.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Repositorio Digital Institucional

Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Seisieteochistas: 678 como referente identitario

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Camilo García

Marcelo G. Burello, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2011

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: http://repositorio.sociales.uba.ar/

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)
La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR

Repositorio Digital Institucional

.UBAsociales
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Universidad de Buenos Aires | Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

» TESINA DE LICENCIATURA

SEISIETEOCHISTAS

678 como referente identitario

Alumno: Camilo García

DNI: 29.726.134

e-mail: camilogarcia.simone@gmail.com

Tutor: Marcelo G. Burello

Mayo de 2011

García , Camilo
Seisieteochistas : 678 como referente identitario . - 1a ed. - Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación. , 2012.
E-Book.

ISBN 978-950-29-1342-1

1. Medios de Comunicación. 2. Ciencias Políticas. I. Título
CDD 302.2

Fecha de catalogación: 30/11/2011

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de García , Camilo (2011) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes.
Para más información ver aquí: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. Presentación del tema. Objetivos e hipótesis de trabajo. 4
2. De afuera hacia adentro. Perspectivas metodológicas. 7
3. Corpus. 11
4. Consideraciones acerca de la identidad. 12
5. Aclaraciones terminológicas. 16

PARTE I: Elementos externos.

6. Contexto de emergencia del programa 19
   - 6.1. La escena nacional y sus actores. 19
   - 6.2. Los medios, toda una cuestión. 24
7. Viejos y nuevos referentes. 28
   - 7.1. Construcciones identitarias modernas. 28
   - 7.2. Posmodernidad y crisis de identidad. 30
8. "*6 7 8* fan". 34
   - 8.1. La identidad en el consumo. 34
   - 8.2. Usos y desvíos. 35
9. La política hecha por TV. 37
   - 9.1. Más allá de la degradación videopolítica. 37
   - 9.2. Nuevos espacios para el reconocimiento. 40

PARTE II: Elementos internos.

10. Descripción del programa *6 7 8*. Características generales. 45
11. La Enunciación en *6 7 8*. Entre la pedagogía y la complicidad. 48
    - 11.1. Justificación y dimensiones del análisis. 48
    - 11.2. Rasgos Retóricos. 51
      - 11.2.1. En vivo en el estudio. 51
      - 11.2.2. El informe y las secciones. 55
      - 11.2.3. Apertura y cierre del programa. 59
      - 11.2.4. Apertura y cierre de bloques. 60
    - 11.3 Rasgos Temáticos. 62

11.3.1. Temas principales. 62
11.3.2. Motivos y elementos recurrentes. 66
11.4 Rasgos Enunciativos. 69
11.4.1. Descripción del contrato de lectura. 69
11.4.2. Enunciador y enunciatario construidos. 73
11.4.3. ¿Información o política? 74
12. Ellos y Nosotros. La construcción del enemigo en *6 7 8.* 78
12.1. Antagonismo, política e identidad. 78
12.2. Definiendo al adversario desde el discurso. 81

13. Conclusiones. 87
14. Bibliografía. 91
15. Anexo. 95

INTRODUCCIÓN

1. Presentación del tema. Objetivos e hipótesis de trabajo.

A mediados de marzo de 2010 recibí la noticia de que mis padres, militantes trotskistas del PST[1] en los años setenta y del MAS[2] en los ochenta, habían asistido en la ciudad de Viedma a una marcha "*de 6 7 8*" organizada vía Internet en apoyo al gobierno de la presidenta Cristina Fernández.

Inmediatamente cautivó mi atención el enorme poder de convocatoria de un evento que llevaba el nombre de un programa de televisión. Por esos días en mi tránsito cotidiano por la ciudad de Buenos Aires comencé a percibir pintadas de aerosol en las paredes: "aguante *6 7 8*". Mientras tanto, recibía continuamente por parte de allegados invitaciones a unirme al grupo de *6 7 8* en la red social Facebook. Estaba claro que este programa comenzaba a ocupar un importante lugar en la sociedad argentina.

"*6 7 8*" es un programa televisivo producido por Diego Gvirtz y emitido desde el 9 de marzo de 2009 por Canal 7, la señal de la televisión estatal argentina. El formato del programa puede definirse como un "magazine de actualidad"[3], en el cual un conjunto de periodistas se encarga diariamente de analizar los contenidos de la agenda política de los grandes medios masivos de comunicación del país. Para esto se recurre a una gran cantidad de material de archivo.

Surgido durante la gestión de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner *6 7 8* irá convirtiéndose cada vez más en un espacio abiertamente a favor de las políticas del gobierno nacional. Este gesto constituirá una de sus especificidades estilísticas ya que se trata de una manera de ocuparse de los temas de actualidad a partir de hacer explícita la toma de partido. Se producirá, en este sentido, una ruptura por parte del programa con una concepción tradicional o liberal del periodismo. Según Amar Sánchez en el discurso tradicional periodístico "se cumplen los requisitos necesarios para que la información se transmita de un modo neutro y produzca la impresión de objetividad e impersonalidad. El discurso de la prensa construye un verosímil interno, un código cuyo cumplimiento garantiza el efecto de verdad (…) se trata de disimular al sujeto que enuncia y construye". (Amar Sánchez, 1992: 85).

[1] Partido Socialista de los Trabajadores.

[2] Movimiento al Socialismo.

[3] Las características del formato magazine son especificadas en la "descripción del programa", al comienzo de la Segunda Parte.

Afirmar que los medios, por más neutros que se presenten, no reflejan sino que *producen* la realidad resulta un lugar común en los ambientes académicos. “Los medios nos señalan lo que es importante y lo que es trivial mediante lo que hacen notar y lo que ignoran, mediante lo que amplían y lo que silencian” (Masterman, 1994: 19). Esto no pareciera, sin embargo, ser asumido como tal más allá de los espacios universitarios. Dice Amar Sánchez: “Los medios masivos en su mayoría procuran ocultar la transformación – la manipulación ejercida- : tras el mito de la objetividad, esta creencia que hay una verdad de los hechos que puede ser fielmente transmitida” (Amar Sánchez, 1992: 85). Veremos más adelante como desde *6 7 8* no se busca en absoluto desdibujar una toma de posición, el discurso del programa se encarga más bien de declarar explícitamente –orgullosamente- su oficialismo.

A propósito de esto último resulta importante realizar desde un comienzo algunas aclaraciones. Si nos atrevemos a afirmar que existe una identidad “seisieteochista” debemos poder sostener que *6 7 8* implica algo más que simple propaganda de gobierno. Esto implica entender al programa como un espacio específico de construcción política, el cual no puede reducirse a “kirchnerismo”. Sin duda *6 7 8* contribuye a legitimar al gobierno nacional, pero afirmar que éste consiste solamente en un mero “panfleto” oficialista no nos permite explicarlo como referente específico para la construcción de un colectivo social.

Pensemos por ejemplo en el fenómeno de *6 7 8 Facebook.* Una comunidad virtual que reúne a más de doscientos mil “fans” del programa que intercambian opiniones y contenidos multimedia.[4] Por medio de esta red social los “amigos” del programa se autoconvocaron en dos ocasiones a comienzos del año 2010. La primera de estas manifestaciones tuvo lugar el día 12 de marzo y más tarde, el 9 de abril, se realizó una nueva “marcha de *6 7 8*” en defensa de la nueva ley de medios sancionada por el Congreso en octubre de 2009 y suspendida por un fallo judicial. En esta oportunidad miles de personas en diversas ciudades del país acudieron a la convocatoria realizada mediante el grupo de Facebook.

