



## **Seminario**

### **Hacia el Fin del Milenio**

(8 de abril - 1º de julio 1992)

**Tema General:**  
*La distribución del capital cultural*

**Mesa**  
Presencia de los medios masivos

**9**

---

**Alberto Quevedo**  
**Carlos Ulanovsky**

## INTRODUCCION A CARGO DEL COORDINADOR GENERAL Lucio Cerdá

*Para la mesa de hoy estaba programada la presencia de cuatro personas: Monseñor Laguna tuvo que viajar a Mar del Plata, pero nos pidió participar en el Seminario, así que lo encontraremos en la mesa del 17 de junio denominada "Las riquezas de las naciones".*

*Aníbal Ford nos llamó hace algunos días avisándonos que un viaje imprevisto le impediría poder acompañarnos.*

*Contamos, en cambio, con la presencia del licenciado Alberto Quevedo y de Carlos Ulanovsky.*



## EXPOSICION DE Alberto Quevedo\*

Buenas noches. Ante todo quiero agradecer a los amigos de ATE que me han enviado esta invitación y, en particular, a los muy amigos del IDEP que han tenido la gentileza de permitirme participar en este seminario de reflexión. He elegido hablar acerca de los medios masivos pero, en particular, preguntando sobre la relación que existe hoy entre medios de comunicación y política, y diría yo, dado el tono general del Seminario, teniendo como trasfondo las importantes y recientes transformaciones de este fin de siglo que se nos aproxima.

Me gustaría hacer un breve recorrido sobre tres puntos. Uno: breve reflexión a un señalamiento sobre la enorme revolución que se vive hoy en el tema de los medios de comunicación. Esto no es nada original. También se vive una profunda revolución y transformación a nivel de la industria, del sindicalismo y de otras áreas de la vida social, política y económica del país. Pero dentro del tema "medios", sin duda en los últimos años se han producido algunas transformaciones que vale la pena señalar y tener como telón de fondo.

El segundo aspecto que me gustaría señalar brevemente es el de los cambios, ciertos cambios, producidos en la política en relación con los medios y en lo que tiene que ver con sus principios de legitimación. Y me gustaría cerrar con unas hipótesis sobre la articulación que tienen, hoy, medios de comunicación y política en la Argentina.

Sobre el tema de esta revolución que se vi-

ve en los medios de comunicación, quisiera señalar, en principio, que vivimos en este fin de siglo un fenómeno industrial desconocido hasta hoy. Un fenómeno relacionado con el modo como están operando los medios de comunicación (MC) y el modo industrial en que operan. Ese modo ha tenido en los últimos años esa forma de concentración y de formación de lo que se da en llamar "los multimedia", es decir un proceso de concentración en manos de pocas empresas de distintos medios de comunicación que supone, no sólo ciertas consecuencias para la forma o con aquello que tiene que ver con las formas en la cual está articulado hoy el espacio público en la Argentina, sino que posee —desde el punto de vista industrial— consecuencias en el modo que los medios producen hoy. Es decir, cuando se han formado estos conglomerados "multimedia" que reúnen canales de televisión, de cable, radios, diarios, revistas, etc., se produce una transformación en relación con espacios industriales y con la concentración o internacionalización de lo que podríamos denominar en términos globales "el espacio audiovisual". Lo que fue la Guerra del Golfo nos sirve como para tener una idea del modo como operan hoy los MC internacionalmente y la manera industrial que tienen nuestros medios locales de asociarse, de adoptarse a la información, el comentario, los análisis producidos internacionalmente. Por otro lado, esta revolución que señalo en los MC tiene otro aspecto, que me gustaría dejarlo ahí como un telón de fondo, y es el modo como la gente se vincula con el complejo espacio audiovisual.

\* Sociólogo y docente en la Universidad de Buenos Aires.

Ha habido un crecimiento en los últimos años también desconocido, que ha multiplicado las pantallas en el hogar de un modo bastante sorprendente, las horas que la gente se expone a lo audiovisual. ¿Por qué? No sólo por la expansión de la televisión: todos conocen estos fenómenos de aparición de la televisión por cable, lo cual supone una multiplicación de la pantalla pero, además, en lo que tiene que ver con un fenómeno de equipamiento del hogar que incluye videocaseteras, el cable, computadoras, los video-games, etc. En fin, todo un complejo sistema audiovisual que incluye a los MC, pero los desborda. Diría yo que supone otros fenómenos culturales, entre los que podría señalar, al pasar, el hecho de que el hogar se ha transformado en una enorme receptoría de cultura (usando el término en forma muy global).

Y se ha producido una especie de privatización o reprivatización de la vida privada. Una reclusión cada vez mayor en el hogar, usufructuando esto que algunos han dado en llamar una cultura a domicilio donde el cine, la computadora, la televisión, el mundo, la información, el contacto posible internacional a través de las redes de computación, etc., etc., ha vuelto al hogar un objeto bastante complejo de analizar; todavía no tenemos del todo claro cuáles van a ser los efectos en la vida social.

Señalo esto porque, nos guste o no, este fenómeno ocurre. Hay una privatización de los consumos y de la vida social, acompañado de esto otro que es la concentración de la industria del medio.

Un segundo aspecto de estos tres puntos que quería tocar es cómo, en medio de este fenómeno, se produce el nacimiento de una nueva relación entre MC y política; relación que tiene tanta edad como los medios, pero que ha sufrido algunas transformaciones bastante grandes, sobre todo con la aparición de Menem en el espacio público luego del '89. Esto es, existen dos

o tres aspectos de un fenómeno que tienen que ver con el modo como Menem, una vez que es electo Presidente, comienza a operar políticamente en los MC. Es decir, el modo particular como Menem ingresó a los MC. El significó para esta vinculación entre MC y política un dato nuevo. Un dato original, y yo lo señalaría en tres o cuatro aspectos.

La primera característica sobre esta forma menemista de hacer radio y televisión, concentrada en la figura de Carlos Menem, es el hecho de que el Presidente comienza a establecer un vínculo con la gente, transmitiendo las 24 horas del día. Es decir, Menem no utiliza los MC como un amplificador de su voz, en el sentido más tradicional con que muchas políticas lo pensaron, o sea "puedo utilizar la red de medios cuando quiera para transmitir un mensaje político, un discurso o un acto". No. Menem comienza a tener una relación mucho más cotidiana con los MC en todo lo que suponen los medios. Es decir, en el modo como los MC le dan forma al mensaje. Creo que Menem no sólo utiliza los MC para vincularse con la gente de ese modo tan original, por lo menos que un presidente lo haga y además que un presidente que viene del peronismo lo haga, cuando la tradición del peronismo tiene que ver con la calle, con el acto, con la plaza.

