

La función de los medios masivos de comunicación en la legitimación de las reformas de mercado. Consideraciones a partir del caso argentino durante el primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995)*

HERNÁN FAIR

Universidad de Buenos Aires, Argentina

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina

herfair@hotmail.com

En los últimos años los medios de comunicación de masas han venido incrementando su poder, al punto tal de constituirse en formadores de opinión y movilizadores aglutinantes de las fragmentadas sociedades. En ese contexto, su análisis como medio de influencia social funda una rica área de investigación que no puede soslayarse. El siguiente trabajo se propone analizar en detalle el papel político ejercido por los grandes medios de comunicación durante la implementación de las reformas neoliberales en Argentina. De manera específica, se propone investigar la función de los mass media y de sus «intelectuales orgánicos» en la legitimación política del primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995).

I. Introducción

En los últimos años los medios de comunicación de masas han venido incrementando notablemente su poder, al punto tal de constituirse en formadores de opinión y movilizadores aglutinantes de las fragmentadas sociedades. Este grado de influencia se ve potenciado fuertemente por el proceso de revolución tecnológica y globalización de las telecomunicaciones. A su vez, adquiere mayor importancia en el marco de la crisis y declinación de los grandes relatos colectivos que otorgaban una identidad estable a los sujetos. Finalmente, se potencia en el contexto de profunda crisis de legitimidad de las organizaciones políticas tradicionales, en particular del Congreso, los partidos políticos y los sindicatos, así como el desprestigio creciente de la propia palabra política que enuncian los políticos. En las

* Una versión preliminar y reducida de este trabajo fue publicada en *Comunicología@: indicios y conjeturas*, N° 9, primavera, 2008. Dicho trabajo se inscribe en el marco de una investigación más amplia que formará parte de una futura tesis doctoral, actualmente en curso en la Universidad de Buenos Aires.

nuevas circunstancias sociohistóricas y culturales, los medios de comunicación masivos, dada su capacidad de expresar legítimamente la percepción del mundo, funcionan como nuevos educadores políticos que cumplen una función esencial en la comunicación y formación o reforzamiento social del sentido que atribuimos a lo que nos sucede (Balsa, 2006). En dicho marco, como destaca Sánchez, «el análisis de los discursos emitidos por los medios resulta fundamental no sólo para entender un estado de cosas en un momento determinado, sino fundamentalmente para analizar el modo en que se construye el consenso y la opinión pública» (Sánchez, 2008: 828). Es por eso que, más aún en el marco del proceso de creciente oligopolización de los medios masivos (Mastrini y Becerra, 2006), su análisis como medio de influencia social funda una rica área de investigación que no puede soslayarse. El siguiente trabajo se propone analizar la función ejercida por los grandes medios de comunicación durante la implementación de las políticas neoliberales en la Argentina. De manera específica, se propone investigar el papel que asumieron los *mass media* y los «intelectuales orgánicos» en la legitimación política del primer gobierno de Carlos Menem (1989-1995). En efecto, durante el gobierno menemista se llevó a cabo una profunda e inédita reforma del Estado, de orientación neoliberal, que transformó de raíz la estructura económica y social del país. Estas reformas, vinculadas a la privatización de las empresas públicas, la desregulación económica, la apertura comercial y financiera y la flexibilización del mercado laboral, impactaron en vastos sectores sociales, generando un incremento de la desocupación y subocupación, la pobreza y la desigualdad social. Sin embargo, a pesar de sus efectos regresivos, las mismas contaron con el respaldo (ya sea activo o pasivo) de una amplia y heterogénea coalición de apoyo que incluyó a una porción considerable de los sectores populares, los más afectados por las transformaciones acontecidas. Varios han sido los intentos de explicar este extraño respaldo, desde los efectos disciplinadores generados por el episodio hiperinflacionario de 1989 y la ausencia de alternativas frente al derrumbe del comunismo y el fracaso del Estado social de posguerra, hasta la estabilización económica y social, la fragmentación de los sectores populares, el clientelismo político, la memoria colectiva de las representaciones sociales vinculadas al peronismo, e incluso la manipulación política por parte del líder¹. Sin embargo, al menos para el caso argentino en los '90, no hemos hallado, curiosamente, trabajos que analicen en detalle el papel político ejercido por los medios de comunicación de masas en la legitimación de las reformas de mercado. En la misma línea, con algunas interesantes excepciones generales (García Delgado, 1994; Balsa, 2006; Rinesi y Vommaro, 2007;

¹ Para un resumen de estas perspectivas, véase Fair (2010).

Morresi, 2008), se ha tendido a ignorar o menospreciar en la bibliografía especializada la función crucial ejercida por los «intelectuales orgánicos» del régimen en la formación y reforzamiento de un nuevo sentido común a favor del nuevo rumbo². En un intento de contribuir a enmendar en parte este déficit, el siguiente trabajo se propone investigar en detalle el papel ejercido por este actor político clave como son los medios masivos y los diversos representantes que aparecen en sus canales informativos (desde periodistas y artistas de la farándula, hasta economistas del *establishment*), en la creación de un nuevo clima cultural favorable a las reformas neoliberales. De este modo, pretende contribuir a dilucidar algunas de las condiciones de posibilidad del éxito del discurso de reforma estructural del menemismo y, al mismo tiempo, dar cuenta de la pertinencia de extender este tipo de análisis hacia otros casos similares de la región.

II. Medios masivos de comunicación y representación política

En las últimas décadas, los medios de comunicación masivos han venido incrementando su poder e influencia social al compás de la crisis de representación de los partidos políticos y el parlamento (Ferry, 1992; Touraine, 1992; Verón, 1998). García Delgado (2003) subraya, en ese sentido, la pérdida de la función socializadora de los partidos políticos tradicionales que caracterizaba al Estado social de posguerra, en simultáneo al papel creciente que ocupan los medios masivos de comunicación. Estos medios oligopólicos logran configurar y acaparar la opinión, la agenda y el propio sentido común de los ciudadanos, a partir de la primacía absoluta que adquiere la imagen y la lógica del espectáculo. De este modo, los partidos pierden el monopolio de la información sobre «el estado del mundo» en desmedro de los *mass media*, lo que termina por desdibujar su tradicional función política como elementos de socialización y conformación del sentido de pertenencia identitaria de los sujetos (García Delgado, 2003: 80-81).

Eliseo Verón (1998), por su parte, hace hincapié en la primacía de la lógica de la comunicación comercial que genera el proceso de «mediatiza-

² Entendemos por «intelectuales orgánicos», siguiendo y reformulando en parte a Gramsci, a todos aquellos sectores sociales, desde periodistas, economistas, empresarios, académicos, financistas y comunicadores sociales en general, que, dado su grado de credibilidad e influencia social (no siempre derivado de su presunto saber «superior»), contribuyen, ya sea consciente o inconscientemente, a difundir y legitimar una determinada cosmovisión general del mundo (en este caso, de los sectores dominantes de la sociedad) que hegemoniza el espacio social. Para un análisis que toma como marco de referencia a esta visión «ampliada» de los intelectuales, véase el excelente trabajo de Javier Balsa (2006). A su vez, puede hallarse una visión similar en Rubinich (2001), quien se centra en la conformación de un «clima cultural» favorable a las ideas neoliberales en relación a la universidad pública y las ciencias sociales durante los años '90.

ción». Señala, en ese sentido, que, en el marco más general de transformación de las economías nacionales y el declive de los colectivos identitarios tradicionales, la lógica unidimensional de los medios masivos en favor del *target* y el *marketing*, termina por invadir el campo programático del discurso político. En ese contexto, los medios masivos tales como la televisión, erosionan la tradicional dimensión polémica del discurso político, contribuyendo a desarrollar un nuevo tipo de (para)destinatario múltiple y omniabarcador que es blanco de una estrategia puramente comercial de identificación de corto plazo³. La consecuencia de este proceso de «mediatización» de lo político es, para el semiólogo argentino, una crisis de legitimidad de la política y de la especificidad del propio discurso político⁴.

Para otros autores, entre los que se destaca Bernard Manin (1992), más que a una crisis, actualmente presenciamos una «metamorfosis» de la representación, lo que se observa en el traspaso desde una «democracia de partidos» a una «democracia de lo público». Este cambio se expresa en el declive de la importancia que corrientemente tenían los programas partidarios y el discurso político basado en el debate y la deliberación parlamentaria, y la relevancia que adquieren en su reemplazo los líderes personalistas, cuya mayor fuerza de atracción es el carisma, la construcción de una imagen fugaz y simplificada y su íntima relación con los medios de comunicación de masas, en particular con la televisión. En esta línea, menos crítica de la función de los medios masivos, Marcos Novaro (2000) señala que en los últimos años se está produciendo el traslado de una representación centrada en los partidos políticos, a una centrada en la representación personalizada, en la que el eje se coloca en el predominio de la escenificación de imágenes y el vínculo directo que los líderes políticos establecen con la ciudadanía a través de la opinión pública y la proliferación de encuestas.

En una especie de punto de intersección, Oscar Landi destaca la importancia política fundamental que adquieren los medios de comunicación de masas en las últimas décadas, en particular la televisión y su lógica de la

³ «Si en el interior del campo político, la reflexión estratégica está orientada exclusivamente por la lógica unidimensional del *target*, el componente programático desaparece y de los tres destinatarios del discurso político: el contradestinatario (el adversario), el prodestinatario (el partidario) y el paradesinatario (el independiente), queda uno solo, blanco de una estrategia comercial de corto plazo» (Verón, 1998: 230).

⁴ «Asistimos, por un lado, a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo político) y, por otro, al dominio creciente de otro campo (el de los medios), esencialmente orientado a la gestión de los colectivos de corto plazo: éste es, según mi opinión, el sentido profundo de la crisis de legitimidad de lo político que tanto se habla hoy. Esto significa que en la mediatización de lo político, es lo político lo que ha perdido terreno en relación con los medios: tratando de lograr el dominio de los medios a toda costa, los políticos perdieron el dominio de su propia esfera» (Verón, 1998: 230).

«videopolítica» (Sartori, 1998), que «todo lo devora». Sin embargo, subraya, al mismo tiempo, que el grado de influencia social que adquiere el poder del video y las «formas de escenificación», se encuentra en relación directa al grado de institucionalización del sistema de partidos. En países en los que existen débiles lealtades partidarias y pocos votantes cautivos, cuyo caso prototípico son los Estados Unidos, y, cada vez en mayor proporción, países de América Latina que adquieren o han sufrido fuertes procesos de desinstitucionalización partidaria, como la Argentina, Brasil y Perú, se genera un espacio en el que los medios masivos y su lógica de la espectacularidad, adquieren una importancia fundamental que, sin embargo, nunca es determinante *per se*. En cambio, en países con largas tradiciones partidarias, como es el caso de Europa Occidental y, en menor medida, Chile y Uruguay, la publicidad política televisiva contribuye en bajo grado a definir las orientaciones del voto⁵ (Landi, 1992).

II.1. El caso argentino: entre la crisis y la metamorfosis de la representación

En lo que refiere específicamente al caso argentino, varios trabajos han destacado que desde la segunda mitad de los años '80, y en particular durante la década de los '90, se asiste a una profunda crisis de representación o crisis de representatividad política que ha afectado de manera profunda el funcionamiento de las instituciones representativas y el vínculo con la ciudadanía. En ese marco, potenciado por la visión de ausencia de alternativas tras la crisis de la izquierda y el fracaso del Estado Social de posguerra, se genera un proceso de creciente deslegitimidad y desafección general entre los representantes y los representados (García Delgado, 1994, 2003), lo que se observa en la pérdida de la tradicional función deliberativa y contenedora del Parlamento⁶ (Yannuzzi, 1995), y la crisis por la que atraviesa la propia palabra política de los representantes (Landi, 1992; Hillb, 1994; Rinesi y

⁵ Landi (1992) destaca, además, que, si bien la lógica mediática, en especial la televisión, lleva a sustituir el rol de los partidos políticos y los sindicatos por una visión ingenieril y espectacularizada que rechaza los programas electorales y la relevancia de la palabra política, además de desmovilizar a la sociedad civil, al mismo tiempo puede servir para dar visibilidad a demandas postergadas de los movimientos sociales (vecinales, ecológicos, feministas, culturales, etcétera) y cívicos, o bien para emplazar y visibilizar conflictos que no son atendidos por el sistema político.

⁶ Este fenómeno hace referencia a un proceso más amplio de «americanización» (Novaro, 2000) de las instituciones representativas, producto de múltiples cambios sociopolíticos, entre los que se destacan las profundas transformaciones en la estructura social (creciente segmentación, fragmentación y polarización) generadas por el proceso de globalización y la aplicación de las reformas neoliberales, el declive de los grandes relatos colectivos y la influencia creciente que adquiere el saber técnico, la mercantilización de la sociedad y el papel de medios masivos de comunicación como la televisión. En ese marco, las visiones tradicionales sobre el

Vommaro, 2007). Otros autores, por su parte, hacen hincapié en la creciente corporativización y «vaciamiento» de las ideas de los partidos, convertidos en una nueva capa social «autosubsistente» y dotada de intereses propios (Pucciarelli, 2002), que se independizan y autonomizan de las demandas y aspiraciones de los ciudadanos (Abal Medina y Suárez Cao, 2002), lo que incrementa la desafección política de los representados con la llamada «clase política» (Mora y Araujo, 1991), y permite, a su vez, la «autorreproducción» de los partidos tradicionales (Pucciarelli, 2002).

