

Periodismo y hegemonía Una mirada acerca de las prácticas comunicativas contemporáneas desde el pensamiento gramsciano

Intentaremos desmenuzar los enunciados clave en el origen y desarrollo del modelo teórico de la Intencionalidad Editorial. Analizaremos cada uno de sus elementos para luego retotalizarlos en función de ubicar el lugar del periodismo en un sistema social.

Para ello es necesario preguntarnos: ¿Qué entendemos por «poder»? ¿Cuál es el marco que contiene las luchas por el poder? ¿Cuál es el sentido de la conversión de parcialidad en objetividad? Abordaremos la complejidad del concepto de hegemonía y su relación con la actividad periodística. En otras palabras, nos ocuparemos de focalizar la especificidad del proceso periodístico en la totalidad social desde la perspectiva gramsciana

Por: Ernesto Espeche

Abstract

We'll try to crumble the key statements on the origin and development of the theoretical model of the Intencionalidad Editorial. We'll analyze each of its elements and then we'll summarize them in order to situate the place of journalism in a social system.

For that, it's necessary to ask ourselves: What is meant by «power»? What is the frame which contains the power struggles? What is the meaning of the conversion of partiality in objectivity? We will approach the complexity of the concept of hegemony and its relation to journalistic activity. In other words, we'll focus the specificity of the journalistic process in the social totality from the Gramscian perspective.

«La guerra es la continuación de la televisión por otros medios» (Galeano, 1998: 279)

1.1- Introducción

La cita del escritor y periodista Eduardo Galeano es una obvia alusión a la definición más contundente que se haya escrito sobre la guerra y la política: casi un siglo y medio antes, el alemán Karl von Clausewitz había construido un célebre enunciado: «La guerra es la continuación de la política por otros medios». Si fracasa, entonces, el espacio para la negociación y la búsqueda de consentimientos, llega el tiempo del uso de la fuerza, pero no aparece como un momento disociado, aislado, sino como continuidad dialéctica de la etapa anterior, la de la política y el consenso. De lo que se trata, en definitiva, es de reconocer los diferentes mecanismos que se ponen de manifiesto en el ejercicio y la conservación del poder; un terreno de suma pertinencia para reflexionar sobre periodismo y medios de comunicación.

Todos los procesos periodísticos, sostiene Ego Ducrot, «son herramientas para la conquista, la conservación o la destrucción del poder —destrucción o deconstrucción que apunta a la construcción de otro, de distinto tipo o naturaleza—. ¿Cómo? acude a la transformación de su parcialidad de grupo o clase en «objetividad», nos referimos aquí a la objetividad de la engañosa ecuación objetividad-subjetividad, para que la misma, desde su supuesto valor de verdad universal sea y opere como «sentido común». Y finaliza: «El periodismo forma parte del género de la propaganda (...) es propaganda objetiva» (Ego Ducrot, 2009: 21-22).

En próximas páginas, intentaremos desmenuzar este enunciado clave en el origen y desarrollo del modelo teórico de la Intencionalidad Editorial. Si consideramos a la cita de Ego Ducrot como una totalidad, la tarea será entonces analizar cada uno de sus elementos para luego retotalizarlos en función de ubicar el lugar del periodismo en un sistema social.

Antes de avanzar, conviene ubicar el problema en una compleja y dinámica relación: conflicto social - orden - poder - política. Para empezar, diremos que el conflicto social es, para el pensamiento liberal, producto de la «natural» maldad humana, y para la tradición marxista es el resultado de una sociedad de clases. Pero aún más allá de su origen, el conflicto social —según sostuvo Alberto Parisi

en una conferencia dictada en la Universidad Nacional de Cuyo— «no se desarrolla en un espacio social voluntarista o anómico, si fuese así, llevaría a la destrucción de los actores por falta de contenedores institucionales» (Parissi 2007). Por lo tanto, hay un orden que funciona como contención y, al mismo tiempo, como referencia que pone límites para el proceso de producción y reproducción en términos conflictivos; por lo que el orden prohíbe y contiene a la vez. El orden, en esencia, permite la reproducción humana. Así, por ejemplo, el orden trascendente propio del sistema feudal fue desplazado por un orden inmanente a partir de las revoluciones burguesas que dieron origen al sistema capitalista.

El reconocimiento de un orden como totalidad se corresponde en el pensamiento marxista con la metáfora de la pirámide, en cuya base se ubican «las estructuras económicas fundamentales o los fundamentos materiales de una determinada sociedad». Sobre la base se asienta la «superestructura legal y política, y a ella corresponden formas precisas de conciencia social» (O'Sullivan y otros, 1995: 46-47). Ahora bien, este orden piramidal adquiere en la obra de Antonio Gramsci la forma concreta e históricamente determinada de bloque histórico.

Entonces, el poder es la clave de un orden, de un bloque histórico, de una totalidad social. La lucha por el poder —la política— es la lucha por determinar cómo se configura la reproducción social en un momento histórico determinado. Entenderemos por poder a «los medios por los cuales ciertos individuos o grupos pueden dominar (subordinar) a otros, y promover y alcanzar sus propios objetivos e intereses, aunque se les oponga resistencia». El poder «no siempre se experimenta en formas represivas o coercitivas; puede expresarse como el ejercicio de la autoridad y estimarse legitimado» (O'Sullivan y otros, 1995: 269-270).

Es Foucault quien destinó gran parte de su obra a pensar los sistemas de construcción y ejercicio de poder. Sostiene que «la verdad es una imposición del poder», es el resultado de un combate, pero no de un combate a favor de la verdad y en contra de la falsedad —esa pretensión está fuera de su filosofía—, es un combate por la verdad, por el poder. Es decir que la razón de ser del poder es imponer la verdad. Sostiene que la economía política de la verdad está caracterizada por cinco rasgos fundamentales: «está centrada en formas de discurso científico y en las instituciones que lo producen»; está sometida a una «constante incitación económica y política»; es objeto bajo formas diversas de «una inmensa difusión y consumo»; es producida y transmitida bajo el «control de algunos

aparatos políticos o económicos», y es el núcleo de todo «debate político y enfrentamiento social». Por lo tanto, «no se trata de cambiar la conciencia de las gentes o lo que tienen en la cabeza. Se trata de cambiar el régimen político, económico institucional de producción de la verdad» (Foucault, 1992: 198-200).