Este modo deliberado que tiene Menem de ingresar a los MC supone un cierto pacto. Por un lado, utiliza los MC cotidianamente no sólo para decir discursos oficiales en forma más tradicional o no sólo en momentos de campaña electoral; sino que lo utiliza más cotidianamente y, por otro lado, acepta ingresar a lo que son las reglas propias de los MC: que no son las reglas de la política, ni siquiera son las reglas de la estrategia política que puede tejer un político o que, en el caso particular de Menem, puede él planificar.

Creo que Menem significa una novedad también en este punto: toma de los medios el

modo como los MC hablan, construyen lenguajes, dan formato a ciertas esferas de la vida social o cultural.

El ejemplo más fuerte, después seguido por buena parte de la dirigencia política, es la aparición de Menem en programas, no sólo como lo hacía en principios de la Gestión, sino aprendiendo un libreto televisivo. Es decir, la aparición en *"Polémica en el Bar"*, o el programa de Tato Bores, a fin del año pasado, donde además la televisión, al igual que casi todos los MC, exponen el modo artificial de la cena que tiene con Tato.

Menem acepta que los MC tienen ciertas reglas e ingresa a esas reglas haciendo política. Acepta esas reglas, y con ellas, hace política.

Si nosotros tuviéramos que delimitar cuáles son los ámbitos de la palabra "política", creo que nos meteríamos en un brete bastante difícil. ¿Por qué? Porque, excepto que tengamos una idea sustancialista del lugar donde se encuentra la política, tendríamos que estar abiertos a suponer que los modos como se hace o se habla de política pueden ser bastante variados y que se puede hablar de política o hacerla indirectamente de aquellas formas tradicionales, que son el discurso de un presidente o ministro, en el acto partidario, o en la Cámara de Diputados, o en la televisión.

Creo que Menem empuja a la política hacia otros lenguajes: comienza a desritualizar la palabra política, cuando se encuentra con los medios en lugares no acostumbrados para un Presidente de la República. Es decir, en *"Feliz Domingo"* o en el programa de Tinelli jugando al fútbol, jugando al básquet, bailando tangos en *"Grandes Valores del Tango"* e incluso intentando cantar, y no en aquellos programas donde esperamos encontrar a los políticos.

Esté modo de "entrar" en diagonal y de entrar por el chiste, por la ficción, por el baile, por el deporte, creo que es absolutamente novedoso entre este cruce histórico, y además que ha

tenido muchas formas, entre cultura y MC.

Hay en Menem una deliberada estrategia de la imagen por encima de la palabra. El desritualiza el discurso político, pero además lo vuelve más "soft", en el sentido de que le saca carga doctrinaria, tradiciones. Por supuesto que esto no es una concesión a la TV, es un modo de hacer política, un modo de decir: *"Si yo me estoy proponiendo —como Menem se propone— producir un cambio fuerte en la cultura política de este país, lo hago de modo fuerte"*. Es decir, lo hace, de cierta manera, rompiendo con formas de anclar la política que son el discurso político en un acto disciplinario. Creo que Menem no sólo rompe las mediaciones, privilegia un contacto directo con la gente y lo hace en otro lugar y utilizando los medios.

Finalmente, sobre este tema quisiera señalar algunas breves consecuencias que pueden tener para la relación más general entre MC y políticas estos señalamientos. Lo primero que quisiera subrayar es esto que recién dije y me parece que la política o la forma de hacer política se ha corrido a otros escenarios y que tiene otros lenguajes. Y para entender el proceso cultural o de transformación cultural que hoy vive la Argentina hay que entender que esto, en gran medida ha llegado para instalarse y que gran parte de la dirigencia política ha acompañado esta forma menemista de vincularse con el discurso político, etc. Esta manera en la cual el político comienza a decir en el espacio público.

En ese sentido, los MC, y en particular la TV, les dan a los políticos un espacio mayor, siempre y cuando exista este espacio de pacto de doble concesión. Los políticos están en todos los programas. He hecho un cálculo del total de los programas que se emiten por TV y, trascendiendo aquellos eminentemente políticos como el de Neustadt, Grondona, etc., en 32 participan los políticos como invitados permanentes, siempre hay un político invitado. Pero es a condición de que ellos ingresen en las reglas del me-

dio. Hay una especie de maridaje con una doble renuncia. Por un lado, la TV o los medios audiovisuales aceptan a los políticos en muchos más lugares pero, por otro, los políticos se adaptan a lo que son las reglas del medio mucho más que en otras épocas.

Durante el año pasado había un programa de Berugo Carámbula llamado *"Yo amo a Berugo"*, al que siempre estaba invitado un político. Este se enfrentaba con un vendedor de un círculo cerrado *"Cana 80"* o *"Cana 90"*, quien se supone era una garantía de los políticos —por si iban presos— de poder suscribir desde antes una cuota para estar asegurados en la prisión. Incluso suponía cobertura familiar, etc., etc. El hecho de que muchos políticos se prestaran a este juego con un libreto escrito (entre ellos recuerdo a Luis Zamora, quien viene de una tradición que supondría en otras épocas una difícil vinculación con los medios) hace que las transformaciones del discurso político y las de los lugares de la política, están corriéndose y cambiando bastante. Sobre todo en este encuentro con los MC.

La segunda cosa que me gustaría señalar es que esta forma transpartidaria que ha elegido Menem para la formación del poder y esta operación por dentro de los MC que yo venía señalando, acarrea problemas bastante complejos en la política, y es que se supone que la decisión política o los procesos decisorios en la política comienzan a tener un modo de presentación bastante diferente del que tuvo en otras épocas.

La decisión política aparece directamente en la opinión pública; primero es lanzada en la opinión pública, y aceptada de algún modo por los medios, y luego ingresa en lo que nosotros conocemos como circuitos más tradicionales de la política —partidarios o de formación de poder más tradicional. Un ejemplo es el discurso de Menem de ayer; discurso absolutamente inesperado en el que sólo cuatro personas se enteraron de la decisión de Menem acerca de esa

iniciativa fuerte en el tema de los jubilados y de YPF. El se para frente a una cámara de la TV: tomó la iniciativa política primero en los medios y luego en las internas del Congreso, en las internas partidarias.

Hay un corrimiento, una operación que empieza a dibujar un esquema: decisión política-MC-espacios públicos. Mucho más que otras maneras de articular esto que sería el proceso decisorio vinculado con partidos, estructuras partidarias o poderes y luego volcados a la sociedad. Menem certifica con estos actos una peculiaridad bastante clara en su gestión: siempre parece adelantado a las discusiones del partido o del Congreso. Parece que la política fuera unas horas retrasadas respecto del reloj de Menem. Y el discurso de ayer vuelve a mostrar esta característica.