Al mismo tiempo, sin embargo, se ha señalado que este proceso de crisis se ha visto acompañado por la reformulación del vínculo de representación tradicional, a partir de liderazgos representativos que, en el marco del relajamiento de las líneas de antagonismo social que caracterizara a períodos previos, interpelan exitosamente al conjunto de la ciudadanía a través de las encuestas de opinión pública y la aparición constante en los medios de comunicación de masas (Novaro, 1994; Palermo y Novaro, 1996). En ese contexto, se produce una recreación de nuevos vínculos de representación que «repolitiza» a la sociedad a partir de la toma constante de decisiones ejecutivas (Leiras, 2009).

Una visión diferente —que retoma el enfoque crítico anterior— afirma, sin embargo, que la vinculación de los nuevos liderazgos con los *mass media* y su lógica comercial en favor del «accidente», la «espectacularización» y la «sorpresa», en detrimento de la «substancia duradera del mensaje» (Landi, 1992: 76, 82; Alem, 2007: 266), fomenta una nueva subcultura basada en la «farandulización» de la política y la formación de identidades lábiles y de corto plazo, cristalizadas de forma prioritaria en los medios masivos y, en particular, en la televisión (Corral, 2007: 161). En dicho marco, potenciado por el proceso de concentración oligopólica de los medios en una reducida cantidad de grupos multimedia (Mastrini y Becerra, 2006) y su lógica en

tema suelen hacer mención a la transformación de los antiguos partidos clasistas, movimientistas y fuertemente arraigados en la sociedad, en partidos «atrapa-todo» (Kircheimer), o «profesional-electorales» (Panbianco), o su mutación en «partidos cartel» (Katz y Mair). En el caso de América Latina, y específicamente en la Argentina, se destaca, además, la debilidad institucional de los partidos debido a la tradición de «hiperpresidencialismo» y de «liderazgos plebiscitarios» que, por diversos medios (en especial, a través de la aplicación abusiva de decretos y vetos ejecutivos), ignoran el debate parlamentario, o, desde otra posición, por la presencia de subculturas fuertes e identidades ideológicas débiles y fluctuantes, que dan cuenta de la inexistencia o mal funcionamiento del sistema de partidos, debido a que la voluntad colectiva se confunde con una figura carismática que niega la legitimidad de los partidos, desincentivando la cooperación entre ellos. Este tipo de enfoques, si bien con algunas diferencias entre sí, están en la base de las tradicionales críticas liberal-republicanas a los liderazgos «delegativos» (O'Donnell, 1992, 1996) y de «decisionismo democrático» (Quiroga, 2005) o «neodecisionistas» (Leiras, 2009), acusados de incrementar la crisis de los mecanismos tradicionales de representación institucional.

favor de la mercantilización de las demandas y el lucro empresarial (García Delgado, 2003), se produce una «colonización» del discurso político por parte del discurso mediático y su lógica comercial de corto plazo (Verón, 1998). Este proceso de colonización mediática, junto a la colonización del discurso tecnocrático en el marco de la reforma del Estado, termina por desprestigiar y desacreditar el rol del Congreso y de la propia palabra política, lo que concluye por vaciar ideológicamente su fundamento basado en el debate de ideas y propuestas programáticas (Rinesi y Vommaro, 2007).

III. La influencia de los medios masivos en la actualidad

Más allá de la discusión crisis-metamorfosis, que claramente puede saldarse señalando la presencia de una crisis y una metamorfosis simultánea del vínculo de representación, y una despolitización general hacia las instituciones representativas, junto con una paralela repolitización hacia los liderazgos, que refuerza la crisis de representatividad institucional⁷ (Fair, 2008, 2009), lo que resulta más destacable a nuestros propósitos es la influencia creciente que han adquirido los medios masivos de comunicación en las últimas décadas. Ahora bien, ¿qué tipo y de qué forma ejercen influencia social los medios? Para intentar comprender esta cuestión debemos considerar, en primer lugar, la capacidad privilegiada que tienen los medios masivos de interpelar a amplios sectores sociales, seleccionando y delimitando los temas prioritarios a debatir por la llamada opinión pública (*agenda setting*) (Mc Combs y Shaw, 1973) y, sobre todo, formando y conformando opiniones políticas en la ciudadanía, o bien reforzando y sedimentando representaciones sociales previamente existentes. En efecto, como señala José Saura Sánchez (2008: 820), de los géneros y subgéneros discursivos que existen, el mediático es el que «mayor impacto tiene sobre la representación de la diversidad y las relaciones interculturales». Debemos tener en cuenta que, como destaca el autor, «nuestro discurso adquiere poder en el momento en que es escuchado, y dicho poder se amplía dependiendo de la posición desde la que se transmite y del radio de influencia tenga» (Sánchez, 2008: 820).

⁷ Si bien este proceso dual puede ser cierto para el caso argentino en los '90, existen, de todos modos, diversos factores político-institucionales que impiden generalizar esta afirmación al conjunto de los países de la región. En Brasil, por ejemplo, a diferencia de lo acontecido con Menem en la Argentina, el diseño institucional de carácter presidencialista (en particular, tras la reforma constitucional de 1988), así como los diferentes niveles de eficacia y efectividad decisional, constituyeron dos factores explicativos tanto de la decadencia en la funcionalidad de la calidad institucional, como así también del fracaso simultáneo del estilo neopopulista y la estrategia neodecisionista del liderazgo de Fernando Collor de Mello. Al respecto, véase el detallado análisis comparativo de Santiago Leiras (2009).

En el marco del proceso mundial de revolución tecnológica y de las telecomunicaciones, crecimiento acelerado de los consumos culturales y creciente fragmentación y segmentación social generada por las políticas neoliberales, actualmente asistimos a una etapa de «hipermediatización» (Landi, 1992). En ese contexto, lejos de ser situado como un supuesto cuarto poder —sin que por ello deba regresarse a la idea de unidireccionalidad, como en la teoría de la «aguja hipodérmica» de los años '50⁸—, los medios de comunicación masivos ejercen una función política crucial en la formación y/o reforzamiento de las ideas y representaciones colectivas de lo que denominamos la realidad social.

En el contexto más general de crisis de representación de las identidades colectivas, el notable grado de masividad e influencia que adquiere para constituir y/o reforzar creencias sociales, hacen de la televisión el medio político por excelencia (Manin, 1992). La extensión que adquiere este medio, en el marco de una creciente desestructuración de los vínculos sociales, le permite ejercer una función política de primer orden, en tanto le posibilita interpelar y aglutinar de forma directa a las fragmentadas sociedades desde la pantalla misma del televisor (Novaro, 1994). Pero además, el proceso de crisis de los grandes relatos y creciente mediatización social, acrecienta su función política de construcción de un nuevo sentido común (Balsa, 2006). En ese contexto, los medios masivos se constituyen en «regímenes de producción de verdad», que construyen y refuerzan, con sus dispositivos discursivos, ciertas narrativas hegemónicas de lo social⁹ (Da Porta y Simón,

⁸ Como destaca Muñoz Torre (2004: 80), si bien los medios masivos ejercen un papel fundamental en definir lo que entendemos por realidad, «es obvio que los medios no pueden crear la realidad *ex novo*; incluso cuando fabrican pseudoeventos, su actividad se apoya inevitablemente en seres y relaciones preexistentes». Oscar Landi, en la misma línea, destaca que «la lucha electrónica por ordenar y educar las percepciones de la gente se convierte en una de las claves centrales de nuestra época» (Landi, 1992: 90). Sin embargo, subraya, al mismo tiempo, que «si hay una cosa obvia en la publicidad en general, y en la política en particular, es que no se pueden inventar candidatos de la nada ni construir sus imágenes a voluntad (...) La ingeniería electoral puede potenciar sus atributos mejores, pero no es una prótesis infalible y salvadora» (Landi, 1992: 100). Debemos tener en cuenta, en ese sentido, que, como ha sido destacado desde la sociología política (véase Aboy Carlés, 2001: 45), toda identidad política se constituye discursivamente en el marco de prácticas «parcialmente sedimentadas y objetivadas» que pueden entrar en contradicción con las ideas subyacentes largamente arraigadas e impedir, de este modo, obtener una plena eficacia política. En ese contexto, un enfoque basado en la función puramente manipulativa de los medios masivos sobre la sociedad, como es el caso de la teoría hipodérmica, e incluso, desde una perspectiva opuesta, de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, resulta inadecuada, en tanto y en cuanto sea vea confrontado con creencias sociales subyacentes que se encuentran fuertemente sedimentadas.

⁹ Estos autores, bajo una impronta crítica, señalan que, más que la lógica de «espectacularización» derivada del proceso de colonización del discurso político por parte del mediático, lo más relevante de este proceso de mediatización sería la colonización inversa del

2006). De todos modos, el grado de influencia social de los medios masivos se extiende también a otros medios de indudable importancia como la gráfica, que permite seleccionar y fijar ciertas ideas centrales que la televisión, por el fluido de su lenguaje centrado en las imágenes fugaces e instantáneas, no puede emplazar. En ese contexto, se ha destacado que la prensa escrita posibilita una suerte de mayor control por parte del lector, que puede imprimir su tiempo de comprensión a la lectura (Landi, 1992).

Pero además, como hemos señalado, la crisis de los partidos políticos tradicionales y el declive de la propia palabra política, contribuyen a que, en países como la Argentina, se asista a una colonización del discurso político por parte del discurso técnico, cuyo saber experto adquiere una creciente legitimidad como formador de un nuevo sentido común hegemónico (Rinesi y Vommaro, 2007). En efecto, como ya fuera señalado con maestría por Oscar Landi, en la nueva era de la tecnología audiovisual la construcción de hegemonías ideológicas se constituye en un complejo juego de voces y géneros discursivos que incluye al presidente, los discursos de ciertos comunicadores que actúan como «intelectuales orgánicos» y los discursos técnicos (Landi, 1992). En ese contexto de doble colonización de la política por parte del sistema de medios y del saber tecnocrático, el discurso que atraviesa y se inserta en los *mass media* alcanza una mayor extensión y gravitación para construir y proyectar toda una serie de representaciones, imágenes, opiniones, interpretaciones y actitudes acerca de personas, instituciones, acciones y acontecimientos, que pueden influir de forma determinante en nuestra percepción y actitudes hacia lo que definimos como la realidad social (Sánchez, 2008). Si tenemos en cuenta el hecho, ya observado por la semiótica social, el posestructuralismo, la pragmática y el psicoanálisis lacaniano, de que «la realidad no existe sino construida mediante el lenguaje» (Landi, 1992: 149), entonces la lógica política de construcción discursiva del consenso social a través del sistema mediático se coloca en el centro de la escena pública.

IV. Medios y política en la Argentina de los '90

Como hemos señalado, durante la presidencia de Carlos Menem (1989-1999) se llevó a cabo un drástico proceso de reformas neoliberales que transformó profundamente la estructura económica y social del país. Estas reformas, que incluían la privatización de casi la totalidad de las empresas que

discurso mediático por parte del discurso político. Este proceso terminaría por naturalizar, bajo diversas modalidades enunciativas, la dominación hegemónica del neoliberalismo (véanse Da Porta y Simón, 2006).

históricamente habían pertenecido al Estado, la apertura de la economía al capital transnacional, la eliminación de regulaciones que databan de la década del '30, la reducción y/o focalización del gasto público social y la flexibilización del mercado laboral, afectaron en gran medida a los sectores populares y a algunos estratos medios, al incentivar un crecimiento exponencial del desempleo y subempleo, la inequidad social y la precarización laboral¹⁰. A pesar de la inédita magnitud del cambio, las reformas promercado tuvieron un considerable respaldo de los sectores más castigados, lo que ha llevado a no pocos analistas a intentar explicar esta aparente contradicción. Aunque sin lugar a dudas la estabilización monetaria, en el marco del régimen de convertibilidad, y la posibilidad de acceder a prácticas de consumo masivo, al igual que la visión acerca de ausencia de alternativas, el disciplinamiento social generado por la hiperinflación y la fragmentación social y el propio discurso menemista intentando legitimar el nuevo rumbo, explican en gran medida este apoyo por parte de los trabajadores (Palermo y Novaro, 1996; Bonnet, 2008; Fair, 2009, 2010), casi no se han incluido, en los análisis especializados, abordajes específicos acerca de la función política que ejercieron los medios masivos de comunicación y sus «intelectuales orgánicos» en la construcción y reforzamiento de un nuevo clima de época a favor de las reformas neoliberales. En efecto, durante los años '90 los medios masivos operaron como un espacio de acción de la política, actuando como una amalgama que acompañó, legitimando, al discurso menemista (Da Porta y Simón, 2006). En ese contexto, principalmente durante la primera presidencia de Menem, entre 1989 y 1995, los grandes medios, y especialmente sus intelectuales que actúan como «productores privilegiados de visiones del mundo» (Rubinich, 2001: 58), ejercieron un papel fundamental por haber silenciado frente al deterioro progresivo de las condiciones económico-sociales, al tiempo que concentraban la mayoría de sus críticas en el abuso de autoridad del presidente, las prácticas «delegativas» y la ausencia de control republicano o *accountability* (O'Donnell, 1992, 1996). Así, en consonancia con su nueva función restringida a la denuncia y control republicano los dirigentes políticos (Landi, 1992), y beneficiados por su función de selección y jerarquización de los temas prioritarios de la agenda pública (*agenda setting*), en el marco más general del proceso sociohistórico de creciente «mediatización» de la política (Verón, 1998; Elizalde, 2003), durante la década del '90, el régimen de convertibilidad, que integraría discursivamente las políticas de privatización, desregulación, apertura y flexibilización laboral, con la ley específica que instauró en abril de 1991 la paridad cambiaria fija conocida como

¹⁰ Para un análisis de los efectos de estas políticas económicas sobre la estructura económica del país, pueden verse Azpiazu (1995) y Basualdo (2000). En cuanto a los efectos sobre la estructura social, véanse, por ejemplo, Pucciarelli (1998) y Altimir et al. (2002).