Sin dudas que los aportes del autor francés son relevantes a los fines de entender el lugar que ocupan los procesos periodísticos en las disputas de poder. Pero vamos a detenernos con mayor detalle en la idea de poder que emana de la obra de Antonio Gramsci. Los aportes del autor italiano resultan más adecuados para nuestro análisis, a pesar de los extraordinarios cambios producidos desde el momento de su producción, sobre todo en materia de tecnologías aplicadas a la comunicación masiva. Esta elección se justifica a partir de las múltiples relaciones que pueden establecerse alrededor del concepto de hegemonía, que contiene y enriquece a la categoría de poder.

En las próximas páginas, abordaremos la complejidad del concepto de hegemonía y su relación con la actividad periodística. En otras palabras, nos ocuparemos de focalizar la especificidad del proceso periodístico en la totalidad social desde la perspectiva gramsciana. Las premisas que emergen de este enfoque resultarán de suma utilidad a nuestros objetivos, dada la relevancia que adquiere en Gramsci el aparato cultural-ideológico en la conformación y sostenimiento de un sistema de poder.

1.2- Periodismo y teoría de la hegemonía

¿Por qué pensar –totalizar– el proceso periodístico desde la teoría gramsciana? Como dijimos, el autor italiano otorga un particular valor al aparato cultural en el interior de la pirámide. Medios de comunicación, escuelas o iglesias son parte de una compleja estructura ideológica que contribuye desde una relativa autonomía a la consolidación –o a la destrucción– de un sistema de poder, o, para decirlo en términos gramscianos, de un sistema hegemónico.

En «Notas sobre Maquiavelo», Antonio Gramsci recupera los aportes del polémico pensador medieval para explicitar los límites que se desprenden de las concepciones tradicionales que asimilaban la idea de poder a la lucha por la conquista y control del Estado. El Estado es, más bien, una de las formas en que el poder se manifiesta. «El Príncipe», escrito en 1513 por Nicolás Maquiavelo, refiere explícitamente al Estado, pero puede ser comprendido como una metáfora

del poder en el sentido que ahonda en las instancias esenciales para su mantenimiento. Para Maquiavelo, «los hombres tienen menos cuidado en ofender a uno que se haga amar, que a uno que se haga temer». Porque «el amor es un vínculo de gratitud que los hombres perversos por naturaleza quiebran cada vez que pueden beneficiarse»; pero «el temor que se preserva por miedo al castigo no se pierde nunca». La ecuación maquiavélica, sin embargo, afirma que «no es imposible ser a la vez temido y no odiado» (Maquiavelo, 2005; 101-111).

Desde ese punto de partida, Gramsci dice: «Estado = sociedad política más sociedad civil, es decir, hegemonía acorazada de coerción» (Gramsci, 2004: 291). La pertenencia de la sociedad civil al Estado significa, entonces, que el fenómeno de la dominación en las sociedades capitalistas modernas es un proceso complejo en el que además de los aparatos de coerción, que representan una especie de «límite último» que garantiza la pervivencia del orden burgués, interviene toda una serie de mecanismos de transmisión ideológica tendientes a lograr un consenso que le otorga bases más sólidas a la dominación. Así, lejos de producirse acomodamientos político-ideológicos (superestructurales) automáticos ante crisis o transformaciones económicas como creían las interpretaciones mecanicistas, las posibilidades de transformación radical de la sociedad que estos movimientos económicos parecían brindar se encontraban limitadas por la existencia de todo un entramado ideológico que afirmaba el orden existente, más allá de los cimbronazos en la «base». La «relativa autonomía» de los fenómenos ideológico-culturales respecto de los vaivenes de la economía es, así, uno de aspectos más originales del pensamiento gramsciano: «La pretensión (presentada como postulado esencial del materialismo histórico) de presentar y exponer toda fluctuación de la política y de la ideología como expresión inmediata de la estructura tiene que ser combatido en la teoría como un infantilismo primitivo» (Gramsci, 2004: 276).

Tempranamente, Gramsci concibe al Estado como el lugar donde la clase dominante se unifica y constituye para materializar su dominación a través de la fuerza y de mecanismos que garantizan el consentimiento de las clases subalternas: «En el Estado la clase propietaria se disciplina y se unifica por sobre las disidencias y los choques de la competencia para mantener intacta la condición de privilegio en la faz suprema de la competencia misma». El autor advierte acerca de la importancia del Estado para recomponer, política y jurídicamente, la unidad de las facciones de la clase dominante, que tiene, producto de la competencia propia

del capitalismo, intereses eventualmente contradictorios (Gramsci, 2004: 315-317).

La incorporación de la sociedad civil en la superestructura, y no como el lugar de las relaciones económicas, es una singularidad del pensamiento gramsciano frente a los planteos economicistas. Este paso implica otorgar una mayor relevancia a los aspectos políticos e ideológicos. Entonces, la supremacía de la burguesía en el capitalismo se logra a través del aparato de coerción (Estado en sentido restringido) y de una compleja red de instituciones y organismo que en la sociedad civil, además de organizar/expresar su unidad de clase, organiza el consenso de las clases subalternas para la reproducción del sistema de dominación. Nos referimos, en otros términos, a las instituciones constructoras de verdad que define Foucault.

Ahora bien, como parte de esa compleja red de instituciones de la sociedad civil, es que podemos ubicar el terreno específico, aunque cada vez más relevante, del proceso periodístico. Siguiendo a Vladimír Hudec, el periodismo es «un fenómeno que tiene características ideológicas. Siempre está vinculado a una etapa histórica concreta del desarrollo socio-económico, de transformaciones revolucionarias; en una sociedad clasista siempre tiene carácter clasista y expresa los intereses de unas u otras formaciones políticas, es el portavoz de su política e ideología, es uno de los canales más importante de agitación y propaganda de masas» (Hudec, 1988: 26-27). En el mismo sentido, Miriam Rodríguez afirma que «el enfoque marxista del mundo que nos rodea facilita entender las funciones ideológicas que desempeñan los medios de difusión. Al definir la sociedad como un todo que está condicionado por determinadas relaciones y actividades, Carlos Marx señaló el papel preponderante de las relaciones de producción al determinar las relaciones sociales. Dada la correlación existente entre periodismo y sociedad, entre sociedad y clases, el periodismo no puede estar ajeno a la lucha clasista y a expresarse, por tanto, en un rumbo ideológico-político consecuente». La esencia del periodismo no puede fundamentarse en el nivel de la técnica empleada, ese es un intento de encubrir el carácter clasista e ideológico del proceso (Horvath, 2003: 29-30).

