidad del populismo. Todos ellos abrevan en atributos negativos: corrupción-demagogia-autoritarismo-odio-impostura-enfermedad. Esto, paradójicamente, implica la necesidad de construir una otredad. Articular un discurso que antagonice en torno a ella es algo imprescindible. Esta situación paradójica ha sido puesta en evidencia por Schuttenberg (2017b) en el análisis de la articulación discursiva de Cambiemos, alianza triunfante en aquellas elecciones, cuyos rasgos distintivos son en gran medida homologables a los del diario *La Nación*, pues ambos edificaron una frontera antagónica en el marco de la batalla por la hegemonía. Esto supone que, independientemente de las proclamas republicanas, el llamado a recuperar las instituciones y a abandonar las prácticas perniciosas del populismo, el modo de configuración de la propia identidad sigue los pasos de la tan desdeñada lógica política populista.

5. REFLEXIONES FINALES

A lo largo de este artículo hemos intentado dar cuenta de los mecanismos discursivos a través de los cuales el matutino porteño *La Nación* caracterizó al kirchnerismo durante las elecciones presidenciales del 2015, particularmente en lo referido a su

lógica política. Más allá de que los editoriales tengan un carácter muy homogéneo y las columnas de opinión presenten ciertos matices entre sí, es insoslayable que comparten el uso de metáforas biológicas para describir una forma de lo político. El uso de unidades léxicas como ‘patología’, ‘enfermedad’ o ‘tóxico’ constituye el punto de partida de una secuencia lógica que conduce a la ‘sanación’ como horizonte necesario. Vale decir que esto recuerda a la narrativa de la última dictadura militar argentina, en la cual también se utilizaban metáforas de este tipo para describir al país como un ‘cuerpo social enfermo’, un organismo vivo atacado por un ‘virus’, un ‘flagelo’ que disemina una infección que, de no generarse los anticuerpos necesarios terminará por provocar una infección generalizada e irreversible. Es un recurso que transmite una preocupación en torno al orden social, asumiendo que todos entienden en qué consiste el estado de salud (Iazzetta, 2013). Ayer la subversión, hoy el populismo.

En contrapartida, la exhortación a recuperar la República para curar al país es asociada indefectiblemente a la aceptación del imaginario liberal (en lo económico) y conservador (en lo social) como si se tratara del único horizonte posible. Algo a subrayar es cómo la celebración del consenso, el diálogo y la pluralidad entran en contradicción con la férrea voluntad por expulsar al populismo-peronismo-kirchnerismo de una vez y para siempre del sistema político argentino. El pluralismo naufraga cuando el voto popular lo aproxima a orillas no deseadas, ‘patológicas’, que pueden derivar en pesadillas liberales como el intervencionismo estatal, es decir, la antítesis de la teoría de las ventajas comparativas que ha signado la dinámica económica, política y social del país desde su origen.

En segundo lugar, *La Nación*, como representante del campo periodístico, dispone de herramientas que le permiten influir sobre la arena política en general y sobre el campo político en particular. Con Bourdieu (1999) podemos dar cuenta de estos recursos en tanto ‘capitales’. Varios de ellos fueron utilizados por el diario, por ejemplo, el estatus de profesionales de la comunicación, que los legitima como intérpretes de la realidad y, al mismo tiempo, ciudadanos no políticos, pudiendo atribuirse la representación de la ciudadanía.

Durante el desarrollo del trabajo expusimos tres formas diferentes que puede adoptar el populismo como categoría, dependiendo del emisor. Por tanto, nos encontramos con el populismo como: a) dinámica política; b) forma simbólica; y c) capital simbólico, es decir, como herramienta para poder ejercer influencia sobre la realidad simbólica de una sociedad. Mientras que la primera naturaleza expuesta puede convivir sin demasiados problemas con la idea de democracia y con lo que esta representa –ya que es interpretada como una forma específica de gobierno–, las siguientes dos interpretaciones son excluidas por la categoría democracia, a raíz de los atributos que les fueron otorgados por el diario. Un ejemplo que expone con claridad esta diferencia entre conceptualizaciones es el momento en el cual Vargas Llosa utiliza la noción de ‘régimen’ refiriéndose al gobierno kirchnerista. El énfasis puesto por los escritores de *La Nación* en caracterizar al gobierno anterior como un régimen supone la ausencia de las condiciones democráticas como tales en el imaginario del sentido común.