Ley de Convertibilidad¹¹, prácticamente no fue criticado, y el tema predominante giró en torno a las múltiples denuncias de corrupción del gobierno y el abuso de poder del presidente¹² (Mocca, 2002; Corral, 2007).

Para entender la relación cercana establecida entre los periodistas, comunicadores e intelectuales de los medios de comunicación de masas y la política, debemos tener en cuenta, en primer lugar, el indudable poder político derivado del creciente poder económico que adquieren los grandes medios. En efecto, en las últimas décadas la intervención «re-reguladora» del Estado en el sector privado permitió que muchos de los medios masivos se constituyeran en conglomerados o grupos económicos integrados y diversificados que ejercen un cuasi monopolio de las fuentes de información (Mastrini y Becerra, 2006). Mediante su control altamente concentrado de la información, en el marco de un proceso más amplio de creciente mercantilización de la vida social y de las propias empresas mediáticas (Landi, 1992: 159; Jameson, 2003), estos grupos dedicados al negocio de los medios asumen como objeto principal la maximización del lucro privado. En ese contexto, que no puede ser aprehendido independientemente de un discurso hegemónico que lo sobredetermina, la lógica comercial imperante a favor de los *públicos* los lleva a privilegiar dicha necesidad de ampliar como

¹¹ El 1 de abril de 1991, el gobierno de Menem instauró una paridad cambiaria fija 10.000 australes igual a 1 dólar (luego 1 peso igual a 1 dólar) con el objeto de estabilizar la economía. A pesar de la evidente sobrevaluación cambiaria, con la consiguiente desindustrialización que este régimen trajo aparejado, la misma no fue criticada por la mayoría de la sociedad. Cabe mencionar, de todos modos, que pese a ser políticas *a priori* independientes entre sí, las reformas estructurales de mercado y la Ley de Convertibilidad, pronto se convertirían en un todo orgánico en el que no podría pensarse una sin la otra. Como destacan Bulla y Postolsky (2004: s/d): «La convertibilidad no fue una política económica aislada, sino que formó parte de un conjunto coherente de medidas de corte neoliberal que no se puede perder de vista para intentar un análisis profundo».

¹² Debemos recordar que el gobierno menemista se caracterizaba por un manejo «particularista» de la cosa pública. En dicho marco, se sucederían múltiples denuncias de corrupción que afectarían al poder político, el nepotismo en la función pública y una escasa división de poderes, que alterarían los valores de una república democrática. Esta escasa «*accountability* horizontal» (O'Donnell, 1996) llevaría, por otra parte, a la formación, en 1989, de Poder Ciudadano. Esta organización no gubernamental sin fines de lucro se encargaba de recepcionar, denunciar y difundir los distintos casos de corrupción del gobierno de Menem en los medios masivos de comunicación a través de algunos de sus principales representantes (en particular, Luis Moreno Ocampo y Marta Oyhanarte). Además, en el marco de una estrecha vinculación con organismos y fundaciones internacionales que actuaban como financiadoras, se orientaba también a la producción de datos e información técnica (luego sistematizada en diversos informes estadísticos editados en revistas y libros impresos), a partir del beneficio derivado de un intercambio directo con una amplia red de consultoras políticas, espacios educativos, periodistas, académicos especializados, empresarios y, en algunos casos, políticos profesionales, cuestión que luego se extendería con el ascenso de la Alianza. Al respecto, véase el detallado trabajo de Pereyra (2007).

sea el «mercado» (Verón, 1998), lo que termina por limitar su necesaria función de servicio público y derecho a la información plural (García Delgado, 2003), además de impedirles acceder a la pura objetividad, apoliticidad e independencia, con la que se presentan corrientemente (Sánchez, 2008). Pero más allá de este punto, lo más importante de este proceso es que los negociados que favorece el Estado con sus diversas variantes de intervención pública, liga de forma indisociable al poder político con los grupos económicos, que se ven favorecidos por las políticas públicas aplicadas por el propio Estado para permitir la concentración mediática en unas pocas empresas del sector privado.

En el caso argentino, el proceso de creciente concentración oligopólica de los medios masivos nos remite indefectiblemente a la Ley de Radiodifusión (norma de facto N° 22.285, del año 1980) que se inicia en la última dictadura militar (1976-1983) (Borrelli, 2008). Dicha norma, sancionada por decreto de la Junta Militar en 1980, estructuró un sistema de medios fuertemente concentrado y contrario al necesario respeto a la pluralidad de voces en el espacio público¹³. Como destaca Marino (2008), el régimen militar había asumido el poder con un discurso que intentaba generar un cambio cultural muy fuerte en relación al Estado social de posguerra. Para ello, necesitaba producir un consenso social mediante un discurso afín con sus intereses, con los medios de comunicación masivos como herramientas disciplinadas. Esta necesidad de acallar toda voz crítica al nuevo cambio cultural que se intentaba implementar, llevó al régimen dictatorial a sancionar la norma de facto de radiodifusión y a hacerse cargo del control de los canales de televisión de aire, que habían sido estatizados por el ex Presidente Juan Perón. Se siguió, para ello, la lógica de distribución por tercios, es decir, 33 por ciento del total del control de áreas de seguridad y gestión para cada fuerza.

¹³ Entre sus principales disposiciones, la norma de facto del Proceso sólo permitía que sean adjudicatarias de licencias de radiodifusión las sociedades comerciales, las personas físicas y, en un rol subsidiario, el Estado. De este modo, la norma impedía que sectores sociales como las cooperativas, agrupaciones sindicales, universidades, clubes e iglesias pudieran acceder a un medio (Landi, 1992). Para un análisis más en detalle de sus disposiciones, véase Marino (2008). Para una crítica a la norma por considerarla contraria al respeto y defensa de los derechos humanos, véase Loreti (2003). Cabe destacar, además, que, si bien existieron anteproyectos previos durante la gestión de Raúl Alfonsín (Landi, 1992), el actual gobierno presidido por Cristina Fernández de Kirchner (electa en 2007) ha modificado en el 2009 la norma de radiodifusión vigente desde la norma de facto de 1980, segmentando el espacio audiovisual en un 33 por ciento para el sector privado, 33 por ciento para organizaciones sin fines de lucro y 33 por ciento para el Estado, entre otras limitaciones a los medios concentrados tendientes a promover la desmonopolización y el incentivo a la pluralidad social. La sanción de esta ley, que fue aprobada por mayoría del Congreso en octubre del 2009, le ha significado al oficialismo el rechazo general de prácticamente el conjunto del arco mediático y empresarial concentrado, en defensa de sus empresas comunicacionales.

Además, se ejerció un estricto control sobre el resto de los medios de prensa estatal y también en los de prensa escrita del sector privado (Marino, 2008).

Pero más allá de este control estricto de la información pública, debemos destacar la función crucial que ejerció la alianza política que estableció el Estado en 1977 con los principales medios de prensa escrita del país (*Clarín*, *La Nación* y *La Prensa*). Esta alianza público-privada les garantizó a estos medios, a través de la participación accionaria como socias en la empresa estatal Papel Prensa S.A., la posibilidad de acceder a la producción de papel a precios diferenciales en relación al resto de los diarios del país. Es decir que el Estado, a través de sus modalidades de intervención «privilegiada» para ciertos sectores del capital privado, terminó favoreciendo la formación de empresas de medios concentradas que, al igual que ocurriría con muchos de los grupos económicos de la llamada «patria contratista» (Castellani, 2004), se beneficiaban económicamente de forma directa con las modalidades asimétricas que adquirió la propia intervención del Estado (Borrelli, 2008).

No obstante, es recién a partir de la profunda reforma estructural del Estado iniciada por Carlos Menem en 1989 cuando se profundizaría este proceso de oligopolización mediática. En efecto, a partir de las leyes de Reforma del Estado (N° 23.696) y Emergencia Económica (N° 23.695), de agosto y septiembre de ese año, el gobierno modificó un par de incisos (el número 43 y el 45) de la Ley de Radiodifusión que impedían la formación de grupos multimedia. A fines de diciembre de ese año, tanto el diario local *Clarín* (socio en un 90 por ciento de Artear S.A.), como la Editorial Atlántida (integrante, junto a otras empresas, del grupo Telefé), resultaron adjudicatarios de los canales 13 y 11, respectivamente, ingresando al jugoso y hasta entonces vedado negocio de la televisión¹⁴ (Schleifer y Monasterio, 2007). Como señalan Bulla y Postolski (2004), el nuevo sistema, sancionado en un rápido proceso adjudicatario, no sólo permitió la formación de conglomerados multimediáticos que extendieron el área de influencia de las empresas mediáticas, sino que, además, limitó la participación de los medios más pequeños. De este modo, en el marco de un proceso de creciente incorporación de tecnología importada —en particular, a partir de la sobrevaluación cambiaria impuesta por el 1 a 1—, con la consecuente re-

¹⁴ Además, el diario *Clarín*, como socio mayoritario de Artear, adquirió un porcentaje minoritario del Canal 3 de Rosario, las radios LT2 y General San Martín de la misma ciudad y la radio Cataratas del Iguazú. En la misma línea tendiente a diversificar sus negocios, estableció un contrato especial con la editorial española Aguilar para publicar libros. Por su parte, la asociación Atlántida-Canal 11 accedió a un complejo multimedia provincial en Bahía Blanca, en el que se hizo cargo de un canal local, radios y el diario *La Nueva Provincia* (Landi, 1992).

ducción de los costos de la tecnología, se produjo un profundo proceso de concentración de poder en unos pocos medios con cabecera en Buenos Aires (Landi, 1992; Marino, 2008).

Este proceso de concentración oligopólica de la información se vio potenciado en 1991, a partir de la aprobación del llamado Tratado de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones. El mismo estableció que los capitales oriundos de los países firmantes serían tratados como nativos en inversiones de áreas económicas no reservadas por cada uno de los firmantes (Marino, 2008). En ese marco, que iba en contra de los lineamientos originales de la Ley de Radiodifusión, el menemismo extendió la participación mediática a la televisión por cable, desplazando la influencia de voces independientes¹⁵. Finalmente, el proceso se consolidó a partir de la reforma constitucional de 1994, que permitió el ingreso de capital financiero al mercado de la radiodifusión, con el consiguiente reforzamiento de la concentración del ingreso y centralización del capital en un reducido grupo de industrias culturales (Bulla y Postolski, 2004).

El nuevo sistema de medios que se estructuró a partir de mediados de 1989, entre los que debemos incluir también al Canal 9, propiedad de Alejandro Romay, y al *holding* que formó el grupo industrial textil Eurnekian en el Canal América 2¹⁶, contribuyó a reforzar el nuevo discurso hegemónico neoliberal defendido desde el discurso presidencial y desde los principales núcleos de poder político-económico. A su vez, este respaldo se consolidó, no sin contradicciones, a partir de la implementación del régimen de convertibilidad de 1991, que generó un inédito proceso de estabilización monetaria, un dólar barato para importar tecnología y una inédita expansión del crédito masivo para el sector privado, lo que permitió a las nuevas empresas comunicacionales valorizar sus ingresos en el circuito financiero, potenciando exponencialmente sus de por sí multimillonarias tasas de ganancias. En ese contexto, los nuevos conglomerados multimedios resultaron, así, una de las más relevantes fuentes de apoyo político a las reformas de mercado implementadas por el gobierno de Menem tras su arribo al

¹⁵ Hacia fines de 1991, existían alrededor de 700 emisoras de televisión por cable constituidas de forma legal que llegaban a una audiencia estimada en 2 millones de personas (Landi, 1992). A partir de la firma del Tratado, la industria se concentraría en pocas manos, con el ingreso de operadores internacionales como TCI y *US Continental* en las operadoras de cable Cablevisión y VCC, respectivamente, y extendería el número de hogares abonados hasta los 5 millones, con una penetración total del 53,2 por ciento, un porcentaje que luego se extendería aún más hasta alcanzar cerca del 80 por ciento de los abonados del país entre Multicanal y Cablevisión (Bulla y Postolski, 2004).