Y lo último sobre este tema: la sociedad también comienza a reaccionar frente al poder, comienza a reaccionar a través de los medios. Estos son utilizados y además producen una serie de hechos, de denuncias, de actos o de modos de hacer política que tienen peso porque se hacen para los medios, porque aparecen allí. Todo el tema "jubilados" desde el año pasado con todo lo que ustedes conocen de manifestación pública, creo que la magnitud de ese tema y el modo como conmocionó al espacio público, ese tema no se podría entender sin los MC. Ellos tomaron ese tema por motivos que sería bueno, pertinente analizar (tanto en éste como en otro caso). Pero el tema de los jubilados se empieza a instalar en la escena pública también articulados por los MC. Estos comienzan a legitimar, a aceptar determinados reclamos o a introducirlos en la agenda pública. Reclamos de la sociedad. Y a contrarrestar en cierto modo la forma en que el poder opera hoy en la Argentina en su mismo terreno.

Finalmente, y para terminar, quisiera dejar una última reflexión mínima que no tiene tanto que ver con estos procesos tomados más pun-

tualmente, que me parece que se pueden discutir en la Argentina, sino tomar un tema que creo que a todos nos llamó mucho la atención para pensar algo de la Argentina pero de otro modo. Es el tema del caso de Rodney King. Creo que todos conocen el episodio de este señor negro que fue golpeado duramente en EE.UU. hace más de un año y que desemboca en este juicio donde el jurado considera inocente a quienes actuaron en esa brutal golpiza.

Todos sabemos lo que ocurrió y se han escrito muchas cosas sobre ello, pero yo quisiera tomar ese tema. Igual que a todos ustedes, me llamó mucho la atención cómo ese tema ingresó en la escena pública e incluso el modo como ese tema parece haber desatado una violencia inesperada en EE.UU. Me gustaría tomarlo para hacer una breve reflexión entre medios y espacio público o formación del espacio público.

Para esto quisiera traer un par de reflexiones sobre lo que yo llamaría cuáles fueron las utopías dominantes acerca de los MC en el Siglo XX. Creo que el modo más fuerte como se pensó cuál iba a ser el papel de éstos en el Siglo XX, tiene que ver con atribuirle a los MC, y atribuirles sobre todo a las posibilidades técnicas que comenzaron a aparecer ya desde principios del Siglo XX, un poder enorme, un poder de control, un poder de dominación que iba a ser desconocido para la humanidad. Los integrantes de la Escuela de Frankfurt, allá por los años '30 y '40, se horrorizaban y se preocupaban mucho por los fenómenos que comenzaban a haber de utilización de la radio, cuando la radio comenzaba a estar articulada con la política. Y de ahí en adelante aparecen una serie de miradas sobre el futuro, donde tal vez el libro "1984" resume un poco esto, al mostrar un mundo dominado por una sola mirada. Es decir, el desarrollo tecnológico que suponen los medios de comunicación en manos del poder, llevaba a pensar un mundo futuro dominado por una sola mirada y dominado por una estrategia de control

que tenía que ver con la utilización de los medios para el poder.

Muchas utopías de fin de siglo, "1984" es una sola de ellas o el *Big Brother*, que mira todo desde un solo ojo que no es mirado, como la fantasía que Foucault llamaba el "panoptismo", o sea la fantasía del absoluto dominio sobre el espacio social.

Yo quisiera traer el caso de Rodney King, porque me parece que en cierta medida contradice esta idea de un espacio público iluminado solamente por un rayo de luz que es el del ojo de la mirada del poder. Porque el caso de King muestra cómo una mirada absolutamente casual, doméstica, de alguien que tenía una video-cámara en ese momento, echa luz sobre una escena que seguramente el poder hubiera deseado ocultar. Y aparentemente, esto habría que discutirlo, yo no adheriría tan fácilmente a la hipótesis de que este video produjo el desastre que produjo, o el conflicto que produjo, pero aparentemente esta mirada incomodó mucho al poder y cambió en cierta medida la idea de la opinión pública norteamericana sobre qué debía ocurrir en este juicio.

Lo que me interesaba de este caso es subrayar, dentro de las muchas cosas que se han dicho, y el caso lo merece, cómo la tecnología que se ha desarrollado hacia fin de siglo, la tecnología de medios parece no sólo arrojar la posibilidad técnica de que un gran ojo controle a la sociedad, sino que parece también arrojar otra posibilidad técnica: es la multiplicidad de miradas posibles en el espacio público y cierta lucha que se va a dar en el terreno del dominio de lo que se ilumina y lo que no se ilumina, de lo que se ve y de lo que no se ve, de lo que se mira y de lo que no se mira. De aquello que el poder quisiera ocultar pero alguien ve.

Yo estoy muy lejos de creer que una video-cámara pueda contrarrestar a la CNN. Lo digo porque seguramente cuando uno hace una hipótesis de este tipo aparece como esa otra uto-

pía, un poco bucólica, que es que la multiplicidad de las miradas va a enriquecer el espacio... No, yo creo —como dije al principio— que estamos bajo una concentración bastante fuerte de los MC, una concentración bastante fuerte de la producción de imágenes y circulación de imágenes a nivel mundial. Pero creo también que estamos ante un espacio público bastante más complejo en la relación con los MC que el que suponían aquellas utopías que pensaban un fin del milenio más dominado que unido.

Termino diciendo una cosa: nosotros tuvimos un video argentino también. Por supuesto un poco menor y más berreta, que es el que presentó la señora Zulema Yoma.

Zulema Yoma también presentó a los medios de comunicación argentinos, en una operatoria típicamente de medios que fue relatada

con lujo de detalles por Grondona (yo a Grondona le creo todo). Zulema Yoma presentó un video que mostró una escena que el poder hubiera preferido no mostrar.

Por supuesto, no escandalizó a la opinión pública ni tuvo las mismas repercusiones de incendios y crisis social y caos racial como tuvo en Los Angeles o EE.UU. en general. Pero quiero decir que ese otro video que tuvimos nosotros también fue una mirada inesperada para el poder. Las consecuencias que tenga ese video, evidentemente no dependen de lo que allí se filmó. Dependen de cómo se teje el poder y de qué debilita o no debilita al poder hoy constituido en la Argentina. Pero ése fue seguramente un ojo que estuvo donde el poder hubiera deseado que no hubiera nada. Bueno, acá me detengo, gracias.

## EXPOSICION DE Carlos Ulanovsky\*

El año 2000 nos encontrará. Esto ya lo anticipó alguien, ¿pero quién?, ¿quién era?, ¿cómo se llamaba que no me acuerdo...? ¿Tengo que mencionar ahora el nombre del coronel que en 1943 desde la Secretaría de Trabajo se convirtió en el hombre fuerte del gobierno? Se llamaba Juan Domingo... Juan Domingo "Látigo" Coggi... No, Juan Domingo Perón. Conozco a un chico de siete años, hijo de un amigo mío, que cree que Perón es un muñeco de "Kanal K".

*"El año 2000 nos encontrará unidos o dominados"*. Lo dije. Casi seguro, en eso estamos. El 31 de diciembre de 1999 cae viernes y en ese fin de semana largo o fin de siglo corto en el horno de micro y macroondas de la historia "se vamos a encontrar". Aunque muchos digan que el muro del siglo se cayó nueve años antes, allí estaremos como un solo hombre. Al menos ése es mi deseo.