El párrafo anterior contiene elementos demasiado generales que expresan una simple linealidad con las premisas esenciales del pensamiento marxista con relación a la cuestión ideológica: el periodismo «en una sociedad clasista siempre

tiene carácter clasista». Nos ayuda, sin embargo, a partir de una base sólida en la tarea de reflexionar filosóficamente sobre el terreno en el que se desarrolla la actividad periodística sin quedar atrapados en enfoques liberales que promueven una engañosa ingenuidad en torno a la relación del periodismo y el poder. El desafío es, ahora, complejizar nuestro análisis para apartarlo de cualquier riego determinista que deje afuera las múltiples implicancias de los procesos culturales.

Cierto es que las relaciones entre el campo de la materialidad y el campo simbólico de los procesos periodísticos sólo pueden ser pensadas desde una perspectiva totalizadora y dialéctica como la que el marxismo gramsciano ofrece. Es sobre este marco filosófico que se asientan los aportes originales desarrollados desde el modelo de Intencionalidad Editorial.

1.3- La función ideológica del periodismo

¿Qué función específica cumple el periodismo en el campo ideológico? Antes de avanzar, conviene resaltar un fragmento de aquel enunciado inicial de Ego Ducrot: «Son herramientas para la conquista, la conservación o la destrucción del poder —destrucción o deconstrucción que apunta a la construcción de otro, de distinto tipo o naturaleza—. Entonces, es necesario recurrir a un concepto de ideología que no se limite a la idea de distorsión y ocultamiento, propia del pensamiento economicista, en la que sólo queda contenida la función de conservación del poder. Nuevamente debemos apelar a la teoría de la hegemonía.

Se trata, entonces, de repensar el concepto de ideología desde una concepción que trascienda la mera idea de distorsión. Para comprender el alcance del concepto de ideología en Gramsci, conviene partir de uno de los aportes clave de su pensamiento: el bloque histórico, elaborado centralmente en los «Cuadernos de la cárcel». Tomando en cuenta la metáfora marxista de la pirámide, representa una doble relación dinámica y dialéctica: a) entre la estructura socio-económica y la superestructura ideológica, y b) entre la sociedad política y la sociedad civil, en el interior de la superestructura. Esas relaciones permiten analizar una situación histórica global a partir del estudio de las múltiples vinculaciones en su interior. Este concepto integrador es el punto de partida para ver cómo la Ideología se expande, se socializa e integra un sistema, es decir, para el estudio de cómo se sostiene o se quiebra la hegemonía. La hegemonía será, entonces, la capacidad de una clase, facción o un grupo de ejercer un liderazgo espiritual y moral sobre el resto de la sociedad. Se trata, según Hugues Portelli, de «extender la hegemonía

cultural y política de un grupo social sobre el conjunto de la sociedad como el contenido ético del Estado» (Portelli, 1974: 13-18).

Esta doble relación (estructura-superestructura, sociedad política-sociedad civil) establecida en el concepto de bloque histórico, nos ayuda a complejizar la pretensión simplista de asignarle al periodismo (al aparato cultural-ideológico en general) un lugar secundario en la pirámide. Es por ello que los estudios deterministas no lograron hacer grandes aportes al estudio de la comunicación masiva.

Retomemos. La ideología fundamental a la función de hegemonía es «una concepción de mundo implícitamente manifiesta en el arte, la ley, la actividad económica y en todas las manifestaciones individuales y colectivas de la vida» (Gramsci, 2004: 363-364). Está articulada en tres niveles: 1- la ideología propiamente dicha, 2- la estructura ideológica (organizaciones que crean y difunden Ideología) y 3- el material ideológico (instrumentos técnicos de difusión de Ideología).

Las ideologías vehiculizadas en los procesos periodísticos se reafirman por un sistema eficazmente entretejido de agencias distribuidoras de información y de prácticas sociales que se dan por sentadas y terminan impregnando todos los aspectos de la realidad social y cultural. Este proceso de influencia ideológica es la esencia de la Hegemonía. Las instituciones más arraigadas y poderosas de la sociedad —que por lo demás dependen de un modo u otro de las mismas fuentes de sostén económico— están en el plano ideológico, estratégico, de acuerdo entre sí, aunque en ocasiones puedan expresar disputas internas en el interior del bloque de poder. Los grandes medios de información pueden, por ejemplo, editorializar de modo diferente una medida de gobierno o los dichos del bloque opositor en el parlamento, pero puestos a reseñar un acontecimiento en el que los sectores subalternos ponen en evidencia las contradicciones del sistema de poder, tendrán una posición de acuerdo estratégico, de clase hegemónica.

Gramsci rechazaba explícitamente una concepción negativa de la ideología, anclada en la idea de distorsión y promovida, hacia el interior de la tradición marxista, por un economicismo reduccionista y determinista. En este sentido, Gramsci retoma a Lenin, para quien en una situación de lucha de clases, la ideología aparece unida a los intereses de la clase gobernante y su crítica va unida a los intereses de la clase dominada; en otras palabras, la crítica de la ideología de la clase dominante se realiza desde una posición de clase diferente o, por extensión, desde un punto de vista ideológico distinto. «De ahí que, para Lenin, la ideología

se convierta en la conciencia política unida al interés de varias clases y se centre, concretamente, en la oposición entre la ideología burguesa y la socialista. La ideología, desde esta mirada, no es necesariamente una distorsión que oculta las contradicciones, sino que se convierte en un concepto neutro referido a la conciencia política de las clases, incluido el proletariado» (Bottomore, 1984: 380-386). Este «rescate» del concepto de ideología se explica en Lenin y Gramsci por el papel que ambos desempeñaron en las luchas revolucionarias de su tiempo. Esta práctica, sin dudas, enriqueció el plano de la reflexión teórica desarrollada por ambos.