¹⁶ El Canal 9 del Grupo Romay había sido privatizado en 1984. Además del canal de aire, logró la adjudicación del Canal 9 de Paraná y Radio Libertad. Por su parte, el Grupo Eurnekian, además del Canal 2, adquirió la propiedad de ATV, Cablevisión, Radio América, las FM Aspen y *Sports* y el diario *El Cronista Comercial* (Landi, 1992).

poder. Mediante sus críticas implacables a la ineficiencia y burocratización del Estado, que contraponían a la eficiencia y superioridad intrínseca del «Dios mercado», sus principales exponentes ayudaron a generar, ya sea consciente o inconscientemente, de forma concertada o no, una «ilusión de consenso generalizado» (Bourdieu, 1999b), que dejaba fuera de discusión las tesis neoliberales.

IV.1. El caso de la prensa escrita

Como destaca Landi, en países como la Argentina, la prensa escrita ejerce un papel fundamental, ya que es la principal encargada de «instalar las temáticas y acontecimientos que durante el día se ampliarán y reciclarán por la radio y la televisión» (Landi, 1992: 95). El diario *Clarín* (fundado el 28 de agosto de 1945 por el periodista Roberto Noble), representa el de mayor circulación nacional, e incluso se sitúa entre los dos de mayor tirada diaria de habla hispana (Mastrini y Becerra, 2006). En ese contexto, constituye el medio impreso del grupo económico que lleva ese nombre de mayor envergadura e influencia social a nivel nacional (Landi, 1992). Desde sus inicios, el matutino había sido un diario de ideología desarrollista, vinculado a la naciente burguesía industrial, lo que lo diferenciaba de otros periódicos locales como *La Nación*, *La Prensa* y *La Razón*, relacionados a las ideas elitistas de la oligarquía agroexportadora (Albornoz *et al.*, 1999). En ese contexto, durante el régimen militar del período 1976-1983, el matutino había rechazado parcialmente las políticas monetarias y ortodoxas aplicadas por el gobierno dictatorial (Heredia, 2006). Al mismo tiempo, sin embargo, se ha destacado que el «gran diario argentino» brindaba un apoyo expectante al régimen militar a partir de la mencionada vinculación con el Estado como socio comercial de la empresa Papel Prensa S.A., encargada de imprimir los diarios, lo que le permitía, junto a *La Nación* y *La Prensa* (que luego se retiraría del negociado), acceder a precios diferenciales en la importación del papel encargado de imprimir los propios diarios (Borrelli, 2008).

A partir de la década de los '90, con la profunda e inédita reforma del Estado iniciada por el menemismo (Azpiazu, 1995; Basualdo, 2000), el matutino local continuó con su tradicional línea oficialista. Como señalamos, desde entonces la modalidad de intervención «laxa» del Estado le había permitido participar del proceso de reconversión telecomunicacional, ampliando la concentración económica mediática en pocas manos que se había iniciado con la norma de facto de radiodifusión de 1980. En ese marco, durante el proceso de privatización llevado a cabo en agosto y septiembre de 1989, el diario se asoció y adquirió el total de Canal 13 de televisión abierta y luego la radio Mitre. Además, adquirió la importante agencia de

noticias DyN (Landi, 1992). Por otro lado, a partir de 1992 logró acceder, nuevamente con la ayuda de las políticas de re-regulación llevadas a cabo por el Estado, al negocio de la televisión por cable, adquiriendo la importante empresa de cable Multicanal, entre otras compras que sumaron una inversión total de más de 400 millones de dólares (Albornoz *et al.*, 1999). Pero además, el naciente grupo económico Clarín logró expandirse y diversificarse hacia otros negociados externos a las telecomunicaciones. Así, en 1992 el Grupo ya había facturado 320 millones de dólares a través de 30 empresas, entre las vinculadas y las controladas, lo que incluía su participación en el sector salud, en los negocios inmobiliarios y en el sector financiero (Albornoz *et al.*, 1999). A ello debemos agregar, finalmente, que a partir de la privatización del sistema previsional, a fines de 1993, el nuevo conglomerado mediático se convirtió en accionista menor de la Administradora de Fondos de Jubilación y Pensión (AFJP) Activa (diario *Página 12*, 08/05/94), lo que, obviamente, limitaba en gran medida su capacidad de crítica independiente a las reformas neoliberales aplicadas por el gobierno.

En ese contexto de consolidación del proceso de concentración mediática, a lo que debemos sumar la efectiva crisis del funcionamiento del Estado que se observaba a fines de los años '80 (Palermo y Novaro, 1996; Sidicaro, 2003), el diario nacional, ya convertido en parte del principal multimedios de la región (Mastrini y Becerra, 2006), iniciará una crítica funcional al discurso oficialista de reducción de las funciones reguladoras y universalistas del Estado social de posguerra. Así, criticará, por ejemplo, en una nota editorial referida al tema de las privatizaciones, las «deficiencias y burocratismos en diversas etapas de la administración que, con diferencias de grado, pueden encontrarse en la mayoría de las empresas públicas» y agregará que «esta situación crítica sólo se resolverá en la medida que se tomen acciones decididas en cuanto a la reorganización de las empresas y la apertura a la participación privada» (diario *Clarín*, 06/02/90). En otra oportunidad, expresará también, en su línea editorial, que «el aumento de la inversión, la reconversión de empresas, la incorporación de nuevas tecnologías, son requisitos ineludibles para que la economía argentina aumente su capacidad de financiamiento y mejore su competitividad internacional»¹⁷ (diario *Clarín*, 26/01/93).

¹⁷ De todos modos, el matutino tendrá en algunos de sus periodistas a implacables críticos del modelo económico. En particular, debemos destacar la fuerte labor crítica del periodista económico Daniel Muchnik, quien, además, editará varios libros en donde criticará los «fuegos de artificio» del modelo, advirtiendo que se trataba de «una bomba de tiempo en lo económico y lo social» (véase Muchnik, 1992, 1994). Según Alfredo Zaiat, esta permanencia de un discurso crítico del modelo socioeconómico en algunos de los principales periodistas del diario *Clarín*, entre los que el autor incluye también a Ismael Bermúdez, se debe a la permanencia de una arraigada tradición desarrollista en el matutino, que le había permitido mantener críticas similares durante el último régimen militar (Entrevista a Alfredo Zaiat, abril de 2010).

Por su parte, el diario *Ámbito Financiero*, el primero dedicado exclusivamente a favorecer la doctrina del mundo de los negocios, defenderá fuertemente, desde su columna de opinión, «el sostenimiento de la Ley de Convertibilidad sin modificaciones» (diario *Ámbito Financiero*, 10/07/91). Incluso el propio presidente del diario, el hipermenemista Julio Ramos, expresará en una oportunidad: «Hoy la Convertibilidad en la Argentina es resguardar, ante una descreída población, tras 50 años de inflación, un respaldo al peso» (diario *Ámbito Financiero*, 15/04/93). Poco después, frente al proceso de privatización de los fondos de jubilaciones y pensiones (AFJP), el respaldo al gobierno será aún más tajante, cuando afirme que «Carlos Menem va a pasar a ser seguramente el presidente más revolucionario y útil para la Argentina en este siglo desde Julio Roca»¹⁸ (diario *Ámbito Financiero*, 27/04/93).

En la misma línea oficialista, tanto *La Nación* como *La Prensa*, históricos diarios antiperonistas vinculados a la elite liberal-conservadora¹⁹, que incluso han apoyado sin reservas diversos golpes de Estado contra el orden constitucional a lo largo de la historia argentina, modificarán su tradicional discurso antiperonista, en consonancia con la transformación discursiva del presidente hacia ideas neoliberales, para respaldar las políticas de reforma estructural (flexibilización laboral, privatizaciones, apertura y desregulación comercial) aplicadas por el gobierno. En ese contexto, al igual que el diario católico *Criterio*, los centenarios periódicos coadyuvarán a invalidar los reclamos de los sectores descontentos con las políticas neoliberales (Heredia, 2002).

IV.2. El papel de los «intelectuales orgánicos»

Más allá de la línea editorial de los principales medios impresos tendientes a legitimar, por acción u omisión, la política económica del gobierno, y aquí debemos destacar también que tanto las empresas privatizadas, como el propio Estado, invirtieron ingentes sumas económicas en las pautas publicitarias mediáticas, siendo los principales anunciantes (Bulla y Postolski, 2004), debemos subrayar, entre los principales defensores de las reformas neoliberales, el papel crucial que ejercieron lo que podemos denominar, siguiendo los aportes de Gramsci, los «intelectuales orgánicos» del

¹⁸ Julio Argentino Roca fue tres veces presidente de la Argentina y máximo representante del período liberal-conservador que gobernó de forma fraudulenta entre 1880-1916 (al respecto, véase Botana, 1985).

¹⁹ Recordemos que el fundador del diario *La Nación* fue Bartolomé Mitre, político y escritor perteneciente a la tradición liberal y conservadora, quien defendía un modelo agroexportador excluyente y oligárquico. El tradicional diario de la elite liberal, además, respaldó prácticamente todos los golpes de Estado en el transcurso de la historia local, incluyendo el último y más trágico. *La Prensa*, por su parte, era dirigido por Amalia Lacroze de Fortabat, empresaria liberal muy cercana al gobierno menemista.

modelo. Con particular virulencia desde mediados de los años '80, estos periodistas, economistas, financistas y empresarios, insistirán desde distintos medios en la necesidad de reducir el funcionamiento estatal a su mínima expresión (Beltrán, 2006; Morresi, 2008).

En los últimos años la televisión adquiere un papel creciente en la conformación y reforzamiento de las representaciones y creencias sociales de la llamada opinión pública. Como destaca Landi, mientras que la prensa escrita contribuye a instalar los temas y noticias, en países como la Argentina la televisión «es más importante en la exhibición visual de los hechos y en la circulación de ciertos argumentos» (Landi, 1992: 95). En ese marco, potenciado por su amplia extensión cultural²⁰, debemos subrayar, en primer lugar, la función política que, ya sea de forma interesada o no, ejercieron los célebres periodistas locales Bernardo Neustadt y Mariano Grondona. El primero de ellos, a partir de una crítica feroz a la ineficiencia de los servicios públicos, cumplirá, con su apelación a una supuesta «Doña Rosa» que se quejaba del funcionamiento deficitario del Estado en el programa televisivo de aire «Tiempo nuevo», un papel político fundamental en generar un nuevo sentido común en favor del nuevo rumbo tomado por el gobierno (Morresi, 2008). En efecto, como destaca Balsa, a partir de la utilización de ejemplos y metáforas simples, de experimentación práctica y cercanas al sentido común, el periodista, «principal divulgador del neoliberalismo en el país», logró acceder con gran maestría a la identificación popular, al hablar el lenguaje sencillo y corriente del «hombre de la calle» (Balsa, 2006: 23). Grondona, por su parte, expondrá su visión neoliberal en el programa periodístico semanal «Hora Clave», en el Canal 9, considerado el de mayor audiencia durante la década de los '90 (Corral, 2007). Allí, no apelará de forma predominante al género familiar, sino más bien al académico, legitimándose en el «supuesto saber» derivado de su conocimiento del latín y el griego y la utilización del lenguaje técnico y profesional. Además, expresará sus ideas contrarias al Estado benefactor de posguerra en las editoriales del diario liberal-conservador *La Nación*, tradicional periódico de la elite local, y en varios libros de divulgación de importante venta a nivel nacional. Finalmente, es de destacar el papel prorreformas del ultramenemista Gerardo Sofovich a través de su programa semanal en la televisión pública y en su programa de radio en AM 990, donde reforzará su alineamiento disciplinado al discurso menemista.

Si tomamos en cuenta la definición ampliada y (pos)gramsciana del término, un intelectual orgánico es todo aquel individuo o sector encargado de difundir legítimamente una ideología particular, que puede ser a favor

²⁰ Hacia fines de 1991 la televisión argentina tenía una cobertura de aproximadamente el 95 por ciento de la población total del país (Landi, 1992).

de los sectores dominantes, o bien de los sectores subalternos. Ambos bandos, por lo tanto, tienen cada uno sus propios intelectuales orgánicos. En este caso, no caben dudas que, pese a haber respaldado previamente a diversos gobiernos militares, la amplia credibilidad y legitimidad política de periodistas como Bernardo Nestaudt y Mariano Grondona, contribuyó a difundir y sedimentar un nuevo núcleo de sentido común a favor del discurso neoliberal del menemismo.