Finalmente, es redundante la descalificación del peronismo en general –y el kirchnerismo en particular– en tanto identidad política. Para el diario fundado por Bartolomé Mitre no se trata de un movimiento de masas que históricamente –aunque con sinuosa trayectoria– ha representado a los sectores populares desde mediados

del siglo pasado, sino de una franquicia política, una máquina de odiar que se ha camuflado de acuerdo con el espíritu de época dominante para perpetuarse en el poder. Por todo esto decimos que, visto en perspectiva, la cobertura de las elecciones se erigió como una suerte de memorias del desvío propiciado por los errores de una ciudadanía que cegada por impostores y demagogos se extravió e hizo posible ese desvío con su voto.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aguinis, M. (12 de noviembre de 2015). Con patriótica contención y sin revanchismos. *La Nación. Opinión*, p. 23.
2. Anderson, B. (2006). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
3. Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo XXI.
4. Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
5. Bourdieu, P. (1999). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.
6. _____ (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires : Siglo XXI.
7. _____ (2008). *Sur la télévision*. Paris: Raisons d'Agir.
8. Eccleshall, R. (1993). *Ideologías políticas*. Madrid: Tecnos.
9. El ballotage, un paso para dejar atrás el personalismo (27 de octubre de 2015). *La Nación. Editoriales*, p. 26.
10. Fernández Díaz, J. (1 de noviembre de 2015). Cristina ya no es garantía para el peronismo. *La Nación. Opinión*, p.31.
11. Guelar, D. (11 de noviembre de 2015). Un nacionalismo bien entendido. *La Nación. Opinión*, p. 21.
12. Hacia una Argentina distinta (20 de noviembre de 2015). *La Nación. Editoriales*, p. 22.
13. Halimi, S. (1997). *Les nouveaux chiens de garde*. Paris: Liber.
14. Iazzetta, M. (2013). Genealogía de las metáforas biológicas utilizadas para representar al 'enemigo subversivo'. Violencia y política durante el Golpe de Estado de 1976 en Argentina. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, Vol. 22, N° 3, pp. 733-751.
15. Laclau, E. (1990). *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
16. _____ (2005). *La Razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
17. Laclau, E., y Mouffe, C. (2004). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
18. Natanson, J. (2010a). La nueva izquierda latinoamericana frente a los medios de comunicación: una relación compleja. *Temas y debates*, 20, pp. 61-67.
19. _____ (2010b). Medios y 'nueva izquierda': algunos apuntes impresionistas. En Rincón, O. (ed.), *¿Por qué nos odian tanto? Medios y Estado en América Latina* (pp.15-21). Bogotá: FES.
20. O'Donnell, G. (2004). Accountability horizontal: la institución legal de la demanda política. *Revista Española de Ciencia Política*, 11, pp. 11-31.
21. Peruzzotti, E., y Smulovitz, C. (2002). *Controlando la política. Ciudadanos y medios en las Nuevas Democracias Latinoamericanas*. Buenos Aires: Temas.
22. Por un país normal (22 de noviembre de 2015). *La Nación. Editoriales*, p. 32.
23. Reconstruir el tejido social (13 de octubre de 2015). *La Nación. Editoriales*, p. 20.
24. Romero, L. A. (14 de octubre de 2015). Mas que un partido o un movimiento, una franquicia. *La Nación. Opinión*, p. 25.
25. Schuttenberg, M. (2017a). 'La revolución de la alegría' ¿Una articulación populista? *Question*, Vol. 1, N° 53, pp. 127-148.
26. _____ (2017b). "De la locura a la normalidad. La Nación y los primeros cien días de Macri". *Trabajos y comunicaciones*, 2da Época, N° 47, pp. 1-17. Recuperado de: <https://www.trabajosycomunicaciones.fahce.unlp.edu.ar/article/download/TyCe053/9122/>
27. Thompson, J. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.
28. Tiempo de desarmar la máquina de odiar (31 de octubre de 2015). *La Nación. Editoriales*, p. 32.
29. Vargas Llosa, M. (2 de noviembre de 2015). Una esperanza para la Argentina. *La Nación. Opinión*, p. 17.

30. Vasilachis, I. (2009) "Los fundamentos ontológicos y epistemológicos de la investigación cualitativa". *Forum: Qualitative Social Research* Vol. 10, N° 2. Recuperado de <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1299/2778>