Será el momento en que, tal vez, ya tengan respuestas algunos interrogantes cruciales de los medios de comunicación como: a) ¿Cuántas muertes y escenas de violencia hay que ver por televisión para convertirse en un asesino despreciable, merecedor de ser entrevistado por un cronista de "Nuevediarío", "La Otra Cara de la Verdad", aunque casi todos los delincuentes salgan con la cara tapada?; b) ¿Cuántos besos hay que ver en la pantalla para ser agraciado con una erección?; c) ¿Cuántas horas de diversos productos "Alsogaray" son necesarios para transformarse en menemista? En cada caso, cuidado con las sobredosis y, en caso de duda,

consulte a su médico. También habrá respuesta a otro interrogante que se arrastra de años: Y ustedes, ¿qué son, ídolos o forros..? No, no, por favor, no me contesten ahora. Vamos a un corte y enseguida volvemos.

En series tan considerables como "Max Headroom" es posible vislumbrar retazos del futuro que nos tocará vivir: en los medios, con los medios, adentro de los medios, viviendo con los medios.

Hasta los teóricos menos apocalípticos admiten que el tiempo venidero se caracterizará por gente traducida como información, mentes reconstruidas mediante generadores gráficos y sonoros, representadas sobre pantallas con caracteres propios. Y, del mismo modo sintético, habrá dramas de bolsillo, noticias en cajitas de fósforos, latas de sentido del humor dotadas de siniestras risas electrónicas y cubitos de impecables lágrimas al vacío.

Susanasgiménez, mirthas, gordosporceles holográficos se podrán exhibir en cualquier rincón de la casa. Nadie pensará que vive encerrado entre cuatro paredes: se dirá "vivo apretada por pantallas de televisión grandes como una casa". Neustadt animará un microprograma diario, a eso de las tres de la mañana, titulado "Ya fue", desde el que desarrollará preocupaciones ecológicas clásicas como que somos siete personas por cada rata. Marcelo Tinelli tendrá un largo programa entre la mañana y la tarde llamado "Dejémoslo ahí", donde presentará bloopers para morirse de risa y para vivirse de pena.

La televisión será, como ahora, servicio: la

\* Periodista

hora, la temperatura, la humedad. Habrá programas para combatir el dolor de hígado, para remediar la impotencia o la frigidez, para mitigar el dolor de cabeza y, lo que no es ninguna novedad, para vencer al molesto insomnio. Acaso lo más desilusionante que pude imaginar acerca de la televisión que viene es que se parecerá fatídicamente a la actual.

En serio. Es como si la estuviera viendo. Ahí pasa un animador rubio y con prolijísimos dientes decorados reclamando: *"fuerte ese aplauso"*. Una nenita rubia hará de abuela en un aviso publicitario. Un mago sueco devolverá un sapo de su estómago que se había tragado en 1989 en un programa con premios, una vieja estrella afectada por un parkinson con ritmo de video clip desafinará a más no poder en *"Grandes Valores del Tango"*.

En aquellos momentos que vienen nada se cotizará más alto que el tiempo. Otra que el oro. No habrá nada más valioso, excepto la cocaína en su nuevo envase plástico retornable de dos litros. Todo estará adaptado al tiempo de la televisión: nada deberá durar más de dos minutos, incluida una versión compactada de la Constitución Nacional para prácticos aspirantes a presidentes. En las escuelas, desde chicos, los alumnos aprenderán todo sobre la televisión. Pero no todo serán dificultades porque los televisores serán máquinas de zapping.

Los programas ómnibus serán precisamente eso: gente popular y/o anónima montados en una cinta transportadora y que tendrán una oportunidad única de pasar por unos segundos frente a una cámara fija. Algunos saludarán con el clásico movimiento de mano de izquierda a derecha y el tiempo estará científicamente calcu-

lado como para poder decir: ¿Puedo mandar un saludito? / Bueno, pero cortito, responderá el robot animador / Bueno. Un saludo a todos los que me conocen. Y atención que ya llega la cinta transportadora. Viene un artista que grita: *"Debuto el jueves 25 en el teatro Blanca Podestá"*. Viene un jugador que hizo el gol del triunfo para su equipo: *"Este triunfo se lo quiero dedicar a la hinchada que es un fenómeno"*. Viene una actriz rubia y sexy: *"No quiero que vean en mí solo un objeto sexual"*. Viene un político en campaña: *"Vótenme, no los voy a defraudar"*. El que pida más tiempo recibirá el sonido de la burla y la mirada del desprecio. La cinta transportadora será el vehículo de la indiferenciación: todo junto, todos revolcados; el video sueño y la guerra, la memoria y la historia, el cielo y el chivo pero nunca en más de dos minutos porque de lo contrario se corre el riesgo de transformarse en plomo. Como dice el maestro Hans Magnus Enzerberger: todo mezclado, todo: publicidad y noticia, realidad y ficción, belicismo y desodorante íntimo, genocidio y comida para gatos. Pueden ustedes agregar las parejas que se les ocurra: tampax y cadena nacional, guerras en directo y fútbol grabado, la biblia y el calefón. Momentos de degradación, instantes aberrantes y sorpresivos protagonizados por bailaneros, jubilados, vedettes o influyentes seguirán definiendo a la televisión de las próximas décadas como si fuera un video clip sin corazón ni emotividad. Todo pasa y nada quedó.

Y aquí termino, porque como va a decir el animador de la noche de despedida del siglo por televisión: *"El tiempo en los medios de comunicación es un tirano"*.

## PREGUNTAS A LOS PANELISTAS

**¿Cómo se explica que pese a la presencia permanente de los políticos en los MC, cada vez haya en la gente mayor incredulidad e indiferencia hacia ellos?**

**A. QUEVEDO:** Estos dos fenómenos que señala la pregunta —mayor presencia de los políticos en los MC y descrédito o incredulidad— parece puede no ser planteado como una contradicción. ¿Por qué? La política tiene un componente muy fuerte de seducción. Para el caso, Perón sabía bastante de eso. La seducción es un componente, y a los políticos que hoy están en los medios se les cayó cierta parte de la credibilidad de la gente en ellos y de la expectativa de la gente hacia la política más en general, pero no necesariamente se les cayeron las estrategias de seducción política. Es decir, no necesariamente decayeron las estrategias para conquistar a la gente, pese a todo.

Ha habido un cierto corrimiento, y ya no se intenta convencer a la gente, conquistarla como estrategia política con los modos o las creencias de antes. La indiferencia de la gente hacia la política, y la falta o la caída de las expectativas que ella tiene con respecto a la política, no suponen el fin de la política. Suponen, en todo caso, otro vínculo con ella.

La Argentina es uno de esos países con un vínculo muy fuerte entre la gente y la política. Pero hay muchos países donde este vínculo es más débil, y la expectativa también lo es, y sin embargo funciona el sistema político.