[4] A lo largo de todo el año 2010 se verifica en la red social Facebook la creación de una gran cantidad de grupos virtuales muy numerosos relacionados con *6 7 8* . Entre estos se destacan aquellos denominados “Autoconvocados *6 7 8* Facebook”, que nuclean gente de distintos puntos del país, y funcionan como espacios de debate, organización y convocatoria a distintos eventos. Ver Anexo 3.

Teniendo en cuenta estos aspectos sostendremos como hipótesis que durante los años 2009 y 2010 en Argentina ha tenido lugar la aparición de una particular identidad colectiva constituida en referencia a *6 7 8*. Un conjunto de actores y fuerzas sociales se han alineado detrás del nombre del programa, identificándose con el significante "*6 7 8*".

El objetivo de este trabajo es avanzar en la comprensión de la emergencia de *6 7 8* como referente identitario. Entendemos que el programa se ha convertido en un referente, en el sentido que lo plantea Renato Ortiz, básicamente como aquello en relación a lo cual se construye la identidad: "Los referentes pueden, evidentemente, variar de naturaleza, son múltiples –una cultura, la nación, una etnia, el color o el género- pero en cualquier caso, la identidad es fruto de una construcción simbólica que utiliza esos marcos referenciales" (Ortiz, 1998: 51).

A partir de aquí valdría la pena preguntarse ¿Por qué hoy por hoy un producto televisivo es capaz de convertirse en un fuerte referente, en detrimento de otros referentes tradicionales como el sindicato o los partidos? Por otro lado ¿Qué características particulares de *6 7 8* contribuyen a convertir al programa en el nombre de un colectivo social? A lo largo de este trabajo intentaremos ensayar algunas respuestas para estos interrogantes.

Dada la temática que nos ocupa no podemos dejar de referirnos al comienzo de este trabajo al libro "*6 7 8: la creación de otra realidad"* escrito por el sociólogo Pablo Alabarces y la periodista María Julia Oliván, conductora de *6 7 8* desde su surgimiento hasta enero de 2010. El libro, publicado a comienzos de Octubre de 2010, constituye una descripción y una crítica del programa, centrándose en cuestiones tales como su formato, su estilo, sus protagonistas, sus condiciones de producción, entre otros aspectos. Para la realización de este trabajo hemos de tener en cuenta muchas de las ideas expuestas a lo largo de este libro. Gran parte de lo sugerido por los autores nos será de utilidad para direccionar nuestra mirada en determinados sentidos. Por tratarse "*6 7 8: la creación de otra realidad"* de una conversación en tono informal entre Alabarces y Oliván, los autores no se permiten ahondar en algunos planteos que realizan acerca del programa, tales como el sostenimiento de los medios como ocultadores de la realidad, el vínculo pedagógico con el locutor, la lógica binaria y la construcción de enemigos y aliados, entre otros. Todas estas serán cuestiones de las que nos ocuparemos e intentaremos desarrollar.

2. De afuera hacia adentro. Perspectivas metodológicas.

Partimos de concebir el fenómeno "seisieteochista" como algo complejo que obedece a múltiples variables tanto "externas" como "internas". Para poder abordar el fenómeno en su densidad hemos decidido enfocarlo "desde afuera hacía adentro", buscando ocuparnos primero de algunos aspectos contextuales para luego poner esto en relación con el análisis del programa en tanto discurso. Cabe aclarar que esta distinción afuera-adentro solo es válida en función del análisis propuesto. En tanto producto social *6 7 8* se encuentra históricamente situado, siendo imposible entenderlo fuera de su contexto de emergencia. Lo que se pretende en última instancia es poner en relación ese "afuera" con ese "adentro".

Por otro lado, dada la gran cantidad de conceptos y herramientas teóricas a las que recurriremos, hemos decidido no exponerlas al comienzo sino a lo largo de este trabajo. De esta manera el marco teórico presentado en esta introducción se irá desarrollando punto por punto, según los distintos aspectos enfocados.

En la primera parte del trabajo nos centraremos en la descripción y análisis de los elementos *externos,* entendidos éstos como aquellos aspectos y condicionamientos contextuales que intervendrían favoreciendo la identificación con el programa. La emergencia de *6 7 8* como referente no se produce en el vacío, sino que se sitúa en un momento histórico concreto. No podemos, por lo tanto, pasar por alto las transformaciones de índole política, social y cultural que habilitan la aparición de una identidad construida en torno a un programa de televisión.

6 7 8 emerge como referente en un determinado contexto sociopolítico nacional, entre determinados actores, fuerzas sociales y acontecimientos, pero también en un escenario sociocultural global caracterizado por el debilitamiento de las identidades nacionales, partidarias y de clase impulsadas por el proyecto Moderno-Ilustrado. Frente a este panorama el mercado y los medios parecerían desempeñar un rol protagónico en la configuración de nuevas identidades. Según sostiene Néstor García Canclini estaríamos asistiendo a nuevos modos de construir lo que nos distingue al interior de la sociedad, "Nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas: ahora se configuran más bien en el consumo" (Canclini, 1995: 14).

Por otra parte, el descreimiento social frente a las instituciones del Estado y la nación coincidiría con la "mediatización" de la política. Debemos preguntarnos entonces ¿Qué cosas le ocurre a la misma cuando se traslada de sus viejos espacios

como el partido y el sindicato a la pantalla, y cómo afecta esto las posibilidades de identificación y reconocimiento?

En la segunda parte de este trabajo nos ocuparemos de los elementos que llamaremos *internos*, los cuales surgen del análisis del programa en tanto discurso que posee características particulares. Al referirnos a *6 7 8* en tanto "discurso" debemos, en primer lugar, dejar claro que el análisis propuesto no se limita a los aspectos lingüístico-verbales sino a todos los elementos que intervienen en la configuración de los textos audiovisuales. Por otra parte, entendemos al discurso como una configuración que es producto de un determinado uso y apropiación del lenguaje en una situación contextual concreta. Hablar de discurso en este sentido implica contemplar los textos como "un espacio de puesta en funcionamiento de la lengua" (Filinich: 1998: 31), o bien "una serie de elecciones y de exclusiones sobre el cuerpo estructurado de los códigos" (González Requena, 1995:18).

Decidimos centrarnos al comienzo de la segunda parte en ciertas características generales de *6 7 8*, tales como su formato y los géneros que contiene, así como realizar una breve referencia a la producción, los protagonistas y los invitados. No es la intención llevar adelante un análisis pormenorizado sino una descripción general de las cuestiones que consideramos pertinentes en función de los objetivos de este trabajo.

Intentaremos luego dar cuenta de la manera de enunciar construida al interior de *6 7 8*, el modo en que el programa interpela a su audiencia mediante el establecimiento de un determinado "contrato de lectura". Eliseo Verón elaboró esta noción basándose en la teoría de la enunciación, para dar cuenta de *las modalidades del decir* (Verón, 1985: 3). Todo discurso construiría una determinada imagen de enunciador y de enunciatario, proponiendo a la vez un determinado vínculo (un determinado contrato) entre ellos. Verón reconoce básicamente tres tipos de contrato de lectura: *pedagógico*, *cómplice* y *objetivo* según el tipo de nexo que se establezca entre enunciador y enunciatario. Estos contratos pueden a la vez combinarse entre sí. Cabe aclarar que enunciador y enunciatario no son agentes empíricos sino figuras abstractas producidas y contenidas en el propio discurso, "dos papeles que se constituyen de manera recíproca en el interior del enunciado (…) no solamente conlleva una información, sino que pone en escena, representa, una situación comunicativa por la cual algo se dice desde cierta perspectiva y para cierta inteligibilidad" (Filinich, 1998: 39 y 40).