Como destaca Balsa (2006), a diferencia de la época gramsciana, en la actualidad no sólo los filósofos son intelectuales. Por el contrario, en las últimas décadas existe un proceso de «desintelectualización» de la hegemonía que extiende el proceso de hegemonía cultural del campo intelectual, hasta penetrar en el sentido común de la sociedad (Balsa, 2006; Rubinich, 2001). Precisamente, durante los años '90 se produjo un proceso de creciente «farandulización» de la sociedad, expresado en el famoso «pizza con champán» y los tapados de piel de la dirigente menemista María Julia Alsogaray en la revista *Gente*, que sirvió como metáfora para expresar la década menemista²¹. Profundizando un proceso mundial fomentado por la lógica mercantil de los grandes medios hasta un nivel nunca antes visto en la Argentina, la lógica hegemónica del menemismo consistía en exhibir la frivolidad y ostentar sin culpas el consumo personal en las principales revistas de la farándula y en los medios televisivos como un signo apreciado de *status* y distinción personal. Ese discurso despolitizado resultaba funcional al propio discurso y a las reformas económicas establecidas por el menemismo. Pero además, se retroalimentaba de la absorción de este mismo discurso hegemónico a partir del hiperconsumismo que había promovido el menemismo con la sobrevaluación cambiaria establecida a partir del régimen de convertibilidad, que, a partir de una fuerte reducción de las tasas de interés, fomentaría un incremento del consumo masivo y del endeudamiento interno vía crédito barato extendido a amplios sectores sociales. Como señala Balsa,

a medida que las prácticas económicas, pero también las políticas, se fueron «adecuando» a su prédica, [el discurso neoliberal] cada vez encontró más validaciones a sus creencias, al tiempo

²¹ La lógica de «pizza con champán» se extendía a las clases altas del país, que a partir del «1 a 1», viajaban y realizaban fiestas cotidianas en Punta del Este y Miami en la que se solía servir champán francés con pizza y se escuchaba música de las clases populares, como la bailanta (en particular, con los cantantes Ricky Maravilla, Glads «la bomba tucumana» y «Pocho la Pantera»). Una observación inicial acerca de este fenómeno de consumo y revalorización de prácticas y estéticas de los sectores populares por parte de sectores sociales más altos se encuentra en Landi (1992). Para un análisis más extendido sobre este particular durante los años '90, véase Bonnet (2008).

que sus valores se iban concretando al compartirse por más individuos. El proceso se realimentó a partir de los cambios en los modos de vida (especialmente con la expansión del consumo) de amplios sectores de la población (Balsa, 2006: 23).

Es en ese marco de creciente consumo y ostentación de la riqueza como modelo de identificación social y promesa de ascenso social²², un modelo neoutilitario de mercantilización social que se replicaría a escala global durante esta fase neoliberal, en el que podemos incluir también, dentro de esta definición ampliada de intelectuales orgánicos, a los artistas y comunicadores de la cultura mediática. Debemos recordar nuevamente que el concepto de intelectual orgánico de Gramsci no remite ya a los «grandes» intelectuales tradicionales, al estilo Benedetto Croce, sino que hace referencia a aquellos sujetos encargados de difundir legítimamente una ideología particular, expresándola en un lenguaje llano situado como a favor del interés general o del interés de «la gente». Es decir, que el intelectual orgánico representa, desde la visión que proponemos aquí, a todos aquellos encargados de constituir, fomentar, reproducir y articular hegemonías discursivas. Como señala Laclau, la función del intelectual orgánico «se ocupa de la práctica de la articulación como componente esencial para la construcción de la hegemonía de un grupo —sindicalistas, técnicos de distintas clases, periodistas, etcétera—» (Laclau, 2003: 286).

En lo que respecta al caso argentino, muchos de los artistas y comunicadores sociales de los medios masivos, ya sea de forma consciente o no, contribuyeron a difundir la nueva hegemonía cultural del neoliberalismo, reforzando el nuevo sentido común subyacente. Contaban, para ello, con una amplia legitimidad en la llamada opinión pública, derivada de su alto grado de credibilidad social y la identificación subjetiva de admiración con la imagen ideal de *status* alcanzada a partir de su fama y el dinero personal. En ese marco, además de los importantes ideólogos del neoliberalismo que hemos mencionado, debemos destacar el respaldo político brindado al

²² Landi ha destacado, a partir del caso argentino, que ciertas capas de la población, además de seguir pautas de capas más bajas, tienden a seguir, al mismo tiempo, ciertas pautas de consumo propias de niveles superiores. En ese marco, los sectores medio-bajos tienden a asimilarse a los sectores medios en ciertas prácticas de consumo cultural, y la misma lógica de «ascenso social» ocurre con sectores medios (Landi, 1992). Este fenómeno, si bien posee antecedentes en la Argentina en la famosa «tablita» de la última dictadura militar, llegó a su apogeo a partir de la aplicación del 1 a 1, que, en el marco de la crisis de los relatos colectivos y la extensión de la lógica mercantil a escala global, permitió a vastos sectores sociales (en particular, sectores medios y medio-bajos) acceder a prácticas de consumo hasta entonces inalcanzables, al tiempo que extendió la lógica consumista como nueva modalidad superyoica de identificación social.

menemismo por parte de una mayoría de los artistas de la farándula local, como es el caso especialmente de las influyentes y reconocidas actrices y conductoras de televisión Susana Giménez, Mirtha Legrand, Moria Casán y del conductor televisivo y empresario Marcelo Tinelli. Este último, por ejemplo, brindaría su espacio a Menem para que concluyera en su popular programa humorístico de televisión «*Videomatch*», su campaña electoral para las elecciones presidenciales de mayo de 1995, sin realizarle preguntas comprometedoras. En la misma línea, muchos recuerdan, seguramente, de qué modo en el programa televisivo de aire del conocido comediante local Antonio Gasalla se criticaba con un *sketch* humorístico (la forma más sutil de expresar una ideología política) al exceso de burocratización e ineficiencia de los funcionarios públicos, destacando su escasa aversión al trabajo y a la responsabilidad propia de su cargo. Estas «contribuciones» de los artistas, actores y conductores de televisión, especialmente en este último caso, coadyuvaron a legitimar las reformas neoliberales, en tanto contribuyeron, en el marco de la crisis efectiva del Estado social, a sedimentar un nuevo sentido común antiestatista y a favor del menemismo²³.

Por otra parte, se ha destacado, en relación a este punto, que el vínculo cercano que estableció Menem con gran parte de la farándula local (donde Menem se confundía entre uno de ellos), y que incluyó, además, la visita cotidiana a los programas más populares, le permitió generar una identificación con el hombre común a partir de que se mostraba con un estilo exitoso, canchero, espontáneo y familiar, que, además, triunfaba en el mundo del deporte y con las mujeres (Landi, 1992; Novaro, 1994; Rinesi y Vommaro, 2007). En ese contexto, podemos afirmar que gran parte de la cultura mediática local, y especialmente la farándula, contribuyó, ya sea por acción u omisión, de forma intencional o no, a legitimar las reformas neoliberales emprendidas por el menemismo²⁴.

²³ En efecto, debemos considerar que la crisis del Estado social de posguerra no era pura «ideología» vacía difundida por los intelectuales orgánicos del neoliberalismo, sino que materializaba su creencia en la práctica concreta y cotidiana de los sujetos sociales, a partir de servicios públicos que efectivamente eran ineficientes y una función pública que efectivamente, más allá de sus causas y motivaciones, era burocrática y corrupta (véase Sidicaro, 2003). Respecto a este proceso de materialización práctica de la creencia, véase Zizek (1992). Para un interesante abordaje de este proceso durante los años '90, véase Bonnet (2008).

²⁴ De todos modos, también existirán algunas excepciones dentro de este amplio campo cultural, entre los que podemos incluir, además de algunos periodistas del diario *Clarín*, a la gran mayoría de los periodistas del diario de centroizquierda *Página 12* (en particular, aquellos que escribían en el suplemento de economía «*Cash*»), y a algunos programas de televisión, como el periodístico de Jorge Lanata («*Día D*»), el programa televisivo de humor político de «*Tato*» Bores y el noticiero de humor político «*Canal K*», además de ciertas críticas socioeconómicas moderadas del humorista Enrique Pinti. Por otra parte, pese a que en esos años la crítica política, tanto dentro como fuera de la universidad, se centró en gran medida en las denuncias de corrupción y el escaso respeto institucional del menemismo (respecto al

Como bien destacan Rinesi y Vommaro (2007: 439), la articulación del fenómeno conocido como menemismo sólo puede entenderse en el marco de un «juego de voces múltiples y plural». En efecto, como ya ha sido destacado hace mucho por el semiólogo ruso Mijail Bajtín (1982), ningún género es puramente unívoco, sino que se entremezcla con una multiplicidad de géneros y estilos discursivos. En este caso, el género específicamente político del discurso menemista (vinculado a su larga tradición dentro del peronismo), compartirá su lógica con los géneros melodramático, humorístico y de parodia que caracterizan a los medios masivos como la televisión (Landi, 1992). Pero además, compartirá y mezclará en gran medida el género político con el discurso académico y científico del saber tecnocrático. En ese contexto, más allá del grado mayor o menor de influencia social de los medios masivos y sus periodistas, economistas y comunicadores sociales, la lógica de respaldo político de los intelectuales neoliberales al menemismo sólo puede entenderse en toda su magnitud, si se destaca y enfatiza la inestimable ayuda de tres actores sociopolíticos fundamentales que hicieron valer no sólo sus intereses particulares (velados bajo la forma del saber experto), sino también sus cosmovisiones generales. Estos actores serán los organismos multilaterales de crédito (principalmente el Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo), el go-

caso de la ciencia política, véase el excelente trabajo de Scillamaná, 2007), además de absorber no pocas de las premisas básicas del utilitarismo neoliberal (Rubinich, 2001), es de destacar la labor crítica de muchos de los más importantes intelectuales, docentes e investigadores del campo académico local, especialmente dentro de las universidades públicas (con énfasis en la UBA) y algunas revistas académicas progresistas (en particular, en las publicaciones «Realidad Económica», «Desarrollo Económico» y la marxista «Doxa»). En cuanto al ambiente artístico, podemos señalar algunas críticas parciales provenientes de los grupos de música «Las manos de Filippi» (creador del tema antimnemista popularizado por el grupo musical «Bersuit Vergarabat» bajo el nombre de «Señor cobranza») y la banda de punk-rock «2 Minutos», que criticará en algunos de sus temas los «efectos» sociolaborales del modelo económico menemista (véanse, por ejemplo, el tema «Novedades», del disco «Valentín Alsina», y «Laburantes», del disco «Volvió la alegría, vieja!»). Finalmente, en el campo gráfico, Fernández y Mannarino (2007) han destacado, a partir de un análisis del primer gobierno de Menem, la importante crítica no sólo moral, sino también ideológica, por parte de la revista «Humor» (que también se había opuesto a las políticas económicas de la dictadura del '76, según señala Heredia, 2006) al modelo socioeconómico defendido y promovido por el menemismo en los '90. Durante la segunda mitad de los años '90, al compás de la declinación de las condiciones socioeconómicas, se extenderán las críticas de algunos intelectuales, académicos y artistas a los efectos regresivos generados por la aplicación del modelo económico. Entre ellos, se pueden señalar las críticas de la banda de rock Bersuit, tal como lo ha analizado en un detallado análisis Citro (2008) y también la aparición en 1996 del programa televisivo «Las patas de la mentira», que mostraba los furcios de los políticos. Se ha destacado (véase Da Porta y Simón, 2006), sin embargo, que programas de este tipo, entre los que los autores incluyen a «Día D» y «CQC», eran funcionales al discurso menemista, en tanto criticaban desde una tonalidad irónica o cínica que excluía la crítica política al modelo socioeconómico.

bierno de Estados Unidos y los economistas de muchas de las más importantes usinas ideológicas nacionales y extranjeras (Repetto, 1999).