Sin embargo, hay en Gramsci una concepción negativa de ideología, pero no se corresponde con la visión economicista, sino que más bien se refiere a «las arbitrarias elucubraciones de individuos particulares», a la subjetividad individual. Y por ello propone una distinción entre «ideologías arbitrarias» (aquellas que no crean más que movimientos individuales) e «ideologías históricamente orgánicas». Son orgánicas «porque son necesarias a cierta estructura», y están ligadas a los intereses de una clase fundamental. Es por ello que son más que un sistema de ideas: «... organizan las masas humanas, forman el terreno en el cual los hombres se mueven, adquieren conciencia de su posición, luchan, etcétera» (Gramsci, 2004: 364) Así, será dentro de la ideología, y gracias a ella, como una clase podrá ejercer la hegemonía sobre las otras clases. Esto significa que podrá asegurarse la adhesión y el amplio «consentimiento de las masas» (Bottomore, 1984: 380-386).

Gramsci distingue cuatro grados o niveles de ideología: la filosofía, la religión, el sentido común y el folclore, en un orden decreciente de rigor y articulación intelectual. «La filosofía es un orden intelectual, una concepción (en realidad varias) del mundo», cuya elección es política; en cambio la religión, el sentido común y el folclore jamás podrán constituir un orden intelectual ni reducirse a una unidad. (Gramsci, 2004: 366-367). La filosofía se difunde, primero, entre las capas dirigentes, los intelectuales, en el nivel donde más claramente aparecen las características de la ideología como expresión cultural de la clase fundamental. Se trata de una ideología mucho más elaborada que «dos trozos sueltos de ideología que pueden percibirse en la cultura popular».

La filosofía es la referencia de todo el sistema ideológico, «la piedra angular de la ideología», ya que debe expandirse para conservar la unidad de todo el bloque social, que precisamente es «cimentado y unificado por esta ideología». El sentido común, entonces, es la consecuencia del rol esencial de la filosofía:

propagarse entre las clases auxiliares y subalternas, tomar contacto, con las clases populares. Así, el sentido común, cubierto de caracteres difusos y dispersos de un pensamiento genérico, «aparece como una amalgama de diversas ideologías tradicionales y populares, como la religión y el folclore, y los elementos que se propagaron de la ideología dominante» (Portelli, 1974: 20-22). No existe un solo sentido común, más bien se trata, entonces, de una concepción disgregada, incoherente e incongruente. Sólo a través de la política se logra cierta coherencia y unidad entre la filosofía y el sentido común, «la unidad entre una visión del mundo y una norma de conducta concordante». Ese es el rol de los intelectuales orgánicos.

Desde este enfoque, los procesos periodísticos –y los medios en general– aparecen ya en tiempos de Gramsci como la institución más dinámica de la sociedad civil, puesto que son los únicos que abarcan todo el campo de la ideología (dirigidos a la comunidad científica, política y popular). Son instrumentos utilizados por las élites dirigentes para perpetuar su poder, o por los sectores contrahegemónicos para promover un nuevo orden. El mecanismo es el mismo: popularizar su propia filosofía, su propia cultura y su propia moral. Actúan, así, en la configuración de los sentidos comunes, incorporando a ese contradictorio y complejo entramado ideológico un conjunto de valores afines a sus intereses. Mao Tse-tung reconoció el carácter instrumental de la prensa y la propaganda, en términos de construcción o deconstrucción del poder: «Para derrocar el poder político es siempre necesario, ante todo, crear la opinión pública y trabajar en el terreno ideológico. Así proceden las clases revolucionarias y así también lo hacen las clases contrarrevolucionarias» (Mattelart, 1998: 58).

Si bien, como dijimos, el periodismo es un instrumento ideológico y, por tanto, puede ser utilizado por las distintas clases y grupos de clases para la concreción de sus intereses, el control de la estructura ideológica y del material ideológico está predominantemente en manos de la clase dirigente. Foucault pensaría en este sentido en la «constante incitación económica y política» de la verdad como necesidad para la producción económica y el poder político. De hecho, una de las condiciones que permiten sostener la hegemonía de un grupo es el control mayoritario de esos instrumentos formadoras de verdad. La concertación mediática y el monopolio informativo, como consecuencia de una nueva etapa del sistema capitalista y el avance de las tecnologías de la información y comunicación, han profundizado las desigualdades en la apropiación de estas

herramientas estratégicas. Esto explica el marcado interés del poder económico en adquirir medios de comunicación. Los propietarios y gerentes de las industrias mediáticas pueden producir y reproducir el contenido, las inflexiones y los tonos de las ideas que les son favorables mucho más fácilmente que otros grupos sociales porque ellos manejan las instituciones socializadoras clave, con lo cual se aseguran que sus puntos de vista se proyecten de manera constante y atractiva en la arena pública. Es muy clarificante en este sentido la experiencia vivida en Argentina durante 2009 con relación al debate público ante la sanción parlamentaria de una nueva legislación que regule la actividad comunicativa. Las grandes corporaciones mediáticas, apoyadas por el arco político opositor, se unificaron en defensa de sus intereses y los intereses de las élites económicas.

1.4- El periodismo como articulador de consensos

Se desprende del punto anterior que los procesos periodísticos son instrumentos ideológicos para la disputa hegemónica. Ahora bien, es preciso enfatizar que ningún sistema hegemónico se sustentó sólo en la generación de consensos. Si bien el plano de la lucha ideológica es fundamental en el pensamiento gramsciano, no menos importante es el ejercicio de la fuerza.

Un ejemplo relativamente cercano nos ayudará a clarificar esta idea: para que la clase dominante pudiera concretar las reformas neoliberales impulsadas a comienzo de la década de 1990 en Argentina, fue necesario que se gestara un escenario ideológico favorable, papel que cumplieron a la perfección los medios informativos del bloque de poder. Pero con eso no bastaba: era necesario que se plasmaran esas reformas en términos legales y se disciplinara por la fuerza a aquellos sectores aún disconformes. La disconformidad crecía a medida que aumentaba la exclusión social. Fueron también los mismos medios de comunicación los que promovieron, años más tarde, un consenso desfavorable a la dirigencia política, cuando las transformaciones más radicales ya se habían implementado a costa de un retroceso inédito en los índices de distribución. La hegemonía, por entonces, se había agotado y empezaba a predominar el uso de la fuerza. Se había roto el lazo entre la sociedad política y la sociedad civil.