Estas instancias implícitas en todo discurso pueden ser deducidas mediante el análisis. Nuestro trabajo en esta parte será entonces el de reconstruir analíticamente las

características del enunciador y del enunciatario construidos por *6 7 8*, así como el tipo de relación que se establece entre ellos. Para esto avanzaremos en la identificación de rasgos "retóricos", "temáticos" y "enunciativos" que, según Oscar Steimberg, se hallan presentes en todo texto y constituyen el estilo de los mismos (Steimberg, 1993, 43). De esta manera, para poder reconstruir la escena comunicativa propuesta por el programa (rasgos enunciativos), debemos antes poder identificar los elementos que lo configuran en tanto discurso (rasgos retóricos) y los temas y tópicos de los que se ocupa (rasgos temáticos).

Vale la pena aclarar que no pretendemos quedarnos en el nivel de descripción semiótico inmanentista de un programa de TV. Lo que intentaremos es poder poner en relación el estilo de *6 7 8* con el impacto sociocultural que éste produce. En este sentido entendemos que el análisis acerca de los aspectos enunciativos en el programa apunta a poder dar cuenta como esto favorece un determinado reconocimiento por parte de la audiencia.

A lo largo de este trabajo nos resultará útil para dar cuenta de ciertas especificidades del discurso de *6 7 8* la comparación con el espacio Carta Abierta surgido en marzo de 2008. Se trata de un espacio de debate, producción y publicación de escritos integrado por personalidades provenientes de diversas áreas, tales como las artes, el periodismo, la ciencia, la política, pertenecientes a organismos de defensa de Derechos Humanos, entre otros. El objetivo fundacional de Carta Abierta fue la defensa del gobierno de Cristina Fernández en torno al conflicto con las patronales agropecuarias cuya presión amenazaba la estabilidad democrática.

Como se verá, encontraremos continuidades entre el *fenómeno Carta Abierta* y el *fenómeno 6 7 8*, tanto en su discurso y los temas de los que se ocupan, como en su objetivo de construir consenso en torno al gobierno Nacional. Muchos integrantes de Carta Abierta fueron convocados además a participar como invitados del panel de *6 7 8*. Buscaremos por lo tanto describir algunas de estas similitudes, así como también diferencias entre las distintas cartas publicadas por Carta Abierta y el programa *6 7 8*. Desde la utilización de otro tipo de lenguaje y soporte, hasta otra manera de enunciar.

Finalmente, en la última parte nos centraremos en un aspecto que consideramos fundamental en el fenómeno de identificación y construcción del colectivo *seisieteochista*: la producción discursiva de un enemigo común a un conjunto de fuerzas sociales. Se trata de la creación de un "exterior amenazante" **y** la construcción de un "nosotros" por medio de la división del espacio social en dos campos antagónicos.

Nos basaremos aquí principalmente en los planteos realizados por Carl Schmitt y retomados por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe en torno al papel que cumple la figura del antagonista en la fijación y articulación de las identidades sociales.

Como se verá, coincidiremos con estos autores en sostener que los límites que establecen las identidades en el espacio social no están nunca dados de antemano, las identidades deben ser permanentemente construidas y reconstruidas mediante el trazado de determinadas fronteras en su interior. La construcción identitaria de un "nosotros" implica la exclusión de un *otro* antagónico: "La sociedad se constituye en torno a sus límites, que son límites antagónicos" (Laclau y Mouffe, 1987:14)

Partiremos de asumir que *6 7 8* construye permanentemente la figura de Clarín y sus "aliados de derecha" como el polo antagonista de un "nosotros" integrado por diversos sectores sociales que constituirían el "auténtico pueblo argentino". En este sentido buscaremos dar cuenta de algunos momentos que permitan ilustrar como *6 7 8*, en tanto discurso, elabora un adversario común para un conjunto de agentes sociales.

3. Corpus.

El corpus construido para ser analizado en la segunda parte de este trabajo consiste en distintas emisiones del programa *6 7 8,* emitido por *LS 82 TV* Canal 7, con sede en la ciudad de Buenos Aires, entre los días 6 de junio de 2009 y el 31 de enero de 2011. El material audiovisual que integra este corpus puede ser consultado vía Internet en la mediateca de Canal 7: <www.**tvpublica**.com.ar> así como en <www.**youtube**.com>. La casi totalidad de los fragmentos de *6 7 8* a los que se hace referencia en el análisis se encuentran disponibles en DVD (como archivos de video digitalizado) en los Anexos 4 y 5 que acompañan este trabajo.

4. Consideraciones acerca de la identidad.

Dado que el tema que nos ocupa tiene que ver principalmente con la emergencia de *6 7 8* como un referente identitario, creemos pertinente dedicar algunas líneas a la cuestión de la identidad. Entenderemos aquí las identidades, tanto las individuales como las colectivas, como algo *abierto*, es decir no como esencias inmutables, sino como el producto de una articulación discursiva en un momento histórico concreto, "las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas" (Hall, 2003:20). No existiría según Hall un "yo colectivo" que se mantuviera idéntico a sí mismo a través del tiempo. "Precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas" (Hall, 2003:17). De esta manera, pensar las identidades sociales como construidas discursivamente es pensar que no existe un significado último y universal para definir cuestiones como "el pueblo" o "la nación", cuyo sentido solo puede ser parcialmente fijado. Ese "nosotros" producido discursivamente no será jamás definitivo y estará permanentemente disputando su lugar con otras posibles identidades, con otros posibles "nosotros" susceptibles de ser construidos.

Anteriormente planteamos que la identidad implicaría una construcción simbólica que se hace en relación a un referente (Ortiz, 1998: 51), el cual puede ser de diversa naturaleza. En este sentido, vale la pena aclarar que no todos los referentes poseen el mismo poder de imponerse como el nombre de un colectivo social en un determinado momento histórico. Es por eso que sostendremos aquí, que hablar de identidad implica necesariamente hablar de lucha y de política: imponer sentido es un acto político. Si la práctica discursiva permite cerrar el sentido, eso supone a la vez dejar otras posibles articulaciones de lado. Imponer sentido es por lo tanto un acto de poder.

Ernesto Laclau por su parte, coincide en afirmar el *carácter precario* de las identidades (Laclau y Mouffe, 1987). No hay para este autor nada en lo social que posea una esencia positiva, nada que signifique en sí mismo. La identidad de todo elemento en lo social es construida a partir de una articulación con otros elementos. Los nombres de las cosas solo estarían ligados a los elementos que designan de manera provisoria y

parcial. Lo que fija y constituye (siempre provisoriamente) la identidad es la práctica discursiva.

¿Y cómo es que en la articulación discursiva se fijan las identidades? El filósofo esloveno Slavoj Žižek avanza en este sentido con algunas afirmaciones en la misma línea de Laclau. Según sostiene este autor, el espacio ideológico estaría hecho de elementos sin ligar, "elementos flotantes cuya identidad estaría abierta, sobredeterminada por la articulación de los mismos en una cadena con otros elementos" (Žižek, 1992:125). Este conjunto de elementos flotantes se estructuraría en un campo unificado mediante la intervención de un punto nodal (Žižek, 1992: 125). El punto nodal es el punto "de acolchado" desarrollado por Lacan bajo el nombre de *point de capiton*, se trata de "ciertos significantes privilegiados que fijan el sentido de la cadena significante" (Laclau, 1987: 152).