En efecto, desde el primer momento en que fue implementado el Plan de Convertibilidad, los organismos multilaterales de crédito mostrarán, si bien no exentos de algunas diferencias internas (Santiso, 2003), su firme apoyo al presidente y a su política económica (Bembi y Nemiña, 2007). Así, el régimen de convertibilidad, entendido como un modelo socioeconómico en sí que condensará discursivamente al conjunto de las reformas de mercado (Azpiazu, 1995), obtendrá un rápido respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el propio presidente de los Estados Unidos, George Bush (diario *Clarín*, 23/03/91, 13/04/91; diario *Página 12*, 23/03/91). El «fuerte apoyo a los recientes programas de reforma económica de la Argentina», como expresará el BID (diario *Clarín*, 07/03/95) y a los «éxitos extraordinarios de la economía argentina», como dirá el Secretario del Tesoro de los Estados Unidos (diario *Clarín*, 03/03/95), en lo que será, según el vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, «uno de los casos más apasionantes de éxito económico del mundo de hoy» (diario *Página 12*, 20/03/94) y según el Banco Mundial, «un cambio tremendo para bien» (diario *Clarín*, 02/08/91), producto de que «la Argentina ha dado pasos de gigante en lo que respecta a la reestructuración de su economía» (diario *Página 12*, 16/10/91), se reiteraría hasta el hartazgo a lo largo del primer período de gobierno (diario *Página 12*, 07/08/91, 27/09/91, 17/10/91, 15/11/92, 30/08/94; diario *Clarín*, 15/11/91, 19/11/91, 28/11/91, 05/03/92, 03/03/95, 04/05/93, 11/05/95; diario *Ámbito Financiero*, 18/07/91, 30/07/91, 07/08/91, 14/08/91, 30/08/91, 20/04/93).

Un ejemplo elocuente respecto a este apoyo casi incondicional al «modelo de Convertibilidad» (García Delgado, 2003: 36) y a sus políticas públicas íntegramente asociadas (básicamente, apertura, desregulación, privatizaciones y estabilidad macroeconómica), lo podemos hallar en el, por entonces, titular del FMI, Michel Camdessus, para quien el régimen cambiario fue «adecuado» y «sirvió a la economía argentina» porque «ofreció un ancla para su estabilidad, tanto fiscal como monetaria». En ese sentido, pedirá «mantener el rumbo», ya que «no hay razones» para modificarlo (diario *Página 12*, 31/08/94). En la misma línea, para el subsecretario del Tesoro de Estados Unidos, Jeffrey Shafer, la aplicación del recetario liberal en la Argentina implicaba un «verdadero cambio» que estaba creando «una nueva prosperidad»:

Muchas personas hace una docena de años hubieran seguido arguyendo que era mejor cerrar la economía para lograr

el desarrollo. Ya nadie cree eso, y todos nos damos cuenta de la importancia que tiene ensanchar y ahondar la base para la liberalización del comercio en todo el mundo (...) A principios de 1989 (...) les hablé [a las autoridades] del déficit fiscal, del control monetario y de la liberalización comercial. Pero me dijeron que todo eso era imposible (...) Ahora veo que en la Argentina están interesados en la disciplina fiscal, el control monetario y la liberalización comercial, y que están logrando un verdadero cambio que está creando una nueva prosperidad en Latinoamérica (ABRA, 1994: 149,162).

En ese contexto, a partir del éxito tangible y concreto del régimen de convertibilidad, sobre todo en su rol estabilizador de la moneda tras la profunda debacle hiperinflacionaria del período 1989-1990, el país sería presentado una y otra vez por los organismos multilaterales de crédito como un «ejemplo» no sólo del grado de aplicación disciplinada de las reformas de mercado, sino también del éxito incuestionable de sus «recetas» ortodoxas (Bembi y Nemiña, 2007). En efecto, si, como dirá el presidente del Banco Mundial, «el proceso de ajuste en la Argentina es un ejemplo para toda América Latina» (diario *Clarín*, 10/06/92), para el FMI, «el éxito del programa argentino es otra prueba contundente de que las propuestas económicas del Fondo no son sinónimo de recesión, como siempre se dice» (diario *Clarín*, 30/09/93).

El nuevo presidente de Estados Unidos, Bill Clinton (electo en 1992), además de «felicitar» al gobierno «por los positivos cambios políticos y económicos en la Argentina», también pondrá a nuestro país como «ejemplo». Así, afirmará que «el extraordinario cambio de posición de la Argentina se ha constituido en el ejemplo para otros (países) del hemisferio y en todo el mundo» y que «la Argentina ha estado a la vanguardia del progreso político y económico dentro de nuestro hemisferio durante la última década» (diario *Clarín*, 20/05/93). Del mismo modo, el ex presidente George Bush expresará que Menem «posicionó a esta Nación en los primeros niveles internacionales, tanto desde el punto de vista económico como político» (diario *Página 12*, 31/08/94).

Aprovechando los reiterados elogios de los organismos multilaterales de crédito y de los Estados Unidos hacia lo que definirán como su «mejor alumno», el presidente Menem afirmará que:

Esta es la Argentina que nos han pedido nuestros antepasados; por esta Argentina lucharon nuestros grandes caudillos; por esta Argentina que por fin tiene presencia en el mundo, nos respetan en todas partes y nos ponen como modelo, reitero, de

cómo hay que hacer las cosas para estabilizar la economía y para sostener una moneda fuerte y sólida (Menem, 1993: 69).

Pero, al mismo tiempo, como dijimos, el gobierno contará también con el respaldo de la mayoría de los economistas nucleados en las tradicionales usinas liberales. Estos núcleos de poder simbólico, al igual que las empresas de medios masivos, han venido incrementando su grado de poder e influencia social en las últimas décadas al compás de la crisis de las grandes ideologías y el declive de los partidos políticos tradicionales. En ese contexto, los técnicos de las fundaciones neoliberales se presentan como sectores apolíticos que contribuyen a otorgar una significación legítima a la realidad social a partir de su presunto saber «experto» y «objetivo», materializado en sus credenciales académicas y su consecuente legitimidad «científica» (Rubinich, 2001: 74; Morresi, 2008).

Como destacan Rinesi y Vommaro (2007: 439), «el discurso económico asume una función política de primer orden en la Argentina de los '90". En efecto, ya sea por acción u omisión, estos sectores de poder político y simbólico contribuyeron a «la legitimación discursiva de las transformaciones que propiciaba y que consumió» el menemismo (Rinesi y Vommaro, 2007: 439). En ese marco, cabe destacar que, como señala Beltrán (2006: 235), «el conjunto de intelectuales liberales argentinos y sus organizaciones cumplieron un papel fundamental no tan sólo transmitiendo, sino también traduciendo al neoliberalismo de acuerdo con parámetros culturales locales». En ese sentido, los técnicos del ajuste pueden ser definidos como verdaderos «intelectuales orgánicos» del menemismo (Rinesi y Vommaro, 2007: 439).

Debemos subrayar, en ese contexto, el papel ejercido por la Fundación Mediterránea (FM), íntimamente relacionada con el ministro de Economía Domingo Cavallo (N'Haux, 1993), el Centro de Estudios Macroeconómicos (CEMA) y la Fundación Internacional de Estudios Latinoamericanos (FIEL)²⁵. Uno de sus máximos exponentes, Jorge Ávila, dirá, por ejemplo,

²⁵ Ello no obsta a que no hubiere algunas inevitables contradicciones ideológicas y programáticas dentro de los distintos tipos de economistas liberales. Como destaca Mariana Heredia en relación al régimen militar del '76 (Heredia, 2004: 316), existían diferencias sustanciales entre los economistas «tradicionales» y los «tecnocráticos» de acuerdo a su visión sobre la política económica, las diferencias generacionales, el lugar de pertenencia en la escala social y el tipo de conocimiento socioeducativo adquirido (véase también Beltrán, 2006). Además, en casos como la fundación FIEL, las diferencias ideológicas y programáticas se hacían presentes dentro de los propios economistas de la fundación, por lo que, según la autora, la tradicional noción de *Think Tank* no se ajusta a las características de este tipo de fundaciones liberales (véase especialmente Heredia, 2004: 351-352, 374-376). Si bien estas disputas serían saldadas a partir de la década de los '80, cuando liberales tradicionales y tecnocráticos unifican posturas en defensa del neoliberalismo (Heredia, 2006: 170), resulta evidente que no puede pensarse en un actor político totalmente homogéneo y organizado ideológicamente.

que una «profunda desregulación del mercado laboral es sumamente necesaria para mantener y respetar la Ley de Convertibilidad» (diario *Clarín*, 08/07/91). Y de manera similar se expresarán también, en reiteradas oportunidades, los economistas neoliberales Jorge Alemann (diario *Clarín*, 17/07/91), Juan Luis Bour (diario *Página 12*, 31/07/94) y Daniel Artana (diario *Clarín*, 05/04/95). Más elocuentes resultarán las palabras del economista Juan Carlos de Pablo, quien, en consonancia con el discurso hegemónico, afirmará que:

Carlos Menem, contra lo que se esperaba, colocó su audacia al servicio del rumbo correcto, con buena lectura de la realidad, tanto nacional como internacional. El mérito del presidente Menem y quienes lo acompañan (...) [es] el de haber percibido que no hay alternativa a actuar de modo distinto y el mérito de la población es apoyar electoralmente a quien lee hoy correctamente cuál es la realidad y cuál es, en consecuencia, el rumbo correcto (...) Luego del proceso que terminó en un par de hiperinflaciones, ¿quién responsablemente puede pedir que nos olvidemos de la estabilidad para encarar el crecimiento, quién responsablemente puede sostener que no hay ninguna relación entre el déficit fiscal y la tasa de inflación? Quienes así no lo entiendan, tendrían que emigrar, para aplicar sus conocimientos en la Unión Soviética, donde parece que están en algo parecido a la hípica (*Revista de la Bolsa de Comercio de Rosario*, N° 1456, 1991: 4-5).

En ese contexto de «transformación estructural que hoy se está produciendo en Argentina», agregará:

Los economistas estamos hoy mostrando un explicable consenso: todos estamos por la privatización, por la desregulación, por la apertura de la economía, por la «vuelta a las fuentes» del crecimiento (*Revista de la Bolsa de Comercio de Rosario*, N° 1456, 1991: 4).

En el plano externo, el programa económico obtendrá también un fuerte y duradero respaldo de los más influyentes economistas extranjeros, muchos de ellos lobbistas de los grandes inversores, que, como el caso de Jeffrey Sachs, expresarán su firme apoyo al plan económico, ya que «es el mejor para salir de la crisis que se presentó durante décadas». En ese sentido, señalará, «el programa tiene que mantenerse por varios años. Argentina dio en la tecla» (*Ambito Financiero*, 19/07/91).

El tecnócrata de Washington William Cline, luego de recordar la «gran inestabilidad» que había generado en el país la «experiencia hiperinflacionaria reciente», se referirá también, como expositor en las Jornadas Anuales de la Asociación de Bancos (ABRA), a los «tremendos éxitos» y al «rol crucial» que cumplirá la vigencia del plan de convertibilidad en la estabilización, el crecimiento económico, la fuerte disciplina fiscal y las mejoras en las expectativas inflacionarias. Según Cline:

El plan de convertibilidad ha sido un tremendo éxito hasta ahora. Ha bajado la inflación a partir de una hiperinflación y ha posibilitado un crecimiento económico en los últimos dos años. La convertibilidad ha sido el ancla del programa. En la orientación al mercado, en lugar de tener una suerte de política gubernamental intervencionista, el sistema de tipo de cambio cumple un rol crucial. Contribuye a la estabilidad macroeconómica y a un mejor desenvolvimiento en el comercio exterior (...) El sistema se respalda en las reservas externas, que el Banco Central está dispuesto a intercambiar. Esto quiere decir que la creación de dinero debe estar respaldada por reservas adicionales de divisas. Estas reservas se obtienen de un excedente comercial o de un influjo comercial. No se puede aumentar la cantidad de dinero mediante préstamos del Banco Central al Gobierno para financiar sus déficits fiscales. Entonces, decimos que el sistema proporciona una disciplina fiscal muy fuerte para el modelo (...). Además, la macroestabilidad se consigue a través de las expectativas financieras e inflacionarias. El tipo de cambio fijo cumple un requisito clave para reducir la expectativa de inflación. Esto es especialmente aplicable después de un proceso de hiperinflación, cuando el público está totalmente sensible a cualquier síntoma de inflación. Las reservas del Banco Central dan mucha más estabilidad macroeconómica (...) Las expectativas son mucho más estables (ABRA, 1994: 409-411).

Estos verdaderos intelectuales orgánicos, entendidos como aquellos promotores y difusores corrientes de la doctrina del libre mercado al sentido común popular (Rubinich, 2001; Balsa, 2006), no sólo legitimarán de forma activa las reformas neoliberales del menemismo. A su vez, contribuirán a generar una legitimación por omisión de alternativas políticas diversas. En ese marco, los ideólogos neoliberales repetirán hasta el cansancio la tesis thatcheriana que consideraba que «no hay alternativas» [*there is no alternatives*] a las reformas neoliberales. Debemos recordar, en ese sentido, que en 1989

sería derrumbado el Muro de Berlín y, dos años más tarde, se produciría la disolución definitiva del sistema socialista en la ex Unión Soviética (diario *Página 12*, 22/12/91). De este modo, la alternativa que durante tantos años había competido de forma antagónica con el capitalismo, mostraba su rotundo fracaso. En ese contexto, que además ya había mostrado el fracaso de las políticas «estatistas» del keynesianismo, acusadas ahora, tras la trágica experiencia hiperinflacionaria, de ser «ideologías antiguas» pertenecientes al «pasado», durante la década del '90 se decía e insistía que este no era sólo el mejor de los mundos posibles, sino que era el único que hay (Morresi, 2008). De ahí, la famosa frase de Francis Fukuyama de que habíamos llegado al «fin de la historia». Esto significaba que, como se habían agotado las interpretaciones alternativas a la «democracia liberal», se habría terminado la lucha política-ideológica. En palabras de Fukuyama:

En la última generación, tanto los regímenes de izquierda como los de derecha han fracasado. Este derrumbe empezó en Europa con España, Portugal y Grecia. Luego, durante los años ochenta, se acabaron los regímenes militares de derecha latinoamericanos y, al final de la década, tuvimos la caída del comunismo. Todo esto parece indicar que hay un principio de legitimidad mundialmente reconocido en este momento, que es la democracia liberal (Entrevista a Francis Fukuyama, en diario *Página 12*, 08/09/91: 2-3).