Uno de los casos tomados por el propio Gramsci para sistematizar la ecuación fuerza-consenso es la propia revolución burguesa. El orden teocrático entró en crisis bajo circunstancias bien definidas. El trabajo y el saber sólo eran pasiones de la burguesía, sector que se sublevó contra un orden cuyo poder emanaba de

dios. Para ello elaboró teorías, pensamientos económicos y, recién cuando ya era hegemónica –en el sentido de liderazgo moral– vino la etapa militar. La dominación se consiguió mediante una revolución sangrienta. Pero para ello antes tuvo que dismantelar la hegemonía del viejo orden. Atacó la idea de que el poder emanaba de dios a partir de la idea de que el poder es immanente, no trascendente. Apareció el relato del contrato social. Creó una doctrina, un relato mítico, un cambio de paradigma y un nuevo sentido común.

Como vemos, la relevancia asignada por Gramsci al momento superestructural ideológico no implica, en nombre de la crítica al economicismo, que exprese un determinismo cultural. Se explicita en su obra una relación dialéctica entre estructura y superestructura; no son elementos de importancia desigual, son dos elementos igualmente determinantes. El movimiento superestructural evoluciona, desde un vínculo orgánico, en los límites impuestos por el desarrollo de la estructura. «Las fuerzas materiales son el contenido, las Ideologías las formas».

En un sistema hegemónico, el momento político-militar es la prolongación y concretización de la dirección económica e ideológica que una clase ejerce sobre la sociedad. Por ello, la sociedad política debe jugar un papel secundario. La función de coerción es la conservación por la violencia de un orden establecido. Para ello se actúa en el campo militar, pero también desde la coerción legal o jurídica. Mientras que la dictadura (incluso la del proletariado) es un sistema político que implica autonomía de la sociedad civil, Hegemonía política implica depender de la sociedad civil. Así el nivel técnico-militar de la hegemonía es el simple uso de la fuerza, y el nivel político-militar es la dirección política de la coerción.

Por lo tanto, «el momento de la coerción implica, por un lado, el control de los grupos sociales que no consienten con la clase fundamental (su médula es la coerción legal). Por otro, en períodos de crisis orgánica, la clase dirigente pierde el control de la sociedad civil y se apoya sobre la sociedad política para intentar mantener su dominación» (Portelli, 1974: 33). Pero de ningún modo el concepto de hegemonía excluye el plano coercitivo. Existe más bien una unidad dialéctica donde el consenso y la coerción son utilizados alternativamente. Entre consenso y fuerza no hay separación orgánica. Así, podemos retomar la idea de que el Estado, en sentido no tradicional, es la suma de la sociedad política y la sociedad civil; es el conjunto de los órganos mediante los cuales una clase se unifica y ejerce su liderazgo.

La Hegemonía no es una estimulación directa del pensamiento o la acción, pero, según sostiene Stuart Hall, constituye un «marco para todas las definiciones rivales de la realidad en el campo de la clase dominante, con lo cual las alternativas posibles siempre están dentro de su horizonte de pensamiento. Esto es, la determinación por parte de la clase dominante de los límites –mentales y estructurales– dentro de los cuales viven las clases subordinadas y dentro de los cuales dan sentido a su subordinación de un modo que mantiene la dominación de la clase dirigente sobre ellas (Hall, 1981).

La hegemonía es duradera cuando la clase fundamental dirigente utiliza el bloque ideológico para controlar los grupos auxiliares sin tener en contra los intereses propios de estos grupos. En la dominación, en cambio, la clase dirigente utiliza el bloque ideológico para neutralizar al resto de las clases, absteniéndose de todo compromiso con ellos; no se apoya sobre una base social extensa, sino sobre una coerción inteligente que evita la formación de una coalición intelectual hostil.

1.5- La parcialidad convertida en valor universal

¿Cómo se ejerce la función ideológica en los procesos periodísticos? Para avanzar, recuperamos otro fragmento del enunciado inicial de Ego Ducrot: «Acude a la transformación de su Parcialidad de grupo o clase en objetividad (...), para que la misma, desde su supuesto valor de verdad universal, sea y opere como sentido común». La teoría marxista ha sostenido que toda actividad y producto en la sociedad capitalista participan de la lógica de la mercancía. La forma mercantil es la forma general del intercambio. Ahora bien, la actividad y el producto periodístico no escapan a la relación social dominante.

Para legitimar y asentar la forma mercantil de comunicación, hace de ella una actividad «natural», una actividad que se desempeña sin que los receptores puedan sospechar su carácter de instrumento de dominación –de hegemonía– de una clase.

A partir del nuevo desarrollo tecnológico ha surgido un nuevo cuerpo mítico. Según Armand Mattelart, la categoría medios de comunicación, tal como la manipulan las clases dominantes, se ha erigido en un mito. «El medio es un mito en la medida en que se lo considera como una entidad dotada de autonomía, de una voluntad y alma propia, una especie de epifenómeno que trasciende la

sociedad donde se inscribe». Es la versión actualizada de las «fuerzas naturales» (Mattelart, 1998: 32-33).

Así, los medios convierten a la «opinión pública» en actor imaginario que permite traspasar una opinión privada como si fuera pública. Un actor al que se adjudicará alternativamente roles positivos y negativos. Es el juego simbólico de la falsa dialéctica donde el protagonista por ser indiferenciado no está dotado de autonomía y se genera en tanto proyección unívoca de la clase dominante. Es el signo del consenso que integra todos los conflictos y diferencias de una sociedad dada y compone una unanimidad provocando ficticiamente una reconciliación de los antagonistas. Así, los medios de información apuntan a «introducir en la conciencia individual elementos que de otro modo no aparecerían en ella, pero que no serán rechazados por esa conciencia porque se presentan como patrimonio común de la comunidad cultural (Lull, J. 1997: 51-53). Dicho de otro modo, la Ideología dominante permite al individuo insertarse, de manera natural, en sus actividades prácticas dentro del sistema y participar así en la reproducción del aparato de dominio, sin saber que se trata de la dominación de una clase y de su propia explotación. Ahora bien, cuando aparece en la sociedad un proceso o un fenómeno susceptible de revelar las contradicciones inmanentes al sistema, el mito no calla el hecho empírico, sino que hace desaparecer el sentido indicativo de una realidad social que dicho fenómeno o proceso podría tener, asignándole una explicación que oculta las contradicciones de ese sistema.