La práctica discursiva es justamente un intento de "construcción de puntos nodales" (Laclau y Mouffe, 1987:152). La lucha ideológica, lucha por la hegemonía, estará dada tanto para Žižek como para Laclau por lograr imponer determinados puntos nodales, que constituyan un centro "acolchando" en un punto el sentido y, fijando las identidades en el terreno social.

Pongamos un ejemplo: en el espacio ideológico un significante como "inseguridad" se encontraría en principio en un estado de "flotación", en la medida en que su sentido va a variar según el determinado discurso en el que éste se encuentre. Si se acolcha, se fija desde "mano dura", -inseguridad- pasa a formar parte de una determinada cadena de equivalencias y se convierte en sinónimo de "falta de políticas represivas", "exceso de garantías constitucionales", "falta de policías en las calles" etc. Y esto es porque en principio no existe ninguna razón para que un significante sea asociado a un determinado significado. "Inseguridad" no es esencialmente sinónimo de "falta de policías", pero si lo es en el discurso de la "mano dura". La identidad de la "inseguridad" se construye por lo tanto en el discurso. Esto implica el enfoque antiesencialista que maneja Laclau, para quien "el sentido de toda identidad estaría sobredeterminado, en la medida de que toda literalidad aparece constitutivamente subvertida y desbordada". (Laclau y Mouffe, 1987:142).

Insistimos en hablar de identidades sociales "en general" justamente porque entendemos que no existe objeto o práctica social que no constituya su ser, no logre su unidad, su sentido en el discurso. *Y esto vale también para las identidades colectivas*, un conjunto de actores y fuerzas sociales particulares (por ej. representantes de pueblos

originarios, familiares de desaparecidos, jubilados, universitarios que buscan modificar la ley de radiodifusión, etc.) los cuales no tienen ninguna razón para vincularse, comienzan a ser representados *como un todo unificado* mediante un significante que parcialmente los engloba: comienzan a "identificarse" en su práctica ideológica con un nombre, una imagen, etc.

Estos distintos sujetos políticos se encontrarían en sí mismos en un estado de *flotación,* su identidad será definida (siempre provisoriamente) en función del punto nodal desde el cual se las acolche y la cadena de equivalencias que pasen a incluir. Según Laclau, el contenido particular de cada una de esas demandas contenidas por un significante particular como punto nodal hegemónico, está sobredeterminado. El mismo será modificado en función de cada cadena de demandas equivalentes en la que se articule. Žižek explica este punto en la teoría de Laclau de la siguiente manera: "Si acolchamos los significantes flotantes mediante *comunismo,* por ejemplo, *lucha de clases* confiere significación precisa y fija a todos los demás elementos: a *democracia* (la llamada democracia real como oposición a la democracia formal burguesa como forma legal de explotación) a *feminismo* (la explotación de las mujeres como resultado de la división del trabajo condicionada por las clases) a *ecologismo* (la destrucción de los recursos naturales como consecuencia lógica de la producción capitalista dirigida por la ganancia) y así sucesivamente (…) Lo que está en juego en la lucha ideológica es cual de los puntos nodales, *points de capiton,* totalizará, incluirá en su serie de equivalencias a esos elementos flotantes" (Žižek, 1992:126).

La fijación de una identidad colectiva implica entonces una determinada articulación de actores sociales bajo un nombre, un significante privilegiado que se impone como punto nodal y los engloba como una unidad. Es por esto que siguiendo a Laclau podemos sostener que la emergencia de "*6 7 8*" como punto nodal, como referente identitario en un momento histórico concreto, constituye todo un acto de construcción de hegemonía, un acto de articulación y fijación de un conjunto de luchas sociales y de determinados sujetos políticos como equivalentes. Como veremos más adelante, el actual fenómeno de "debilitamiento de los partidos políticos" puede entenderse justamente como una pérdida de hegemonía de los mismos, en tanto dejan de constituirse como referentes capaces de aglutinar un colectivo social. Mientras tanto, el mercado y los medios proveen hoy un conjunto de símbolos y productos que se imponen en forma privilegiada, fijando las identidades sociales desde otros puntos nodales.

Ahora bien, si aceptamos el carácter discursivo, precario y contingente de toda identidad social (Laclau y Mouffe, 1987) también afirmamos que "algo es porque no es otra cosa". Delimitar una identidad implica producir este *efecto de frontera*, "la identidad sólo puede construirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta, con lo que se ha denominado su *afuera constitutivo"* (Hall, 2003:18). Hay algo que tenemos que *dejar afuera* para que algo pueda tener sentido. La sociedad y sus límites se constituyen gracias a eso que se excluye. En el terreno de las identidades colectivas, la construcción, la delimitación de un "nosotros" implica necesariamente la construcción de "otro". No podemos existir sino es por medio de ese otro que a la vez que nos impide ser una identidad plena nos constituye (Laclau, 1987). La producción discursiva de este otro que amenaza-garantiza la existencia de una identidad social ha sido planteada por Laclau y Mouffe bajo el concepto de "antagonista", el "otro amenazante", que "funda los límites de lo social en la medida que sería lo que le impide a este colectivo social constituirse plenamente" (Laclau y Mouffe, 1987: 169).

Sobre el final de este trabajo nos ocuparemos del papel que cumple la figura de la empresa multimediática *Clarín* en este sentido. Sostendremos aquí que la producción discursiva de Clarín como antagonista-enemigo por parte de *6 7 8*, permite construir una cadena de fuerzas sociales opuestas y equivalentes que dan forma a un "nosotros seisieteochista".

5. Aclaraciones terminológicas.

Resulta importante aclarar desde un comienzo que al referirnos aquí a la manera en que *6 7 8* "construye" o "produce" un relato, un adversario, una manera de enunciar, etc. en modo alguno estamos afirmando que desde el programa "se mienta", "se fantasee" o nada que implique una acusación de falsedad. El contenido de "verdad" en las afirmaciones del programa es algo que a este trabajo no le incumbe, en tanto que sostendremos que las verdades y los sentidos son producidos discursivamente y su carácter es histórico y no ontológico. En todo caso sí nos ocuparemos del *los mecanismos* mediante los cuales *6 7 8* se vale para articular su discurso y producir determinadas verdades-sentidos-identidades.

Por otro lado, entendemos que la construcción discursiva de enemigos o adversarios por parte de *6 7 8* es un gesto inherente a toda práctica política. Carl Schmitt define la política básicamente a partir de "la posibilidad de reagrupar a los hombres en amigos y enemigos" (Schmitt, 1984: 33). En una crítica conservadora al pensamiento liberal Schmitt sostiene que es una falacia moderna reducir la política a un "Estado democrático potencialmente comprensivo de todos" (Schmitt, 1984: 19). La ausencia de adversidades bajo la pretensión de un consenso total, fijado de una vez y para siempre al interior de la sociedad, implicaría a la vez la clausura del sentido y la imposibilidad de establecer nuevas identidades. Esto conllevaría a la desaparición de la política misma: "si desapareciese hasta la distinción amigo enemigo incluso como mera eventualidad entonces existiría solamente una concepción de mundo, una cultura, una civilización, una economía, una moral, un derecho, un arte, un esparcimiento, etcétera, no contaminados por la política, pero no habría ya ni política ni estado" (Schmitt, 1984: 50). De esta manera, el gesto político de definir un oponente, de realizar exclusiones, de trazar fronteras, resultaría indispensable para establecer determinadas identidades.