La estrategia en la Argentina —en ese sentido el menemismo o Menem como fenómeno cultural no es nada ajeno— es la de descomprimir la política haciendo que la gente espere me-

nos de la política. Entonces, que haya indiferencia, incredulidad hacia los políticos, incluso caída de expectativas hacia ella, caída de participación, retiro de la gente hacia la vida privada, no es contradictorio con una estrategia que procura que la gente se preocupe menos, participe menos de los asuntos públicos. No me parece que sea contradictorio. Y creo que los MC pueden operar como los seductores por otras vías, no justamente ofreciendo lo que antes se ofrecía: el compromiso del político, la palabra del político como estaba jugado antes.

**C. ULANOVSKY:** Me gustaría agregar un par de ideas más. Esto también es producto de un fenómeno mundial que tiene que ver con el retiro, el corrimiento de la actividad política hacia un laboratorio. Hoy la actividad política se resuelve en gabinetes, en gabinetes de videos, en estudios de televisión. Esto es un fenómeno mundial. Pasando esto a la Argentina, la típica resolución argentina de casi todas las cosas que pasan en otros lados, yo creo por lo que veo, que la TV y la radio tienen un sentido del espectáculo bastante discutible. En realidad, los políticos que participan de los MC no son todos. ¿Cuántos diputados, senadores y cuántos concejales hay? ¿Y cuántos aparecen en los MC? No son todos. Calculo que hay una elite de más o menos 50 personas. El humorista Rudy decía hace poco que hay algunas personas que desaparecen de este carrousel, dejan de ser utilizados por diversas circunstancias, como Ubaldini. Ubaldini en el único lugar que existe es en "Canal K", y es un muñeco en realidad. Pero es en el único lugar donde está.

¿Quién maneja la TV? La manejan los pro-

ductores. En realidad, tiene muchísimo más poder la productora de Mariano Grondona que el propio Grondona, que es el que pone la cara. Porque la productora del programa dice: "No, no lo invites a fulano porque es gordo y no da bien en televisión", o "no lo invites a mengano porque es un plomo...". ¿Qué quiere decir esto? En tanto y en cuanto los políticos no hayan desarrollado con sentido la superstición del ritmo, o sea decir todo, todo bien en dos minutos, divertido y redondo en los dos minutos que la TV le exige, o que la radio le exige, serán "plomos", indeseables en términos de presencia electrónica, en pantalla o en radio.

Por otro lado, me parece que los políticos han ido descubriendo nuevos valores: la simpatía, el desacartonamiento. Hay que hablar con los cronistas políticos, parlamentarios, con los de Casa de Gobierno de hace 20 o 30 años; a Enrique Bugatti, por ejemplo, las cosas que cuenta: cómo era la vida de los políticos, de los ministros, la relación con ellos.

Ahora es una cosa mucho más informal y se practica un periodismo que yo llamo "al paso". Cualquiera puede ser sorprendido por una cámara de televisión, por un grabador o por un micrófono y tiene necesidad de opinar. Por otro lado, no olvidemos que desde muy temprano, a la mañana, hay veinte radios que están llamando a una cantidad de gente, de figuras, que ni siquiera han salido del sueño, pero que esperan ansiosamente esos llamados como una forma de garantizarse su permanencia arriba de ese carrousel.

En definitiva, me parece que no existe tal indiferencia; la gente sigue con mucha expectativa; sigue reclamando cosas a los políticos y enojándose cuando los políticos la defraudan.

**¿Cuál es el papel de los periodistas en la configuración actual de los medios y en actuales coyunturas sociales, políticas y culturales?**

**C. ULANOVSKY:** Bueno, ahora hay un debate

interesante que tiene que ver, sin duda, con el efecto de la concentración de los medios. Se ha dado en llamar "la guerra de los medios" y se consigna en ese debate que los periodistas habríamos aumentado nuestro poder.

Creo que esto verdaderamente no es cierto. Existe una voluntad, o el uso de una voluntad de expresión, muy significativa y en crecimiento. Creo que hay una intervención novedosa y benéfica de una primera línea de periodistas jóvenes que, a veces, preguntan cosas inadecuadas, pero que actúan sin censura, no tienen una cabeza censurada; ésa es la situación nueva. En cuanto al papel del periodista, me parece que es el de siempre: informar, decir la verdad, tratar de interpretar lo más cabalmente las cosas que ocurren, ser lo suficientemente permeable y darse cuenta en qué está pensando una cantidad de gente y luego traducirlo. Creo que el periodista es un gran retraductor, es el tipo que sale por la calle Florida, lo hace desde Diagonal hasta Córdoba, y luego puede sentarse a hacer una nota sobre la calle Florida, o sobre algún aspecto de ella y puede lograr que esa nota resulte verosímil y le ayude a determinada cantidad de personas.

Con respecto al papel del periodista en las actuales coyunturas sociales, políticas y culturales, diría que consiste en no disimular las cosas que pasan, o disimularlas lo menos posible.

**¿Encontraron un lugar en los medios los valores democráticos? ¿Qué papel juegan los medios alternativos, como las radios "truchas", en este proceso?**

**C. ULANOVSKY:** Los medios han jugado un papel importante en estos nueve años de democracia. La han acompañado y, a veces, han ido a la vanguardia de los políticos, del tiempo de decisión política y hasta de lo que piensa la gente. Cuando la sociedad tenía absolutamente resuelta en su cabeza el tema del divorcio, cuando habían salido setenta notas hasta en la revis-

ta "Claudia" sobre el debate acerca del divorcio, la sociedad política se dio un tiempo y un lugar para dictar una ley sobre el divorcio. Pero la sociedad ya lo había resuelto antes. Y existe un montón de temas con lo que ocurre exactamente lo mismo.

Así como la vida en democracia nos ofrece lecciones diarias, nos dice, nos enseña acerca del funcionamiento de instituciones a las cuales nosotros no sabíamos que podíamos recurrir, también desde los medios se pueden instalar los valores democráticos.

A veces, cuando estoy demasiado crédulo, presumo que una de las funciones del periodista puede ser ésta: manejar una serie de señalamientos que le pueda resultar útil a la gente. Por ejemplo, un gran tema que estuvo en debate en los primeros años de la democracia fue el del autoritarismo, algo se ha avanzado en la cabeza de la gente para ser un poquito menos autoritario.

La segunda parte de la pregunta tiene que ver con el fenómeno de las radios "truchas", que tienen un papel importantísimo. En los E.E.UU. y en Europa tienen gran éxito los medios comunitarios, los medios de ciudades pequeñas, están compitiendo ferozmente con diarios nacionales. ¿Por qué? Porque se ocupan de lo que pasa en la esquina de mi casa.

En la medida en que no quieran imitar, que no sean imitación espúrea y grosera de las grandes emisoras centrales, las radios "truchas" tendrán que cumplir ese papel, de contar qué pasa en mi barrio, qué pasa en la comunidad. Porque cada vez va a ser más difícil salir del barrio, "desatelizarse"!