La segunda faceta de la mitología mediática radica en el carácter mítico de los modelos normativos que vehiculiza. Una idea central en el presente trabajo radica en que la mitología es la reserva de signos propia de la racionalidad de la dominación de una clase, una reserva de signos adscriptos, ya que deben ser funcionales al sistema social cuyas bases enmascara. De no ser funcional, revelaría la mistificación de la clase que dictamina la norma de lo que es la realidad y la objetividad. Esto es la conversión del valor de sector en valor universal.

Pero la idea de objetividad —como neutralidad— no fue reivindicada desde la práctica informativa sino a partir de mediados del siglo XIX. Podemos encontrar en los orígenes de la prensa moderna marcas bien definidas: el surgimiento de las grandes agencias internacionales de prensa, el acelerado avance tecnológico que multiplicó las posibilidades de amplificar el número de lectores, la equiparación de la «noticia» con el «hecho objetivo» y la consecuente «profesionalización» de

los periodistas. Antes de este momento paradigmático, los periódicos eran la expresión explícita de los diversos sectores sociales, y los periodistas reconocían el alcance político del instrumento que utilizaban. La noticia era en realidad la opinión del medio (Miceli, Albertini y Giusti, 1999).

Otro mito sobre el que se asienta la verdadera naturaleza del proceso periodístico es el de la libertad de prensa. Lenin planteó que la llamada libertad de prensa es la libertad de propiedad, la de los ricos para publicar periódicos. Se desprende de esto que la Ideología de la dominación opera a través de procedimiento de abstracción y de idealización que da cariz universal a la simple expresión de intereses particulares. El líder de la revolución bolchevique entendía, en cambio, por libertad de prensa a su emancipación del yugo del capital (Lenin, 1985: 148-149).

1.6- El periodismo es propaganda

Finalmente profundizaremos sobre el aspecto funcional de una estructura ideológica tan desarrollada como el periodismo. Para ello partimos del último fragmento del enunciado inicial de Ego Ducrot: «El periodismo forma parte del género de la propaganda (...) es propaganda objetiva».

Dice Fernando López que «los conceptos tradicionales de propaganda y periodismo (...) suelen ser abordados desde valores diametralmente opuestos». La propaganda está asociada a una «técnicas poco seria y engañosa de la que se sirvieron los peores proyectos totalitarios (...) para lograr sus fines de dominación». El periodismo, salvo casos excepcionales, es valorado como «una práctica relacionada con la verdad y la libertad que busca la imparcialidad de criterio» (López, 2009: 55-61) Sin embargo, algunos estudios ubican al periodismo como vehículo de transmisión de propaganda. Es el caso de los aportes de Noam Chomsky y Edwards Herman, quienes analizaron la prensa estadounidense. Pero en este caso la propaganda, generada por las élites corporativas, es vista como algo exterior al periodismo, que por su dimensión estratégica atraviesa el campo informativo, lo invade. Los autores reconocen un «modelo de propaganda» que actúa sobre la información a través de cinco filtros que determinan la línea editorial: la concentración de la propiedad mediática, la publicidad como fuente de ingresos, la dependencia de fuentes gubernamentales y empresariales, la acción de los grupos de presión y el anticomunismo como «religión natural» (Chomsky y Herman, 2001).

Pero, a diferencia de este enfoque, el modelo de Intencionalidad Editorial reconoce al periodismo como parte del género de la propaganda, no como simple vehículo de transmisión. Mario Casigli, en la introducción a un compendio de escritos de Lenin sobre la prensa, afirma que en aquellos textos subyace como idea central «la naturaleza clasista de la información». Lenin se pronuncia «contra toda hipócrita pretensión o declaración de libertad, contra toda ilusión de objetividad y neutralidad». Para el líder de la revolución de octubre, «las fuentes, los medios y el funcionamiento de la información serán siempre manipulados por la clase dominante». En este sentido, sostener que pueden existir instrumentos neutrales «es un mito, o peor, un engaño». Para Lenin la prensa tiene una función esencialmente organizadora, por ello planteó que «la clase obrera y su vanguardia política se forjarán, se impondrán y adquirirán poder, en la medida en que crearán y controlarán medios de información» (Lenin, 1973: 8-9). La prensa organizadora en Lenin es, para Gramsci, la ideología que cimenta y unifica el bloque social mediante el control de instituciones y material ideológico.

El periodismo hegemónico, desde este enfoque, tiene una función esencialmente organizadora: la desmovilización de las clases subalternas. De este modo, neutraliza el accionar de dichas clases en tanto clases y, en cambio, afianza la solidaridad en torno a la clase dominante y sus intereses. Los modelos de aspiraciones y de comportamientos que vehiculiza el periodismo hegemónico aíslan a los individuos, los atomiza (Mattelart, 1998: 52).

Ahora bien, para pensar al periodismo y la propaganda desde este enfoque es necesario reconocer que el modo de producción de la mercancía-noticia mantiene coherencia con el conjunto de todo el modo de producción. Por una parte, coexisten y se yuxtaponen los temas más heterogéneos en un tiempo o en un espacio muy limitado. Esto se aplica no sólo al fenómeno de la televisión y al vértigo que la caracteriza. El diario, la prensa, suelen agrupar en una misma página las más diversas informaciones. El lector, oyente o televidente, pasa sin transición de un tema a otro. Por otra parte, aun cuando la organización de la primera página del diario pretenda dar cuenta de una realidad totalizadora y polifacética, el material con que trabaja, el hecho noticioso, o la noticia, es en esencia atomizador, fragmentario y parcial. Se asiste a un proceso de aislamiento del hecho, cortado de sus raíces, vaciado de las condiciones que presidieron su aparición, abstraído de un sistema social que le confirió un sentido y donde el mismo desempeñó un papel revelador y significativo. En otros términos, este es el sentido ideológico de la descontextualización de la noticia.