En este punto Laclau coincidiría con Schmitt, al afirmar la construcción de un "nosotros" por medio de la división del espacio social en dos campos antagónicos no tiene nada que ver con un contenido específico con el que identificarse, sino más bien con una "forma" de construcción de lo político. Como expondremos al final de este trabajo la producción de un "exterior amenazante" sería condición necesaria de cualquier acción política, "la política sin fronteras sería imposible (…) esto significaría que la política ya no se estructuraría más en torno a la división social y que los

problemas políticos habrían pasado a ser meramente técnicos" (Laclau y Mouffe, 1987: 14).

Por otra parte, debemos precisar el sentido con el que usaremos el concepto de "posmodernidad". Esta noción es controvertida y extremadamente amplia ya que suele ser usada para explicar gran cantidad de mutaciones en el terreno estético, político, científico, cultural y social que han tenido lugar desde finales del siglo XX. Al hablar en la primera parte de *posmodernidad* estaremos refiriéndonos específicamente a un escenario sociocultural actual caracterizado por el debilitamiento (no necesariamente la desaparición) de un conjunto de *certezas* modernas. La denominada "crisis de los metarrelatos" (Lyotard, 1993: 9), crisis de los grandes postulados ilustrados de progreso, universalidad, igualdad, que tiene entre sus consecuencias la pérdida del contexto metadiscursivo, el marco referencial que sostenía las identidades típicamente modernas, dando lugar a la aparición de otras nuevas.

Finalmente conviene dejar claro que al ubicar en la segunda parte de este trabajo a *6 7 8* "entre la pedagogía y la complicidad" estaremos haciendo referencia exclusivamente a aspectos enunciativos del programa. Se trata del análisis de un tipo de vínculo construido entre el programa (como un todo) y su audiencia. La denominación excluye por lo tanto cualquier intento de valoración ya sea en términos positivos o negativos. "pedagógico" y "cómplice" son categorías analíticas desarrolladas por Eliseo Verón para dar cuenta de tipos de *Contrato de lectura*, entendido éste como un determinado *nexo* que el texto mediático establece con sus destinatarios (Verón, 1985:3).

PARTE I

Elementos externos

6. Contexto de emergencia del programa.

6.1. La escena nacional y sus actores.

El programa *6 7 8* aparece por primera vez en la pantalla de Canal 7 el día 9 de marzo de 2009 en un contexto de confrontación entre dos actores sociales importantes: el *Gobierno* de Cristina Fernández y el *Grupo Clarín*[5], quienes ya habían comenzado a distanciarse en torno al conflicto por las retenciones al agro en 2008. La demarcación y el sostenimiento de esta polaridad resultará central en *6 7 8* y atravesará desde un comienzo la agenda del programa.

El posicionamiento de *6 7 8* en favor del gobierno nacional debe ser entendido en el contexto específico de emergencia del programa. Resulta por lo tanto imposible comprender el escenario político y social de la Argentina, en el cual *6 7 8* entra en escena, sin realizar antes una caracterización de ciertos aspectos generales del kirchnerismo, entendido como una corriente política particular surgida en 2003.

Néstor Kirchner asume la presidencia de la Nación el 25 de mayo de 2003 luego de un período de crisis económica y social que atravesó el país durante los años 2001 y 2002. A comienzos de 2003 la deuda externa argentina se encontraba en default, la

[5] El Grupo Clarín está constituido por un conjunto de medios gráficos y audiovisuales, junto con empresas productoras de contenidos para cine y televisión y de distribución de televisión por cable e Internet. Este multimedios conformado oficialmente como sociedad anónima en 1999 puede considerarse un ícono de la concentración mediática en el país. Se trata, según describen Stella Martini y Lila Luchessi, del "conglomerado más grande de la Argentina, de capitales mayoritariamente nacionales (82 por ciento de acciones de personas individuales y 18 por ciento del Grupo Goldman Sachs). Incluye los diarios Clarín, el deportivo Olé y el 75 por ciento del diario gratuito La Razón; Revistas Elle, entre otras; radios, Mitre, FM 100, FM Gen; televisión, Canal 13, TN, señal Volver, canal 7 (Bahía Blanca) y el 85,2 por ciento de canal 12 (Córdoba), entre otros; participación en la producción televisiva y cinematográfica, el 30 por ciento de Pol-Ka, el 30 por ciento de Patagonik Film Group S.A.; en agencias de noticias, DyN;" (Luchessi y Martini, 2004: 87). A esto se agrega la compra en 2006 de las empresas Fibertel y Cablevisión, proveedoras de Internet y televisión por cable. Entre Los principales accionistas del Grupo Clarín se destacan Ernestina Herrera de Noble, Héctor Magnetto, José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro.

desocupación era del 20,4 por ciento [6] y el 54 por ciento de las personas en el país se encontraban bajo la línea de pobreza.[7]

En primer lugar podríamos afirmar que el kirchnerismo implicó un intento por recuperar el protagonismo del Estado, cuyo accionar había sido limitado por el gobierno neoliberal durante los años ´90. Según sostiene Maristella Svampa: "el gobierno de Kirchner se instaló rápidamente en un espacio de crítica al neoliberalismo, que había sido la nota común de las grandes movilizaciones de 2002 (…) Este cambio de clima ideológico, se expresaría en la retórica antineoliberal que Kirchner asumiría desde mediados del año 2003 y que tendrían como blanco favorito ciertos agentes económicos nacionales o las empresas privatizadas en manos de consorcios multinacionales" (Svampa, 2007: 2)

La oposición al neoliberalismo por parte del presidente Néstor Kirchner se combinó con un discurso con rasgos latinoamericanistas y de fortalecimiento de lazos regionales. Esto último fue concretado en algunas medidas como el rechazo del ALCA[8] y la acentuación de políticas de integración regional mediante el MERCOSUR[9]. Esta cuestión será complementada a partir de 2008, con la participación de Argentina en la UNASUR[10] (Organismo para el cual el propio Kirchner asumirá el cargo de Secretario General desde mayo de 2010 hasta su fallecimiento en octubre de ese año).

Las estrategias de desendeudamiento constituyeron otro rasgo que permite contrastar las políticas implementadas por este gobierno con las que se habían llevado a cabo durante los años noventa en el país. A comienzos de 2005 se presentó ante el Congreso de la Nación un plan para salir del default, canjeando parte de la deuda en manos de tenedores privados de bonos (con suspensión del pago de los intereses). La propuesta tuvo un 76,1 por ciento de aceptación. En enero de 2006 se canceló por

[6] Fuente: INDEC. Encuesta Permanente de Hogares. Tasa de actividad, empleo, desocupación y subocupación por regiones y aglomerados urbanos desde el primer trimestre de 2003 en adelante

[7] Fuente: INDEC. Porcentaje de hogares y personas bajo las líneas de pobreza e indigencia en los aglomerados urbanos y regiones estadísticas desde el primer semestre 2003 en adelante. Total aglomerados urbanos.

[8] Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), fue el nombre que adoptó el proyecto de ampliación del Tratado de Libre comercio de America del Norte (EE.UU., Canadá y México) hacia distintos países del continente americano. En el año 2005 se llevó a cabo una cumbre en la ciudad argentina de Mar del Plata donde el ALCA fue conjuntamente rechazado por varios mandatarios de Sudamérica.

[9] Mercado Común del Sur. Es un acuerdo sub.- regional que establece un mercado común entre los países de Argentina, Uruguay, Brasil y Paraguay.

[10] La Unión de Naciones Suramericanas. Es un organismo intergubernamental de ámbito regional, que integra a doce repúblicas de Sudamérica.

adelantado y en un solo pago la deuda contraída con el Fondo Monetario Internacional. Los 9.810 millones de dólares equivalentes al monto adeudado fueron tomados de las reservas del Banco Central.