**¿Qué papel ocupan los MC alternativos en este marco de concentración de medios?**

**A. QUEVEDO:** Creo que a partir del '83 hubo una expansión muy grande de los MC alternativos, sobre todo de las radios comunitarias, de las radios FM. También de algunas experiencias

de TV comunitarias muy alentadas incluso desde el Estado. Y esto diversificó un poco la oferta con algunos elementos locales, como decía Carlos recién. Las experiencias son importantes cuando no tratan de competir con los lenguajes y las maneras de hacer radio o TV de los medios poderosos.

**¿Sería posible que estos medios garantizaran el compromiso comunitario de la gente? ¿O ya está totalmente instalada la cultura a domicilio?**

**A. QUEVEDO:** Es un poco lo que dice Carlos, ¿será posible captar otra sensibilidad para captar estos medios, será posible sensibilizar a la sociedad con estas problemáticas, con problemáticas más locales? Yo creo que está ahí el desafío. Algunas radios locales compiten en el mismo terreno que las comerciales clásicas. En ese terreno no creo que les vaya a ir bien. Además, como son de bajos costos, que no les vaya bien no significa que desaparezcan. Pueden permanecer muchos años. Puede sí haber determinadas experiencias comunicativas que se hagan cargo de temas, de problemas que sensibilizan a la gente, en temas que los poderosos no se ocupan. Pero ahí está el desafío planteado.

**¿Este "modo Menem" al que usted se refiere, sería un aspecto del profesionalismo político?**

**A. QUEVEDO:** Habría que entender esto del profesionalismo político. Existe una estrategia que dice que la gente se ocupe menos de la política, o que la política sea menos de la gente, o que la política sea de menos gente. Entonces, en ese sentido, sí que se profesionaliza, queda en esa elite de poder muy vinculada, además, con los núcleos duros del poder en la Argentina. Simbólicamente es muy importante que Menem se case con la UCeDé, pero lo grave y lo problemático es cómo comienza a hacer política a través de los poderes instituidos fuertes,

de los poderes ya instalados, abandonando toda idea de transformación, o de cruce de cualquier estrategia política de crecimiento, o de detener la inflación con reivindicaciones que no vienen de los poderes, como los temas de justicia social. En ese sentido, Menem responde a los poderes.

Bueno, en este punto es que digo sí, que la estrategia se complementa con una profesionalización de la política, entendida de esta manera.

**¿"1984" no preveía la caída del Muro de Berlín: positivo o negativo?**

**A. QUEVEDO:** Creo que "1984" suponía el Muro, porque todo el problema que siempre tuvieron los países del Este —aun desde el punto de vista de quienes simpatizaron con ellos— eran las estrategias de control. ¿Cuál era la gran justificación? En la Unión Soviética, o en los países del Este, no hubo libertad de prensa, libertad de opinión, ni partidos políticos, ni actividad política, pero... la gente comía, tenía salud asegurada, etc., etc. Esto también fue muy complicado cuando se derrumbó todo. En algunos casos era fuerte el sistema de previsión, en otros, no. Bueno, como todo, era bastante heterogéneo. Pero lo que sí era un supuesto, en ese contexto, era la estrategia de control fuerte.

Entonces, en la novela "1984" se imaginaba un mundo parecido a ciertas realidades políticas, sociales, ideológicas, culturales que suponían los países del Este. En ese sentido, yo creo que es positivo. Si estamos pensando en un espacio público heterogéneo, de múltiples voces, creo que es bueno oponerse a estrategias de control de ese tipo. Lo que pasa es que las estrategias de control de Occidente son más sutiles y, como se ejecutan en nombre de toda la libertad, de todas las libertades públicas, es más complejo desentrañarlas.

**¿Dentro de esta multiplicidad de medios, la ra-**

**dio no tiene un lugar más activo en la vida íntima de cada persona: llamadas solidarias, servicios diarios, soledad, búsqueda de compañía, etc.?**

**A. QUEVEDO:** Bueno, diría que sí. La radio tiene tiempo, la TV, no. Entonces, la radio ofrece más espacio para la intimidad, para la subjetividad, para lo que nos pasa, sin ninguna duda. Además, tiene un contacto más íntimo con la gente, menos agresivo. Pero lo que agregaría es que esta pregunta supone el contacto con el medio, un contacto con la radio supone el teléfono. El tema del teléfono es la suma de otro medio de comunicación que se ha expandido bastante más allá que la radio; la TV lo ha tomado totalmente. No sólo la radio y la TV, uno puede decir que toda la red informática y de computadoras, o todos los bancos de datos, suponen un uso también diferente del teléfono, una reutilización del teléfono porque éste ya estaba como medio de comunicación.

La TV también lo ha tomado articulándolo a su modo de producción. La TV logró articular el teléfono a la radio, a los diarios y a todos los medios: es una retroalimentación entre los medios muy interesante.

Decía Eliseo Verón acerca del teléfono, que a nosotros nos parece un medio muy obvio: nacimos con él, nos criamos con él y nos parece muy evidente lo que es la comunicación telefónica, pero sabemos muy poco acerca de ese tipo de comunicación, sabemos muy poco cómo modificamos el lenguaje, actitudes, contenidos, etc., en la comunicación telefónica.

Pero ahora el teléfono "entró" en todos estos otros circuitos también de un modo muy complejo. Por ejemplo, un hombre como Neustadt —que también transmite las 24 horas— puede hacer una pregunta en televisión y contestarla al otro día por teléfono al mismo político. O puede escribir un artículo en un diario y contestarlo al otro día por la TV a quien le contestó el artículo del diario.

Es decir, comienza a haber una articulación en los medios en donde el teléfono es otro. No es ese mismo teléfono de la solidaridad o de los que llaman a una radio nocturna en busca de alguien que los escuche. Habría que analizarlo, efectivamente.

**Es correcto analizar el fenómeno de medios, ¿pero no sería igualmente aconsejable una crítica, al menos más descarnada, más apasionada, digamos a la manera de Pasolini, con respecto a los significados humanos concretos que ese discurso audiovisual maneja?**

**A. QUEVEDO:** Sí, efectivamente. Cuando hice esta presentación, la hice asépticamente. Me parece más a una aburrida película de Javier Torre que a Pasolini. Estoy seguro de eso. Pero lo que sucede, voy a decirlo en mi defensa de este anónimo mensaje, son dos cosas: la primera cuestión es que tal vez por reflejo académico —y esto no es lo más aconsejable— uno trata de meterse con los temas tratando de presentarlos y de entenderlos en esta complejidad y no siempre toma partido como lo siente. Ese es un reflejo tal vez de trabajo que uno hace.

La segunda cosa, y lo digo con absoluta honestidad, yo no sé exactamente cuáles son los significados concretos de toda esta transformación cultural de este tejido audiovisual. Realmente no lo sé.