Según el entonces presidente del FMI, Michel Camdessus:

Las ideologías están muertas o moribundas. Ya no se cree en la felicidad de las sociedades ideales. Quedan las economías de mercado y la democracia. Los nacionalismos y todas esas formas de demagogia populista (...) llevan a la hiperinflación y, a través de ella, al desbande económico, al crecimiento de la miseria y al retorno de los regímenes llamados «fuertes», digamos, más bien, al fin de las libertades (*Revista de la Bolsa de Comercio de Rosario*, N° 1459, 1992: s/d).

En la misma línea optimista, el banquero brasileño Roberto Bornhausen afirmaba en las Jornadas de ABRA que:

Podemos afirmar que un futuro fascinante, desafiante, nos aguarda en América Latina, a pesar de las dificultades y del estancamiento de los años pasados. La caída del Muro de Ber-

lín, que demostró al mundo la magnitud del desastre económico y social del régimen socialista, nos debería convencer a todos de que la única alternativa válida y segura para resolver los enormes desafíos del desarrollo económico y de la superación de la pobreza y la miseria es la economía de mercado. Se viene produciendo en la región, rápidamente, un consenso de que se deben abandonar patrones retrasados, para ingresar decididamente en el mundo moderno (...) No tengo duda que más temprano de lo que muchos pesimistas imaginan, producirémos las evoluciones políticas y jurídicas necesarias para llevarnos a la modernidad y al camino del bienestar económico (ABRA, 1994: 364).

En sintonía con esta promoción del «pensamiento único», el Secretario del Tesoro de Estados Unidos expresaba que, frente al fracaso del Estado intervencionista, «no hay alternativa viable» a las reformas de mercado (diario *Clarín*, 28/09/93). De igual modo, el economista Riordan Roett señalaba que:

La única forma en que cualquier sociedad del hemisferio podrá consolidar la democracia y lograr la justicia social y el respeto generalizado de los derechos humanos, es a través de la reforma económica y financiera continua que se está implementando (ABRA, 1994: 428).

En ese contexto, hará hincapié en el:

Proceso de modernización que se está llevando a cabo en la Argentina y que continuará desempeñando un papel innovador y significativo en el futuro. La comunidad financiera internacional ha reconocido los drásticos cambios que se están produciendo en la Argentina, y la interacción entre el capital internacional y el cambio estructural ha llamado la atención de los inversores extranjeros (ABRA, 1994: 425).

La consecuencia de esta visión hegemónica promovida desde el saber superior por los núcleos del *establishment*, una visión potenciada con insistencia por su aparición repetida en los medios masivos concentrados y la invisibilidad o menosprecio de las (pocas) voces críticas al modelo económico, lo que impedía generar espacios estatales desde donde podría avanzarse en la concreción de las demandas invisibilizadas (Balsa, 2006: 28), será la prevalencia de una concepción cuasiuniforme de la realidad social en la que

se hará casi imposible plantear legítimamente una voz alternativa. Este discurso hegemónico y hegemonzante, incentivado, además, por cierta idea de inevitabilidad de los cambios tecnológicos que caracterizan a la Modernidad, y la efectiva estabilización de la economía tras la experiencia hiperinflacionaria de 1989, transformará al régimen socioeconómico en un nuevo «sentido común» sedimentado que se objetivará como una realidad indiscutida (Bonnet, 2008; Fair, 2009, 2010). Al mismo tiempo, en el marco de una oposición política partidaria y mediática que, ya sea por interés o no, concentrará su crítica en el estilo antirrepublicano del menemismo (Alem, 2007; Corral, 2007), el discurso hegemónico contribuirá a centrar las críticas al oficialismo en el aspecto puramente ético e institucional²⁶. De este modo, en un contexto de elevado crecimiento económico, inédita estabilidad económica y social y posibilidad de acceder al consumo masivo por la vía del crédito barato, se generará un mecanismo psicológico que impedirá ver, o bien tenderá a ignorar o no cuestionar, las múltiples consecuencias políticas, económicas y sociales que estaba produciendo el nuevo orden neoliberal, e incapacitará pensar en proyectos alternativos, al tiempo que promoverá sintomáticamente la apatía política, la resignación y el conformismo social.

²⁶ Diversos autores han analizado el modo en el que el discurso opositor al menemismo constituyó su identidad política, sobre todo a partir de la derrota opositora en las elecciones legislativas de 1991, en la pura crítica centrada en el aspecto ético-republicano. En ese contexto, ya sea por los intereses económicos de los grandes medios, o porque la economía funcionaba relativamente bien (desde el éxito del 1 a 1 se había logrado terminar con décadas de inflación y el producto bruto interno, la inversión y el consumo (crecían a tasas inéditas), o bien por ambos motivos (nos inclinamos por esta última opción), a partir de 1991, con la disolución del bloque de diputados antimenemista conocido como el Grupo de los 8, que criticaba la supuesta «traición» neoliberal de Menem, se constituyó una fluida convergencia entre el discurso antimenemista (que en 1994 articularía a los dos principales partidos de oposición para conformar el Frepaso, antecedente inmediato de la Alianza), y el discurso mediático. Dejando de lado prácticamente toda crítica que pusiera en cuestión al modelo económico, esta confluencia discursiva (que, además, adoptó un discurso electoralista que lo hacía afín al género mediático) colocó el eje de la crítica en un discurso moral y republicano centrado en el estilo «personalista» y el manejo «particularista» de la cosa pública (denuncia de múltiples casos de corrupción impunes, control oficial de la Justicia, escaso respeto a la división de poderes) por parte del presidente y sus aliados (Alem, 2007; Corral, 2007). Como destacan de forma atinada Rinesi y Vommaro (2007: 440-441), al colocar el eje de la oposición en la «corrupción» y la «deshonestidad» del menemismo, «sin haber cuestionado nunca seriamente los programas de reformas estructurales y de estabilidad de la moneda», este tipo de discurso de las fuerzas «posmenemistas» lejos estuvo de una supuesta «cosmovisión progresista» o de «centroizquierda», tal como sería presentado por algunos trabajos académicos del período.

V. A modo de conclusión

En el transcurso de este trabajo nos propusimos indagar acerca de la función política ejercida por los medios masivos de comunicación y sus intelectuales orgánicos durante la primera presidencia de Carlos Menem en Argentina. Según pudimos apreciar, una porción importante de los *mass media* ejerció un fuerte respaldo político a las tesis neoliberales implementadas por el gobierno, contribuyendo a sedimentar la legitimación ideológica del modelo socioeconómico y cultural iniciado en 1989 y consolidado a partir de 1991. Este respaldo hegemónico se generó, ya sea por acción directa a favor de las premisas neoliberales, como en muchos de los periodistas, empresarios, economistas y financistas del *establishment* local e internacional, o bien, por omisión de sus características y consecuencias, lo que llevó, por ejemplo, a gran parte del periodismo y de la oposición partidaria, a centrarse en las denuncias de corrupción y ausencia de «*accountability*» del menemismo. Parafraseando a Bourdieu (1991), podemos decir, entonces, que el apoyo a las reformas de mercado se debió en parte al interés económico que se tenía por la existencia y perpetuidad del modelo y en parte a la ignorancia de todo lo que estaba en juego en él. Debemos tener en cuenta, en este sentido, que especialmente durante el primer gobierno de Menem, y más específicamente a partir de la implementación y el rápido éxito del régimen de convertibilidad instaurado en 1991, se había alcanzado una inédita estabilización monetaria y un *boom* de consumo masivo y modernización tecnológica que impedía observar, o al menos retrasaba o confundía pensar, acerca de los efectos negativos del nuevo modelo de país en marcha. Resulta interesante, en ese marco, el planteo de Edgardo Mocca (2002), para quien, si los medios de comunicación, del mismo modo que la oposición parlamentaria, centraron sus críticas durante el menemismo en la denuncia sistemática de hechos de corrupción, ello se debió a que, a partir de la estabilización monetaria alcanzada con el 1 a 1, la economía funcionaba (relativamente) bien. Ello no implica, de todos modos, ignorar el creciente grado de poder e influencia social y los múltiples intereses subyacentes al nuevo modelo socioeconómico, un modelo de país regresivo y excluyente en el que los grandes empresarios locales e internacionales, entre ellos las empresas comunicacionales, lograron acceder a negociados fenomenales, sobre todo en el campo de las privatizaciones. En el mismo sentido, a partir del éxito macroeconómico del sistema de convertibilidad, los organismos multilaterales de crédito lograron cumplir con su objetivo de cobrar sus préstamos adeudados y los medios masivos más concentrados se vieron beneficiados de su participación efectiva en el nuevo régimen, potencian-

do su poder comunicacional y económico a partir de la formación de conglomerados mediáticos concentrados que multiplicaron la tasa de ganancias empresarial. La presencia de importantes e ineludibles intereses particulares vinculados en el juego discursivo a las reformas promercado, como en el caso del Grupo Clarín y sus múltiples negociados económicos y las ganancias derivadas de la pauta oficial, sumados a la situación socioeconómica favorable de la primera etapa del plan (1991-1994) tras la debacle del período anterior, y la efectiva crisis del Estado social de posguerra, limitaron en gran medida las críticas socioeconómicas de los grandes medios de comunicación (no así las de denuncias de corrupción, que proliferaron) y, específicamente, la crítica política de sus periodistas (que, por otra parte, no pueden independizarse del todo de la visión de sus empleadores) a las reformas de mercado. Incluso, en muchos casos, estas empresas de medios masivos apoyaron activamente a la mayoría de las políticas neoliberales del gobierno, o bien contribuyeron a limitar la visibilidad de miradas alternativas. No obstante, la presencia de voces discordantes en prácticamente todos los campos, muchas veces a partir de la defensa de una tradición y de valores ideológicos ajenos en sentido estricto a los intereses económicos (como es el caso de la tradición de defensa de la ética republicana en el radicalismo), o bien como una estrategia (directamente comercial, o por motivos estratégicos de incremento del *rating*) tendiente a ampliar lo más abarcativamente posible el campo de audiencia televisiva (recordemos que los medios dependen también de la máxima ampliación de sus consumidores cotidianos), nos permite vislumbrar que no existe, ni creemos que nunca podrá existir, un respaldo en bloque a un mismo proyecto político. Por el contrario, siempre surgen inevitables conflictos y visiones discordantes que limitan la idea de una racionalidad instrumental pura de los agentes sociopolíticos. De todos modos, más allá de los indudables beneficios económicos derivados del proceso de transformación estructural iniciado en 1989, un proceso que no puede ser independizado de su formación dentro de un discurso específico que le otorgó significación social, lo que hemos intentado destacar en este trabajo, y es algo que no puede soslayarse, es el notable poder y la influencia fenomenal que, sin determinar de forma unidireccional los pensamientos, ejercen en la actualidad los medios de comunicación de masas en la formación y reforzamiento del consenso social. Sin dudas que estas empresas de medios masivos, dada su enorme capacidad de interpelar al conjunto de la llamada opinión pública de forma directa y legítima, ejercen, a través de sus representantes, una función política hegemónica que construye y/o refuerza representaciones sociales previamente existentes. En ese contexto, teniendo en cuenta el «peso» simbólico y político que

significó el apoyo de estos sectores del *establishment* nacional e internacional durante los años '90, podemos concluir, entonces, con Bourdieu, que el discurso neoliberal que pregona Menem no era un discurso como todos los demás, sino que era un «discurso fuerte», y difícil de combatir, porque, ya sea de forma consciente o inconscientemente, concertadamente o no, contaba a su favor, además de su «fuerza simbólica», expresada en el saber tecnocrático y, por lo tanto, objetivo, de los núcleos de poder, con «todas las fuerzas de un mundo de relaciones de fuerza que contribuían a que fuera tal cual es» (Bourdieu, 1999b: 137-138).