El kirchnerismo implicó un intento por recuperar el papel interventor - regulador del Estado. Junto con políticas tendientes a aumentar el consumo mediante la generación de empleo se implementaron políticas de aumento salarial. En 2003 la capacidad de compra de los salarios se encontraba disminuida debido al impacto provocado por salida de la convertibilidad[11] y posterior inflación. En este sentido se elevó desde el gobierno el piso del salario mínimo que permanecía congelado desde el año 1993. Según detallan los informes del Ministerio de Trabajo de la Nación el Salario Mínimo Real se incrementa un 19,3 por ciento entre diciembre de 2001 y enero de 2004[12].

Algunos balances realizados por el Centro de Estudios para la Producción del Ministerio de Industria sostienen que el modelo de crecimiento económico durante los años 2003 y 2007 estuvo basado en la intervención del Estado para mantener un tipo de cambio real competitivo a favor de las exportaciones. Esto fue combinado con políticas de desarrollo para el sector industrial, el cual había sido desprotegido y desfinanciado durante los años de gobierno menemista.[13] Como resultado del conjunto de políticas kirchneristas en el plano económico se verificó entre 2003 y 2007 un importante crecimiento sostenido, a una tasa promedio del 8,8 por ciento anual[14]. Esto fue acompañado con un aumento del empleo y reducción del nivel de pobreza.

Al concluir el mandato de Néstor Kirchner, a fines de 2007, la cifra de desocupados en el país había decrecido en relación al año 2003 de 20,4 por ciento a 7,5

---

[11] El Plan de Convertibilidad en Argentina fue implementado en el año 1991 a partir de la sanción de la Ley 23.928, que establecía la equivalencia entre 10.000 australes y 1 dólar, fijando un tipo de cambio que más tarde será de "un peso igual a un dólar". La norma estuvo en vigencia por 11 años hasta su abandono en 2002 durante la presidencia de Eduardo Duhalde.

[12] Fuente: Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social - Subsecretaría de Programación Técnica y Estudios Laborales - "Salario Mínimo Vital y Móvil, informe enero 2004". Disponible en Internet en: <http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/bel/descargas/documentos/200401_smvm.pdf>

[13] Secretaría de Industria y Comercio, Centro de Estudios para la Producción. "La inversión en las PYMES Industriales argentinas en el período 2003 – 2007". Disponible en <http://www.cep.gov.ar/descargas_new/panorama_sector_industria/estudios_del_sec_ind/2009/nota_pymes_industriales.pdf>

[14] Cifras expresadas en el "Informe Económico 2007" publicado por el "Ministerio de Economía y Finanzas Publicas" de La Nación. Disponible en Internet en: <http://www.mecon.gov.ar/peconomica/informe/informe62/introduccion.pdf>

por ciento[15] y la cantidad de personas bajo la línea de pobreza había disminuido de 54 por ciento a 20,6 por ciento.[16]

Otro rasgo característico de la gestión de Kirchner estuvo dado por una política de promoción de los Derechos Humanos. Desde el Gobierno se impulsó el enjuiciamiento de responsables de la represión durante la última dictadura militar que tuvo lugar en la Argentina ente los años 1976 y 1983. Para esto se promovió la anulación de las leyes de Obediencia Debida y Punto Final sancionadas durante el gobierno de Raúl Alfonsín en los años 1986 y 1987. Estas disposiciones impedían llevar adelante cualquier tipo de acción legal contra miembros de las Fuerzas Armadas por los delitos cometidos durante el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional. La ley 25.779 sancionada en agosto de 2003 declaró la nulidad de esas dos leyes y permitió la reapertura de cientos de causas judiciales contra militares involucrados en la represión. El 24 de marzo de 2004 el gobierno nacional, junto con el gobierno de la ciudad de Buenos Aires, acordaron la inauguración del Espacio para la Memoria y para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos en el predio de la Escuela Superior de Mecánica de la Armada. Este sitio había funcionado como centro clandestino de detención durante la última dictadura militar.

Néstor Kirchner será sucedido en su cargo de presidente por su esposa Cristina Fernández el 10 de diciembre de 2007, luego del triunfo que ésta obtuviera las elecciones llevadas a cabo en octubre de ese año como candidata del Frente Para la Victoria. Si Néstor Kirchner había asumido en 2003 con apenas el 22,0 por ciento de los votos, en las elecciones de 2007 Cristina Fernández se impondrá en primera vuelta obteniendo el 45,29 por ciento del total de sufragios. Esto la convertirá en la primera mujer electa presidente en la historia de la Argentina.

Pueden trazarse algunas continuidades entre la gestión de Cristina Fernández y aquella llevada a cabo anteriormente por su esposo. Durante el gobierno de Fernández, se siguieron estableciendo acuerdos regionales y los Derechos Humanos se mantuvieron como uno de los ejes de gobierno. A la vez continuaron impulsándose una serie de políticas que promovían la intervención del Estado en economía y que en materia social lo colocaban en un rol de "garante de derechos". Entre estas medidas se destacará, por

[15] Fuente: INDEC. Encuesta Permanente de Hogares. "Tasa de actividad, empleo, desocupación y subocupación por regiones y aglomerados urbanos desde el primer trimestre de 2003 en adelante".

[16] Fuente: INDEC. "Porcentaje de hogares y personas bajo las líneas de pobreza e indigencia en los aglomerados urbanos y regiones estadísticas desde el primer semestre 2003 en adelante". Total aglomerados urbanos.

ejemplo, la Asignación Universal por Hijo[17] y la reestatización del sistema previsional.[18]

El 11 de marzo de 2008, luego de un incremento del precio internacional de los granos de un 75 por ciento promedio en tres meses, el entonces ministro de Economía, Martín Lousteau, anunció un nuevo esquema de retenciones a las exportaciones. La medida, conocida como la Resolución 125, establecía retenciones de hasta un 44 por ciento para la soja. Esto provocó una fuerte alarma en las cuatro entidades que nucleaban a los productores agro-ganaderos. El conflicto entre el "gobierno y el campo", nombre con el que se instaló mediáticamente, se extendió durante 129 días. El 17 de junio, luego de que las patronales agropecuarias llevaran adelante diversos paros y cortes de ruta, la presidenta Cristina Fernández envió al Congreso Nacional un proyecto para debatir las retenciones móviles. Finalmente el 18 de julio la medida fue rechazada por el Senado en una votación que debió ser desempatada por el vicepresidente de la Nación, Julio Cobos, quien votó en contra.

El conflicto en torno a la medida 125 produjo una gran convulsión en el país. Más de cuatro meses de *lockout* agrario desestabilizaron la imagen de la presidenta y la propia institucionalidad.

[17] Seguro social creado por decreto en octubre de 2009 y que beneficia a todos los menores de 18 años cuyos padres estén desocupados o trabajen informalmente ganando menos del salario mínimo, vital y móvil.

[18] En noviembre de 2008 el Congreso de la Nación aprobó un proyecto del Poder Ejecutivo que implicaba el fin de las AFJP, un sistema privado de jubilaciones y pensiones que había sido implementado en la década del noventa. La vuelta al sistema de reparto estatal se sumó a un conjunto de medidas llevadas a cabo desde 2005 para ampliar la cobertura del sistema previsional. En el período 2005-2009, alrededor de 2.4 millones de personas pudieron acceder a la jubilación por medio de la "moratoria previsional", un sistema que incorpora a todas las personas que no habían cumplido con los aportes requeridos permitiéndoles recibir ingresos y a la vez saldar su deuda.