Con respecto al tema de la televisión, es muy extraño el pacto que la gente tiene con la TV. Porque nosotros estamos siempre muy tentados de atribuir a la TV el poder de formar opinión, de definir la agenda pública, de tratar los temas, de traer las voces autorizadas y las palabras desautorizadas, de decir cuáles son los problemas de los cuales debemos ocuparnos y de cuáles no.

Esto es cierto: existe una estrategia de poder en los medios, pero me pregunto qué hace la gente con eso. ¿Cuál es la recepción, la resignificación de la gente con eso. No estoy tan segu-

ro de que sea sencillo contestar. Pecamos muchas veces de decir, de atribuir a la gente, ese colectivo del cual siempre hablamos, pero no tenemos idea de qué es lo que les pasa. Hablamos de engaño, de que les están mintiendo, de que están alineados en los MC, etc. Los que estamos acá, en general nunca estamos en ésa. Nosotros nos damos cuenta, siempre desconfiamos. Honestamente, creo que la gente desconfía muchísimo de la TV desde el punto de vista de la credibilidad.

**C. ULANOVSKY:** Por eso hay tantos escribanos. Un día te enterás de que a un tipo que fue al programa de Mirtha Legrand le habían cobrado “por abajo” de la mesa 3.500 dólares. Me gustaría que en lugar de que se diga “este bloque de la señora Mirtha Legrand lo auspicia tal firma”, se dijera que “el escribano Prato Murphy certifica que el diputado Menguchi pagó 3.500 dólares”.

**A. QUEVEDO:** Sobre ese tema de los noticieros quería decir una cosa. Porque ésa es una vieja discusión que hemos tenido muchas veces. Hay una idea de que por ejemplo, “*Nuevediarario*”, por nombrar un clásico, no da exactamente las dos caras de la verdad. Ellos construyen una escena que puede ser absolutamente ficcional. Ahora, lo que yo me pregunto es: ¿la gente qué cree, que eso es información? La gente contesta que no.

En una encuesta que hicimos resultó que el noticiero preferido es “*Nuevediarario*” y el menos creíble, “*Nuevediarario*”. Entonces la pregunta es: ¿están viendo noticias?, ¿soy sólo yo el vivo que se da cuenta de que José de Zer está en una ficción total o la gente también decodifica eso como ficción?

Para esto traigo mi telenovela predilecta que es “*Celeste*”. El final de “*Celeste*”, la última semana de “*Celeste*” fue un perfecto casamiento entre la ficción de la novela y la ficción del casamiento o al revés. Realidad en la novela donde se discutía el tema del SIDA con un enfermo

real en la novela y ficción total en el noticiero donde Mónica anunciaba a "Celeste" como si fuera la realidad. Ese cruce entre ficción y realidad, atraviesa mucho más la televisión de lo que nosotros creemos. El pacto de la gente con la TV es mucho más ficcional de lo que nosotros creemos. Es un mito creer que a las 20 hs. cambia el género de telenovela a noticiero.

### **¿Qué puede decir acerca de la concentración de medios y monopolios informativos desde "Clarín"?**

**C. ULANOVSKY:** Quiero aclarar que hace dos años que no trabajo en "Clarín". He dejado, como soy muy astuto, a otro Ulanovsky ahí. Pero no soy yo. Yo trabajo en otro diario.

Podría hablar horas acerca de "Clarín". Porque además pasé ocho años muy interesantes. "Clarín" es líder y tiene el concepto norteamericano de líder. No se da vuelta hacia atrás para ver quién lo sigue, salvo en estos últimos episodios de las guerras de medios donde ha sentido que alguien le tocó la oreja o se ha sentido amenazado por alguien.

"Clarín" no tiene amigos, sólo tiene intereses permanentes. Es como la embajada de los E.E.UU. en cada país. Trabajando en "Clarín" atravesé la experiencia de ver, de aprender, cuáles eran realmente los vínculos y los contactos con las corporaciones. "Clarín" los tiene de la manera más desfachatada, abierta y declarada. Censura a sus empleados y ordena también una agenda muy particular. Pero además, les voy a dar sólo un dato: un día me pongo a averiguar por qué había visto en la mesa de noticias la enorme cantidad de cables que no se usaban, la enorme cantidad de información por día que no se usaba. Entonces me cuentan que con lo que se desecha se podrían hacer 4 diarios distintos. Es decir, se desecha un 80% de la información.

Eso es el ejemplo más perfecto del concepto de manipulación. Si alguien quiere saber qué es manipulación, manipulación es eso. Que

seis, ocho o diez personas elijan todas las tardes por mí, en mi nombre y en nombre de millones de personas. Los días de semana "Clarín" vende más de 400.000 ejemplares y lo leen más de 1.600.000. Los domingos duplica esa cifra, o la triplica.

Entonces elige en nombre de toda esa gente, y en forma arbitraria, las noticias que se supone van a ser las del día. Y deja afuera otras. Esto es un gran ejemplo de manipulación.

En cuanto a si un programa de TV va a conspirar contra la democracia y los derechos populares, no lo creo. Que hay muchísima gente antidemocrática en TV y enemiga de los derechos populares, me parece que sí, sin duda. Pero sigo creyendo en las cosas que están históricamente sentenciadas, que corren un camino. Hay un montón de ejemplos en el mundo que certifican lo que digo.

### **¿El papel cada vez mayor de los medios y su función formadora de una mentalidad uniformada no irá acentuando la distancia entre una minoría inquieta, pensante y comprometida y una mayoría masificada?**

**C. ULANOVSKY:** Es difícil esta pregunta. Existen ya las dos veredas, y creo que se han ido acentuando a medida que pasa el tiempo. Creo que va a haber unos usuarios de la televisión por aire y que se va a ir acentuando en la medida en que se termine de perfilar el dibujo económico-social que va a ir tomando este país.

Va a haber una televisión por aire donde quede resumido o instalado aquello que la TV suponga como derecho de las clases más empobrecidas y va a haber, como ahora, una TV por cable que va a tener de todo, con derecho a la variedad, derecho a utilizar ese aparatito que les va a devolver 25, 50 o 100 posibilidades sólo por pagar.

Y ahora hasta hay clases sociales dentro del cable. Porque no sólo hay que pagar el cable sino que hay que pagar los canales codificados.

Yo creo que eso se va a agudizar todavía más en un futuro. ¿Por qué? Porque son estructuras comerciales que se defienden. En estos días hay una gran polémica, que va a crecer, con lo que está pasando con la codificación, tanto de los canales por aire como de los canales de cable a los canales de cable de las provincias. Los canales de cable de las provincias, a lo mejor son canales de cable de 5 u 8 o 10 abonados para ciudades cuyo único medio de comunicación son éstos. Y les están, en estos momentos, codificando la imagen, la señal de salida. Eso los obliga a pagar grandes sumas. Había una carta de lectores en "La Nación" de ayer, donde contaba lo que tenía que pagar un canal —no me acuerdo de dónde— por los dos partidos que jugó la selección argentina en Japón. Eran 10.000 dólares por los dos partidos en una comunidad de 4.000 personas, y que eso les hacía imposible mantener la rentabilidad a futuro. Creo que ése es uno de los grandes temas que se vienen.