El reino de la noticia, dice Mattelart, «aparentaría ser el reino de la anarquía», sujeto a reglas tipográficas. Abastece a la audiencia de un conjunto de datos sacados de una realidad que se define como efímera, transitoria, coyuntural y anecdótica, y no le entrega la contextura del hecho noticioso, es decir, los elementos de juicio que le permitirían internalizarlo como una línea acumulativa de conocimiento activo. El fenómeno de la anarquía noticiosa es similar al que se comprueba a través de la anarquía de la producción y del mercado en la sociedad capitalista regida por la doble ley de la ganancia y la competencia; ambas son condición esencial para la reproducción de la sociedad clasista. La desorganización de la noticia sirve a la cohesión del aparato de dominación: «dividir para reinar es uno de los principios fundamentales del poder de manipulación de las masas» (Mattelart, 1998: 52-55).

Pero dicha anarquía es la regla de funcionamiento de un orden. Por esto, la noticia es anárquica solo en apariencia. Fernando López reconoce ese orden en la aplicación en el campo periodístico de una serie de reglas que son propias de la propaganda y que fueron explicitadas por Jean-Marie Domenach: «simplificación y enemigo único», «exageración y desfiguración», «orquestración», «transfusión» y «unanimidad y contagio» (López, 2009: 62-68).

1.7- ¿Es posible la manipulación informativa?

Un gran interrogante aparece cuando pensamos en la potencial efectividad que pueden alcanzar las maniobras propagandísticas emanadas de los procesos periodísticos. Los estudios de recepción en materia de comunicación masiva están asociados, por lo general, al paradigma de receptor activo. Estos enfoques se apartan de los debates en torno al poder, la dominación simbólica y las industrias culturales y, en cambio, se recuestan en «teorías débiles» que, según Mattelart, derivaron en una marcada «repcionitis», característica de la etapa de institucionalización de los estudios culturales a partir de los años ochenta en América Latina (Mattelart y Neveu, 2002: 51-56).

Fuertes debates se han suscitado en Latinoamérica en torno a los efectos de la dominación en las clases populares. La opción en el enfoque parece ser una elección de hierro: es posible o no la acción manipuladora. Buena parte de los análisis marxistas dedicada al estudio de los procesos de dominación simbólica reconocen las potencialidades casi ilimitadas de una acción propagandística sobre las masas. Otros enfoques marxistas como el gramsciano, en cambio, dejan abiertas

las posibilidades para una relativa autonomía, una resistencia simbólica, y destacan el valor del campo cultural en las luchas contrahegemónicas. Este aspecto quedó desarrollado centralmente en las páginas anteriores.

Justamente fue la obra de Gramsci la que inspiró el nacimiento de los llamados Estudios Culturales. Primero en Birmingham y luego en el resto del mundo, estos trabajos desarrollaron un extenso corpus sobre los complejos procesos de dominación y resistencia. Detenernos en este punto excedería nuestro objeto de estudio, pero ante la inquietud de profundizar sobre este enfoque conviene revisar *Los cultural studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje*, obra en que Armand Mattelart y Erik Neveu analizan los escritos de Raymond Williams, E. P. Thompson y Stuart Hall, entre otros.

Sí nos interesa, en cambio, puntualizar lo que Pablo Alabarces sostiene en su trabajo: «Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina». Hacia comienzos de la década de los setenta, afirma el autor, comenzaron a desarrollarse en Argentina una suerte de estudios culturales en clave peronista y populista. La siguiente cita de Aníbal Ford sirve como ejemplo: «No es posible vender ideas al pueblo», afirma el general Perón en el Modelo. Pero lo que estoy planteando es el ingreso orgánico de esta problemática en el campo académico, teórico y político cultural. Sí, en cambio, estoy negando la posibilidad de lavarle el cerebro al pueblo y con ello no estoy haciendo populismo sino volviendo, o pensando que se está volviendo a una ancestral reivindicación del hombre común frente a esa concepción que lo trató como bárbaro, ignorante o idiota. Como manipulable» (Alabarces, 2006: 35).

Alabarces señala que Ford incorpora en «Cultura Dominante y Cultura Popular», producido en 1972 y reeditado en 1985, «la hipótesis de la lectura activa en la recepción de los medios de comunicación, premisa que ya estaba en el horizonte de discusión de los primeros setenta, aunque aún no formalizada. Ford integra esta hipótesis en un programa de trabajo sobre la cultura popular, donde las prácticas populares, discursividades letradas, textualidades políticas y cultura de masas tienen un anclaje en la recepción que se centra en la idea de que las clases populares no pueden ser sometidas a la manipulación, de que ejercitan con los mensajes de los medios una serie de juegos de lectura». Es lo que el mismo Ford llamaría después la «utopía de la manipulación» (Alabarces, 2006: 32). Otros trabajos pensados desde este enfoque es «Apuntes sobre Cultura Popular y Peronismo», escrito por Eduardo Romano en 1973.

Cuando nos referíamos a la matriz populista de estos estudios, no lo hacemos —y esto debemos resaltarlo— desde la acepción despectiva que le asignaron al término las corrientes políticas más conservadoras. Lo hacemos en el sentido propuesto por Claude Grignon y Jean-Claude Passeron, quienes sostienen que el populismo y su contracara, el miserabilismo, son dos riesgos a superar en los análisis sobre culturas populares. Los autores invalidan los polos anteriores mediante la siguiente pregunta: «¿Es necesario para comprender una cultura popular tratarla como un universo de significación autónomo, olvidando los símbolos de la dominación? O por el contrario, ¿es necesario partir de la dominación social que la constituye como cultura dominada para interpretar desde allí sus producciones simbólicas?» (Zubieta, 2000: 98 - 110). El riesgo populista radica justamente en sobredimensionar las capacidades interpretativas de los sectores populares y minimizar los efectos de una relación desigual signada por la dominación. El riesgo del miserabilismo interpela, por otro lado, a aquellos estudios que no logran ver en los sectores populares algo más que los rastros de la cultura dominante.