6.2. Los medios, toda una cuestión.

Oszlak y O'Donnell definen *cuestión* como los asuntos (necesidades y demandas) que son socialmente problematizados en un momento histórico concreto (Oszlak y O'Donnell, 1984: 18). En una sociedad no todos los temas tienen la misma capacidad de imponerse en forma privilegiada. En este sentido entendemos que desde mediados del año 2008 en Argentina, los medios y su regulación se convertirán en una cuestión en torno a la cual distintos actores sociales afectados tomarán posición.

En un contexto de fuerte tensión respecto a "la cuestión del campo" comenzará el enfrentamiento entre el multimedios Clarín y el gobierno de Cristina Fernández. Las críticas realizadas a Clarín por parte de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA respecto a la cobertura periodística del paro agropecuario hicieron eco en el gobierno nacional.[19] El 4 de abril la presidente se reunió con las autoridades de dicha facultad con la propuesta de convocar al conjunto de facultades de ciencias sociales de universidades nacionales a sumarse a las tareas llevadas adelante por el Observatorio sobre la Discriminación en Radio y Televisión. Esta entidad se había conformado en el año 2005 y funcionaba mediante un trabajo conjunto de distintos organismos (INADI[20], el Consejo de la Mujer y el COMFER[21]) con el objetivo de "Ejercer un seguimiento y análisis sobre el formato y los contenidos de las emisiones de radio y televisión que pudieran incluir cualquier tipo y/o forma de discriminación".[22]

En Marzo de 2008 surge el Espacio Carta Abierta "en defensa del gobierno democrático amenazado por el conflicto suscitado por las patronales agropecuarias"[23]. A pesar de esto, sus integrantes (principalmente intelectuales y artistas), definen al proyecto como "no partidario". Desde Carta Abierta se sostuvo la existencia de un

[19] El 1 de abril de 2008 el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA emitió una declaración en referencia a la cobertura mediática del "Conflicto del campo". En la misma se advertía acerca de "expresiones discriminatorias" en contra del gobierno nacional, junto con un tratamiento sesgado de la información a favor de los sectores ruralistas, y reclamando que el Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión tuviera más actividad.

[20] Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo.

[21] Comité Federal de Radiodifusión.

[22] Cita textual de los objetivos del Observatorio sobre la Discriminación en Radio y Televisión explicitados en el sitio oficial del organismo: <www.obserdiscriminacion.gov.ar>.

[23] Cita textual de los objetivos de Carta Abierta explicitados en su sitio oficial: <www.cartaabierta.org.ar>.

"*clima destituyente*", junto con una crítica a los grandes medios de comunicación por la difusión de mensajes de intolerancia contra las instituciones democráticas:

> *Un clima destituyente se ha instalado, que ha sido considerado con la categoría de golpismo. No, quizás, en el sentido más clásico del aliento a alguna forma más o menos violenta de interrupción del orden institucional. Pero no hay duda de que muchos de los argumentos que se oyeron en estas semanas tienen parecidos ostensibles con los que en el pasado justificaron ese tipo de intervenciones, y sobre todo un muy reconocible desprecio por la legitimidad gubernamental (…) En la actual confrontación alrededor de la política de retenciones jugaron y juegan un papel fundamental los medios masivos de comunicación más concentrados, tanto audiovisuales como gráficos, de altísimos alcances de audiencia, que estructuran diariamente «la realidad» de los hechos, que generan «el sentido» y las interpretaciones y definen «la verdad» sobre actores sociales y políticos desde variables interesadas que exceden la pura búsqueda de impacto y el rating. Medios que gestan la distorsión de lo que ocurre, difunden el prejuicio y el racismo más silvestre y espontáneo, sin la responsabilidad por explicar, por informar adecuadamente ni por reflexionar con ponderación las mismas circunstancias conflictivas y críticas sobre las que operan. Esta práctica de auténtica barbarie política diaria, de desinformación y discriminación, consiste en la gestación permanente de mensajes conformadores de una conciencia colectiva reactiva. Privatizan las conciencias con un sentido común ciego, iletrado, impresionista, inmediatista, parcial. Alimentan una opinión pública de perfil antipolítica, desacreditadora de un Estado democráticamente interventor en la lucha de intereses sociales".*[24]

En el momento de aparición del programa *6 7 8,* a comienzos de 2009, el gobierno de la presidenta Cristina Fernández se encontraba debilitado en relación a los años anteriores. En ese escenario "los medios", acusados de funcionar como "agentes desestabilizadores", se convirtieron en un blanco predilecto de críticas para distintos sectores afines al gobierno nacional. La idea de *"medios destituyentes"* sostenida desde

[24] Fragmento de Carta Abierta/1. disponible en Internet en : <www.cartaabierta.org.ar>

Carta Abierta se convertirá en un tópico recurrente en el discurso de *6 7 8*. En este sentido podemos establecer que existe una profunda continuidad entre estos dos espacios.

En este contexto la política comunicacional pasará a ubicarse en un primer plano entre las acciones del gobierno de Cristina Fernández. A lo largo del año 2009 los viejos reclamos llevados adelante por distintos actores para que se derogara la ley de radiodifusión sancionada por la última dictadura militar comenzaron a formar parte de la agenda del gobierno nacional. Esto puede ser entendido como un verdadero giro por parte del kirchnerismo en lo que respecta a la regulación de la comunicación en favor de la desconcentración mediática. Especialmente si se tiene en cuenta que en mayo de 2005, mediante el sorpresivo decreto 527/05, el propio Néstor Kirchner se había encargado de prorrogar por 10 años el vencimiento de las licencias otorgadas a empresas de radiodifusión. La renovación de los plazos para la caducidad de estas licencias extendía los establecidos por la Ley de Radiodifusión 22.285. Esta ley sancionada en 1980 y modificada por sucesivos decretos durante el gobierno Carlos Menem había permitido a los propietarios del diario Clarín acceder a numerosas licencias de radio y TV, hasta el punto de constituir un conglomerado de medios. En este sentido la nueva ley de Servicios Audiovisuales propuesta implicaba una limitación al número de licencias para el mismo propietario. Los principales actores afectados por esta modificación eran por lo tanto los grandes dueños de medios masivos de comunicación: el Grupo Clarín, el Grupo Telefónica y el Grupo Vila, quienes realizaron una gran campaña en contra de esta nueva regulación.

Según relata Mariana Baranchuk, el gobierno de Cristina Fernández dio lugar a las demandas de quienes buscaban contar con una ley de servicios comunicacionales de la democracia, designando al licenciado Gabriel Mariotto como nuevo interventor del COMFER y como coordinador de la tarea de los expertos que junto a él elaborarían la propuesta de ley. El 27 de agosto la presidenta envió al Parlamento Nacional el Proyecto de la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Finalmente la nueva reglamentación fue aprobada por el Congreso Nacional el día 10 de octubre de 2009, aunque su aplicación resultó obstaculizada por distintos fallos judiciales.

La pelea por la regulación de la comunicación dividirá las aguas de la escena política nacional. En medio de este conflicto *6 7 8* se convertirá en un espacio donde se apoyará incondicionalmente la sanción de la nueva ley, convirtiéndose al Grupo Clarín en el adversario mediático principal. Como veremos en la segunda parte de este trabajo,

la disputa por la Ley de Medios sostenida por *6 7 8* se convertirá en el "punto nodal" que permitirá condensar un conjunto de demandas y actores sociales, convirtiendo a Clarín en el oponente por excelencia y dividiendo el campo social entre los que están "a favor o en contra del Monopolio".