**Haciendo mía una expresión de un excelente periodista que afirmó que en los medios la insolencia suple a la ignorancia, ¿es positivo que el Dr. Menem aparezca tanto en medios frente a periodistas que carecen de profesionalismo?**

**A. QUEVEDO:** ¿Si es positivo para quién? Creo que el Dr. Menem no se preocupa demasiado por el profesionalismo de quienes tiene adelante. Se preocupa de otras cosas. Siempre que él domine la escena, para Menem es positivo aparecer en los medios.

**¿La forma menemista de insertarse y utilizar los medios, es un fenómeno local o un estilo contemporáneo en otros países? El uso de encuestas, producción de imágenes, etc., Bush también juega al tenis con estrellas de Hollywood.**

**A. QUEVEDO:** Es un fenómeno bastante más extendido que en la Argentina. Lo sorprendente es que esto ocurra en la Argentina del modo

que ocurre. No sé si recuerdan, pero Menem venía del peronismo.

**Esta visión que expusiste sobre la novedosa interrelación entre política y medios, que llamas-te transversas, tiene relación con el acceso transversal de Fujimori, Reutemann, Reagan, a la política?**

**A. QUEVEDO:** ¡Ojo! Son tres familias de políticos distintas. Reutemann es claramente un "outsider" de la política, un tipo que viene muy desde afuera y con una operación política que no se entiende sin Menem. Fujimori es diferente, pero Reagan —sobre todo— es muy diferente. Reagan es un político del Partido Republicano, fue gobernador de California muchos años antes de ser presidente. No es alguien que ingresa de forma transversal, viene desde dentro de la estructura partidaria norteamericana. Digo esto porque es muy fácil, ahora se ha hecho moda, ponerle la etiqueta de Fujimori a muchos políticos que hace cuarenta años que hacen política y no saben cómo llegar. El día que llegan parece que no habían estado antes pero tienen historia.

**En relación con el ejemplo del discurso de ayer que obvia los espacios del debate político: ¿Es posible que sirva para medir la temperatura social y política de aceptación o de rechazo de dura modalidad menemista, que es el "decreta-tazo", o creés que opera con otros objetivos?**

**A. QUEVEDO:** Es una situación de hecho y es algo que me impresionó mucho el discurso de ayer. Porque fue instalar el debate que estaba instalado en muchos lugares sobre el tema de cómo se les paga a los jubilados, pero de manera muy agresiva en un eje que tiene que ver con las privatizaciones, con YPF, con otros temas. Mezcló dos cosas en una estrategia política que no es para medir nada. Es un "apriete" clásico de la política, donde el Congreso ahora parece ser interrogado por alguien que está desespera-

do por pagarles a los jubilados. Le cambió el eje a la discusión. Me parece que esto es mucho más que medir algo, significó mover la torre de punta a punta en el tablero. Y ahora vamos a ver cuál es la contestación.

**Es cierto lo que usted dijo sobre el impacto del videocasete, etc., pero ¿la transmisión en cadena de la Guerra del Golfo por la CNN no es un ejemplo abrumador del *Big Brother*?**

**A. QUEVEDO:** La Guerra del Golfo fue una guerra absolutamente controlada en ese territorio muy complicado por el espacio público, sobre todo norteamericano, como es la TV y los medios; muy controlado. Y además, porque E.E.UU. tenía la experiencia de Vietnam atrás, donde TV y medios habrían obrado para la política norteamericana muy en contra de lo que era la decisión del gobierno. Además, porque lo más importante de la lucha por el sentido de la guerra no fue tanto durante la guerra como durante las operaciones políticas y culturales que se hicieron en la posguerra. La posguerra fue muy complicada en los EE.UU. y realmente le cambiaron ese sentido que había tenido la guerra de Vietnam.

Acepto que es un buen ejemplo a condición de decir que ahí está la guerra. ¡Ojo! Ahí hay otro elemento pesado, las reglas no las puso un espacio público con políticos buscando legitimidad. Ahí la estrategia fue militar, política e ideológica, en todo caso. Lo militar pesó.

Finalmente, para desmitificar que la CNN manejó todo, creo que la CNN perdió la guerra. Lo digo por dos motivos: primero, porque no pudo transmitir la guerra como hubiera deseado. La guerra fue muy controlada por los mandos político-militares que condujeron la Operación Tormenta del Desierto, etc. La CNN se quedó con las ganas de transmitir la guerra. Transmitió lo que el ejército o la política de E.E.UU. le permitió.

La otra cosa es tomar en cuenta dos videos

sobre la guerra de la CNN que están en los video clubs. Me sorprendió mucho la lectura de la CNN frente a la guerra, porque la cuenta como una epopeya que llegó a donde había que llegar, a destruir a Satán. Si se construyó en la opinión pública a un hombre tan malévolo como era Hussein, yo tengo que llegar a su destrucción. Y, en un momento, en su video dice la CNN que los políticos traicionaron a los militares una vez más. Porque cuando los militares querían entrar en Bagdad, los políticos fueron a la diplomacia y del demonio que era Hussein lo transformaron en el único que podía garantizar la democracia en la zona. Esto lo dice la CNN, como diciendo: "Nos faltó el capítulo final que era militar, no diplomático". En su propia lectura de la guerra, ellos se colocan en una visión, según la cual el último eslabón fue una traición a eso que tenía que ocurrir: triunfo arrasador militar de los EE.UU.

**C. ULANOVSKY:** Me parece que hay en todo el mundo una aceptación de la insustancialidad del discurso; que es posible avanzar sin discurso. Que lo importante son las imágenes, que lo importante son las acciones. Hay libros de sociología política que demuestran la importancia de los presidentes con actividad física, de los presidentes deportistas que cuando uno los lee parece estar leyendo capítulos dedicados secretamente a Carlos Menem, por ejemplo.

Hay una cosa que es dolorosa y es la renuncia al discurso. Uno ve, por ejemplo ahora a los políticos, participar de programas donde no hablan absolutamente nada de sus propuestas. La gente, los medios, no les exigen a los políticos una detallada descripción de su programa o propuestas. Lo que en todo caso le exige para hablar después, es la instalación de algunos determinados temas en la agenda y formas determinadas de ser.

Yo no sé cuántos votos puede llegar a obtener en una elección Jaroslavsky, pero sí es el que más —o uno de los que más— aprendió en

esta carrera de los políticos sin discursos pero que tienen instalación televisiva.

Pero éste es un fenómeno mundial, la renun-

cia al discurso y el reemplazo por otras condiciones.

---

composición, armado e impresión:  
**el porteño producciones gráficas - colpayo 79 p.b. 1 - tel. 901-8731**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS SOBRE ESTADO Y PARTICIPACION**



Av. Belgrano 2527 - 1096 Capital Federal  
Tel.: 942-4575 / 4586 / 4685 - Fax: (00541) 943-4468