Reconocemos, entonces, que resulta muy difícil dimensionar el impacto real que tiene el discurso mediático dominante en la sociedad, aunque sí hay un enorme corpus teórico que reconoce la importancia de estos relatos en la constitución del sentido común hegemónico. Al respecto, Alcira Argumedo ensayó una hipótesis que, para nosotros, establece un punto de partida para comenzar cualquier análisis sobre los efectos de los medios de comunicación que no caiga en la simplicidad lineal de la teoría de la aguja hipodérmica, que se desarrolló en Estados Unidos a mediados del siglo XX para determinar/utilizar la acción psicológica de un público indiferenciado (Wolf, 2004: 22-23), ni se diluya en las premisas posmodernas del receptor activo. Argumedo sostuvo en distintas conferencias dictadas en torno al tema una idea que atraviesa los ejes centrales de sus aportes en materia de comunicaciones y que quedó plasmada en *Los laberintos de la crisis (América Latina: poder transnacional y comunicaciones)*: la eficacia del discurso mediático es inversamente proporcional al grado de articulación del tejido social. Es decir que, a mayor atomización social (desorganización, desmovilización), mayor será la capacidad de influencia de las estructuras ideológicas.

Otro aporte relevante fue realizado por Carlos Rodríguez Esperón, quien se propuso recuperar críticamente el concepto de manipulación, enfoque olvidado por los estudios de comunicación y periodismo durante décadas. Reconoce a la

manipulación lejos de los postulados de Lasswell sobre la teoría hipodérmica, y la asume «como un producto de la diferencia de poder entre emisor y receptor». Se trata de «un proceso de coerción simbólica a través del cual se contiene, sujeta o refrena la deriva del sentido, limitando el universo interpretativo de los sujetos». De esta manera «queda claro que ni el receptor es estúpido ni posee en sí todas las competencias necesarias para liberar la polisemia inscripta en todo acto discursivo». Finalmente advierte: «La manipulación es coyuntural, no se encuentra dada ni es para siempre, es construcción y como tal puede ser enfrentada en la medida que se pueda limitar el carácter coercible del receptor» (Rodríguez Esperón, 2009: 87-100).

Lo que el autor llama «carácter coercible del receptor» contacta con lo que Argumedo definió como atomización del tejido social. Por lo tanto, la manipulación puede ser enfrentada en la medida en que aumente la experiencia de organización colectiva de los sujetos. Esto, entre otras cosas, explica que hayan fracasado los intentos golpistas impulsados con una fuerte ofensiva mediática en Venezuela (2002) y Bolivia (2008). Pero mientras se imponga como patrón cultural el individualismo y la desmovilización, la manipulación informativa será más efectiva.

BIBLIOGRAFÍA

- ALABARCES, Pablo. «Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina». *Revista Argentina de Comunicación*, Año 1 N° 1. Prometeo, Buenos Aires, 2006.
- BOTTOMORE, Tom. «Ideología» en Diccionario de pensamiento marxista. Ed. Tecnos, Madrid, 1984.
- CHOMSKY, N. y HERMAN, S. *Los guardianes de la libertad*. Crítica, Barcelona, 2001.
- EGO DUCROT, Víctor. «Objetividad y Subjetividad como mito del periodismo hegemónico», en EGO DUCROT, V. (Comp.) *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas. Una introducción al modelo teórico y metodológico Intencionalidad Editorial*. Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- FOUCAULT, Michel. *Microfísica del poder*. La Piqueta, Madrid, 1992.
- GRAMSCI, Antonio. *Antología* (selección y traducción de Manuel Sacristán) Siglo XXI, Buenos Aires, 2004.
- HALL, Stuart. «La cultura, los medios de comunicación y el 'efecto ideológico'», en CURRAN, J. y otros (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de Cultura Económica, México DF, 1981.
- HORVATH, Ricardo. *Revolución y periodismo*. Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2003.
- HUDEC, Vladimir. *El periodismo: esencia, funciones sociales, desarrollo*. Ed. Oriente, Santiago de Cuba, 1988.
- LENIN, Vladimir I. *La información de clase*. Siglo XXI, Buenos Aires, 1973.
- LÓPEZ, Fernando. «Periodismo y Propaganda» en EGO DUCROT, V. (comp.) *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas. Una introducción al modelo teórico y metodológico Intencionalidad Editorial*. Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- LULL, James. *Medios, Comunicación, Cultura. Aproximación global*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1997.
- MATTELART, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. 1° edición 1973, Siglo XXI, Buenos Aires, 1998.
- MAQUIAVELO, N. *El príncipe*. Gradifco, Buenos Aires, 2005.
- MICELI, W., ALBERTINI, E. y GIUSTI, E. «Noticia = negociación política», *Oficios terrestres* N°6, La Plata, 1999.

- O'SULLIVAN, T. *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires, 1995.
- PARISSI, Alberto. Clase dictada en el marco del seminario «Cultura, política e ideología». Maestría de Estudios Latinoamericanos. FCPyS – UNCuyo. 2007.
- PORTELLI, Huges. *Gramsci y el Bloque Histórico*. Siglo XXI, Buenos Aires, 1974.
- RODRÍGUEZ ESPERÓN, Carlos. «Manipulación: despejar los reduccionismos para reformular el concepto» en EGO DUCROT, V. (comp.) *Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas. Una introducción al modelo teórico y metodológico Intencionalidad Editorial*. Buenos Aires, Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Buenos Aires, 2004.
- ZUBIETA, Ana María (dir.). *Cultura popular y cultura de masas*. Paidós, Buenos Aires, 2000.
- LEVIN, Vladimir I. *La revolución de este siglo XXI*. Buenos Aires, 1977.
- LÓPEZ, Fernando. «Problemas de la propaganda en EGO DUCROT V (comp.) Sigilo y nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas. Una introducción al modelo teórico y metodológico Intencionalidad Editorial. Centro Cultural de la Cooperación, Buenos Aires, 2009.
- LULL, James. *Media Campaigns in America*. Praeger Publishers, Westport, Connecticut, 1997.
- MATTELART, Armand. *La comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires, 1973.
- MAQUIAVELLO, N. *El príncipe*. (traducción de María José Gálvez). Buenos Aires, 1973.
- MICELI, W. ALBERTINI. *El poder y la cultura*. Buenos Aires, 1973.
- Oficios teóricos N.º 1. La cultura.