Bibliografía

- Abal Medina, Juan Manuel y Julieta Suárez Cao (2002). «La competencia partidaria en la Argentina: sus implicancias sobre el régimen democrático», en Cavarozzi, Marcelo y Juan Manuel Abal Medina (comps.), *El asedio a la política. Los partidos latinoamericanos en la era neoliberal*, Rosario, Homo Sapiens.
- Aboy Carlés, Gerardo (2001). *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*, Rosario, Homo Sapiens.
- ABRA (1994). «Las estrategias del desarrollo. La banca, el crecimiento y la inversión social», Cuartas Jornadas Bancarias de la República Argentina, Asociación de Bancos de la República Argentina, Buenos Aires.
- Albornoz, Luis Alfonso et al. (1999). «Al fin solos': el nuevo escenario de la comunicaciones en la Argentina», en *EPTIC. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. 1, N° 1, enero-junio.
- Alem, Beatriz (2007). «El Frepaso, problemas de una identidad lábil», en Rinesi, Eduardo, Gabriel Nardacchione y Gabriel Vommaro (eds.), *Los lentes de Víctor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Prometeo-UNGS.
- Altimir, Oscar, Luis Alberto Beccaria y Martín González Rozada (2002). «La distribución del ingreso en Argentina, 1974-2000», en *Revista de la CEPAL*, N° 78, diciembre.
- Azpiazu, Daniel (1995). «La industria argentina ante la privatización, la desregulación y la apertura asimétricas de la economía. La creciente polarización del poder económico», en Azpiazu, Daniel y Hugo Nochteff (eds.), *El desarrollo ausente*, Buenos Aires, Tesis-Norma-Flacso.
- Bajtín, Mijail (1982). «El problema de los géneros narrativos», en *Estética de la creación verbal*, México D.F., Siglo XXI.
- Balsa, Javier (2006). «Las tres lógicas de la construcción de la hegemonía», en *Theomai*, N° 14.

- Basualdo, Eduardo (2000). *Concentración y centralización del capital en la Argentina durante la década de los noventa*, Buenos Aires, Flacso-UNQ-IDEP.
- Beltrán, Gastón (2006). «Acción empresarial e ideología. La génesis de las reformas estructurales», en Pucciarelli, Alfredo (coord.), *Los años de Alfonsín*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bembi, Mariela y Pablo Nemiña (2007). «Felices noventa», en *Neoliberalismo y desendeudamiento. La relación Argentina-FMI*, Buenos Aires, Capital Intelectual.
- Bonnet, Alberto (2008). *La hegemonía menemista. El neoconservadurismo en Argentina, 1989-2001*, Buenos Aires, Prometeo.
- Borrelli, Marcelo (2008). «Una batalla ganada. El diario Clarín frente a la compra de Papel Prensa por parte de los diarios La Nación, Clarín y La Razón (1976-1978)», en *Papeles de Trabajo*, Año 2, N° 4.
- Botana, Natalio (1985). *El orden conservador: la política argentina entre 1880 y 1916*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Bourdieu, Pierre (1991). *El sentido práctico*, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1999a). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1999b). *Contrafuegos. Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*, Barcelona, Anagrama.
- Bulla, Gustavo y Glenn Postolski (2004). «Convertibilidad, endeudamiento y devaluación en la economía argentina de los '90. Ley de preservación del patrimonio cultural: el poder mediático al desnudo», en *EPTIC. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. 6, N° 1, enero-abril.
- Castellani, Ana (2004). «Gestión económica liberal corporativa y transformaciones en el interior de los grandes agentes económicos de la Argentina durante la última dictadura militar», en Pucciarelli, Alfredo (coord.), *Militares, tecnócratas y políticos*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Citro, Silvia (2008). «El rock como un ritual adolescente. Transgresión y realismo grotesco en los recitales de Bersuit», en *Revista Transcultural de Música*, N° 12.
- Corral, Damián (2007). «La seducción del instante y el hastío de la duración. El liderazgo de Chacho Álvarez y el devenir de la centroizquierda en los '90», en Rinesi, Eduardo, Gabriel Nardacchione y Gabriel Vommaro (eds.), *Los lentes de Víctor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Prometeo-UNGS.
- Da Porta, Eva y Gabriela Simón (2006). «La verdad y las formas mediáticas», ponencia presentada en las X Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, San Juan.
- Elizalde, Luciano (2003). «Consecuencias antropológicas de la comunicación de masas, un análisis teórico empírico del caso argentino», en *Doxa*, N° 1.
- Fair, Hernán (2008). «Ciudadanía, representación y liderazgo. Apuntes del caso argentino acerca de un vínculo indestructible», en *Publicación del CIFYH*, N° 5, noviembre.

- Fair, Hernán (2009). «El Estado y los trabajadores durante el primer gobierno de Menem en Argentina (1989-1995)», en *Estudios Sociológicos*, Vol. 27, N° 80, mayo-agosto.
- Fair, Hernán (2010). «Identidades, discurso y política. La articulación y consolidación de la cadena significativa menemista en torno al Régimen socioeconómico de la Convertibilidad (1991-1995)», en *Pléyade*, N° 5.
- Fernández, Mariano y Juan Manuel Mannarino (2007). «Herejes y predicadores. La revista Humor y el menemismo», en *Question. Revista de periodismo y comunicación social*, N° 13.
- Ferry, Jean Marc (1992). «Las transformaciones de la publicidad política», en AA.VV., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- García Delgado, Daniel (1994). «El cambio de relaciones Estado-sociedad en el proceso de modernización en Argentina», Instituto de investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires.
- García Delgado, Daniel (2003). *Estado-Nación y la crisis del modelo: el estrecho sendero*, Buenos Aires, Norma.
- Heredia, Mariana (2002). «Política y liberalismo conservador a través de las editoriales de la prensa tradicional en los años '70 y '90», en Levy, Betina (comp.), *Crisis y conflicto en el capitalismo latinoamericano*, Buenos Aires, Clacso.
- Heredia, Mariana (2004). «El Proceso como bisagra. Emergencia y consolidación del liberalismo tecnocrático: FIEL, FM y CEMA», en Pucciarelli, Alfredo (coord.), *Militares, tecnócratas y políticos*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Heredia, Mariana (2006). «La demarcación de la frontera entre economía y política en democracia. Actores y controversias en torno de la política económica de Alfonsín», en Pucciarelli, Alfredo (coord.), *Los años de Alfonsín*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- Hilb, Claudia (1994). «Promesa y política. Promesas traicionadas y transición democrática», Secretaría de Gestión Institucional, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Jameson, Fredric (2003). «La posmodernidad y el mercado», en Zizek, Slavoj (comp.), *Ideología. Un mapa de la cuestión*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, Ernesto (2003). «Construyendo la universalidad», en Butler, Judith, Ernesto Laclau y Slavoj Zizek (comps.), *Contingencia, hegemonía y universalidad. Diálogos contemporáneos en la izquierda*, México D.F., Fondo de Cultura Económica.
- Landi, Oscar (1992). *Devórame otra vez*, Buenos Aires, Planeta.
- Leiras, Santiago (2009). *El Cono Sur y sus líderes durante los años '90. Carlos Menem y Fernando Collor de Mello en perspectiva comparada*, Buenos Aires, Lajouane.
- Loretí, Damián (2003). «La Ley de Radiodifusión argentina y su incompatibilidad con los principios internacionales de los Derechos Humanos», en *Oficios terrestres*, N° 14, octubre.

- Manin, Bernard (1992). «Metamorfosis de la representación», en Dos Santos, Mario y Fernando Calderón (comps.), *¿Qué queda de la representación política?*, Caracas, Nueva Sociedad.
- Marino, Santiago (2008). «Estructura económica, plexo normativo y elementos para el debate sobre la democracia en las comunicaciones», en *Question*, N° 17, marzo.
- Mastrini, Guillermo y Martín Becerra (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, Buenos Aires, Prometeo.
- Mc Combs, Maxwell y Donald Shaw (1973). «¿Qué agenda cumple la prensa?», en Graber, Doris (comp.), *El poder de los medios en la política*, Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- Menem, Carlos (1993). «Discursos oficiales del Presidente de la Nación, Dr. Carlos Saúl Menem», Dirección General de Difusión, Secretaría de Medios de Comunicación, Presidencia de la Nación, República Argentina.
- Mocca, Edgardo (2002). «Defensa de la política (en tiempos de crisis)», en Novaro, Marcos (comp.), *El derrumbe político en el ocaso de la convertibilidad*, Buenos Aires, Norma.
- Mora y Araujo, Manuel (1991). *Ensayo y error*, Buenos Aires, Planeta.
- Morresi, Sergio (2008). *La nueva derecha argentina*, Buenos Aires, UNGS-Biblioteca Nacional.
- Muchnik, Daniel (1992). *Fuegos de artificio. Las zonas erróneas del plan de convertibilidad*, Buenos Aires, Planeta.
- Muchnik, Daniel (1994). *Identidad perdida. La menemización de la sociedad argentina*, Buenos Aires, Galerna.
- Muñoz Torre, Juan Ramón (2004). «Sobre la relación posmoderna entre pensar y obrar y la influencia de los medios de comunicación», en *Doxa*, N° 2, mayo.
- N'Haux, Enrique (1993). *Menem-Cavallo. El poder mediterráneo*, Buenos Aires, Corregidor.
- Novaro, Marcos (1994). *Pilotos de tormentas: crisis de representación y personalización de la política en Argentina. 1989-1993*, Buenos Aires, Letra Buena.
- Novaro, Marcos (2000). *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*, Rosario, Homo Sapiens.
- O'Donnell, Guillermo (1992). «¿Democracia delegativa?», en *Cuadernos del CLAHE*, N° 61.
- O'Donnell, Guillermo (1996). «Otra institucionalización», en *Ágora*, Año 3, N° 5.
- Palermo, Vicente y Marcos Novaro (1996). *Política y poder en el gobierno de Menem*, Buenos Aires, Norma-Flacso.
- Pereyra, Sebastián (2007). «La lucha contra la corrupción en Argentina en la década del '90. Un estudio sobre la política de las organizaciones no gubernamentales», ponencia presentada en el V Congreso CEISAL de Latinoamericanistas, Bruselas.

- Pucciarelli, Alfredo (1998). «¿Crisis o decadencia? Hipótesis sobre el significado de algunas transformaciones recientes de la sociedad argentina», en *Sociedad*, N° 12-13.
- Pucciarelli, Alfredo (2002). *La democracia que tenemos. Declinación económica, decadencia social y degradación política en la Argentina actual*, Buenos Aires, Libros del Rojas.
- Quiroga, Hugo (2005). *Argentina, en emergencia permanente*, Buenos Aires, Edhasa.
- Repetto, Fabián (1999). «Transformaciones de la política social y su relación con la legitimidad: notas sobre América Latina en los '90», en *POSTData*, N° 5, noviembre.
- Rinesi, Eduardo y Gabriel Vommaro (2007). «Notas sobre la democracia, la representación y algunos problemas conexos», en Rinesi, Eduardo, Gabriel Nardacchione y Gabriel Vommaro (eds.), *Los lentes de Víctor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Prometeo-UNGS.
- Rubinich, Lucas (2001). *La conformación de un clima cultural. Neoliberalismo y universidad*, Buenos Aires, Libros del Rojas.
- Sánchez, José Saura (2008). «El discurso mediático y sus consecuencias para la interculturalidad», *Discurso y Sociedad*, Vol. 2, N° 4.
- Santiso, Javier (2003). *The Political Economy of Emerging Markets. Actors, Institutions and Financial Crisis in Latin America*, Nueva York, Palgrave Macmillan.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- Schleifer, Pablo y Julio Monasterio (2007). «Privatización, concentración y desnacionalización del sistema de medios. El rol del Estado frente al escenario neoliberal», en *Question*, N° 16, primavera
- Scillamaná, Mora (2007). «La tristeza de la ciencia política», en Rinesi, Eduardo, Gabriel Nardacchione y Gabriel Vommaro (eds.), *Los lentes de Víctor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*, Buenos Aires, Prometeo-UNGS.
- Sidicaro, Ricardo (2003). *La crisis del Estado y los actores políticos y socioeconómicos en la Argentina (1989-2001)*, Buenos Aires, Libros del Rojas.
- Touraine, Alain (1992). «Comunicación política y crisis de la representatividad», en AA.VV., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Verón, Eliseo (1998). «Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos», en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.), *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa.
- Yannuzzi, María de los Ángeles (1995). *La modernización conservadora. El peronismo de los '90*, Rosario, Fundación Ross.
- Zizek, Slavoj (1992). *El sublime objeto de la ideología*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Palabras clave

política – medios masivos de comunicación – intelectuales orgánicos – creación de sentido común – menemismo

Keywords

politics – mass media – intellectuals – creating common sense – menemism

Abstract

In recent years the mass media have been increasing their power, to the point of becoming opinion makers and binders mobilizing the fragmented societies. In that context, its analysis as a means of social influence has founded a rich area of research that cannot be ignored. The article analyzes in detail the political role played by the mass media during the implementation of neoliberal reforms in Argentina. More precisely, it proposes to investigate the role of mass media and their «organic intellectuals» in the political legitimacy of the first government of Carlos Menem (1989-1995).