7. Viejos y nuevos referentes.

7.1. Construcciones identitarias modernas.

Retomemos la pregunta que nos formulamos en la introducción ¿Cómo es que un producto televisivo logra aglutinar fuerzas sociales que no son capaces de agruparse desde otros espacios como en la militancia partidaria o la lucha sindical? La emergencia de *6 7 8* como referente identitario debe ser entendida en un contexto sociocultural amplio en el cual han perdido fuerza ciertos marcos referenciales modernos y en donde surgen nuevos modos de sociabilidad y maneras de ejercer la ciudadanía.

Nicolás Casullo caracteriza la modernidad como la puesta en marcha del proyecto de la Ilustración, un "proceso de racionalización del mundo con base científico técnica, el cual deja atrás las explicaciones en términos religiosos, mágicos, milagrosos y sagrados" (Casullo, 2006: 204). De esta manera, es por medio de la racionalización que la modernidad fija sus objetivos y verifica su propio origen y su propia marcha en la historia. Se postula así la gran utopía del progreso social ilimitado, de un destino cada vez más beneficioso.

Si asumimos lo que plantea Stuart Hall, acerca de la identidad en tanto "puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas" (Hall, 2003: 20), podemos afirmar que la modernidad, por medio de sus grandes discursividades, de racionalidad, universalidad, libertad y progreso, construyó y legitimó determinados sujetos y determinadas maneras de agruparlos colectivamente en torno a la nación, el Estado, la clase y el partido político.

Centrémonos en primer lugar en la existencia de una identidad de carácter *nacional*. La idea de una comunidad de ciudadanos de una nación, que comparten al interior de un territorio un conjunto de características estables es una construcción netamente moderna, "la nación se realiza históricamente a través de La Modernidad" (Ortiz, 1998: 56). Bajo el ideal universalizador - homogeneizador moderno un conjunto de particularidades e identidades ligadas a lo local y lo regional pasan a estar contenidas o integradas en el referente nacional que las incluye. "La idea de nación implica que los individuos dejen de considerar a sus regiones como base territorial de sus acciones. Presupone el desdoblamiento del horizonte geográfico, apartando a las personas de sus localidades para recuperarlas como ciudadanos" (Ortiz, 1998: 56).

Las identidades nacionales modernas se construyeron así como esencias inmutables a partir del establecimiento de una única lengua y de la difusión universal de determinados rituales y símbolos, que constituyeron el "cimiento de una nueva solidaridad" (Ortiz, 1998: 54) entre todos los habitantes de un país. A partir del siglo XIX los Estados nacionales desempeñaron un importante papel en producir lazo social promoviendo lo que Ignacio Lewkowicz denomina un "discurso historiador" (Lewkowicz, 2004: 28), una narrativa histórica que proporciona un pasado común a todos los integrantes de un territorio. Según describe este autor en la Argentina, a partir de 1890 aproximadamente, el estado realizó importantes esfuerzos por instalar colectivamente grandes celebraciones y fiestas patrias, a la vez que se impulsó la construcción de un conjunto de referentes materiales como monumentos y museos que daban cuenta de un pasado nacional común. A su vez la institución escolar se constituyó como un agente privilegiado en la socialización de los individuos como miembros de una nación: "las escuelas fueron, a través de la ritualización de las celebraciones escolares y la enseñanza de la historia, instrumentos centrales en la producción de una identidad nacional, es decir de ciudadanía" (Lewkowicz, 2004: 28 y 29). La construcción de Estados modernos trae así aparejada la promoción de la nación como un referente identitario privilegiado. La identidad nacional en la modernidad se afirma como hegemónica, mientras que un conjunto de otras identidades posibles pasan a estar "contenidas por este referente totalizador" (Ortiz ,1998: 60).

Las grandes discursividades modernas habilitan la existencia de sujetos *ciudadanos y trabajadores*. La racionalización en el plano social da lugar a la despersonalización de los individuos que "enajenan su identidad que provenía de viejas tradiciones y comienzan a ser incorporados a estructuras cada vez más abstractas, más homogéneas y al mismo tiempo más universales: la fábrica y el Estado" (Forster, 2006: 150). El Estado-nación moderno por medio de sus instituciones y a partir de las premisas de igualdad y universalidad se encarga de producir al ciudadano, un tipo subjetivo constituido por medio de instituciones disciplinarias resultante del principio jurídico de igualdad ante la ley: "la subjetividad ciudadana se organiza por la suposición de que la ley es la misma para todos" (Lewkowicz, 2004: 20 y 21).

Junto con la consolidación del capitalismo industrial emergieron también las identidades *de clase* y los *sujetos obreros*, encargados de llevar adelante la revolución y protagonizar el cambio social. Los discursos que sostienen la lucha de clases, la lucha del trabajador, encuentran su matriz en la moderna idea de progreso, la idea de una

historia que avanza racional y gradualmente hacía un destino de emancipación. De esta manera "La lucha entre el burgués y el proletario, entre el liberalismo y el marxismo, entre las posiciones de derecha y las posiciones socialistas, tuvieron este denominador común de racionalización" (Casullo, 2006: 205).

Por otra parte, los partidos políticos de masas y *las identidades partidarias* constituyen también un fenómeno típicamente moderno. "Si no existiera la intermediación de los partidos, la explosión de participación se traduciría inevitablemente en ingobernabilidad (…) de ahí que si el rasgo distintivo de la política moderna es la participación de amplios sectores de la población, el instrumento de la modernidad política por excelencia es el partido de masas" (Crespo, 2000: 149).

En suma, los grandes relatos modernos de progreso, universalidad, igualdad, libertad, democracia, proporcionaron el marco discursivo para la existencia de sujetos ciudadanos de un Estado, sujetos de una Nación, sujetos miembros de una clase y sujetos pertenecientes a un determinado partido político. En el escenario global actual estos sujetos y estas grupalidades se encontrarían en crisis.

7.2. Posmodernidad y crisis de identidad.

A partir de los planteos de Jean François Lyotard diversos autores concuerdan en caracterizar el actual estado de la cultura como un momento de crisis producto de la "incredulidad respecto a los metarrelatos" (Lyotard, 1993: 9). Esto implica que los grandes paradigmas de la Modernidad, mediante los cuales los hombres dotaban de sentido el mundo y su historia, se habrían fragmentado. Parte de las consecuencias de la llamada *crisis posmoderna* puede entenderse como una *crisis de interpelación*, y en este sentido una pérdida de eficacia de los discursos modernos para producir determinadas identidades, determinadas subjetividades.

En primer lugar, se produce un desdibujamiento de las identidades construidas en forma esencial al interior de un territorio. En el proceso de globalización las identidades nacionales instaladas por el proyecto moderno perderían fuerza. Se volvería cada vez más difícil afirmar que las fronteras estatales son capaces de contener el "Ser Nacional". En el actual escenario globalizado, el mercado, las transnacionales y los mass-media serían agencias que actuarían a nivel mundial y que favorecerían la

elaboración de identidades desterritorializadas (Ortiz 1998: 63). Entre las generaciones más jóvenes se aprecia con claridad el surgimiento de nuevas comunidades, nuevas identidades constituidas más allá de los límites de los Estados nacionales, ligadas al consumo de determinada música, ropa, etc. La identidad "skater", por ejemplo, se construye en distintos países a partir el uso de skates y patinetas, la escucha de música punk y hardcore, las zapatillas marca Vans, etc., que constituyen referencias desterritorializadas.

Entre las grandes consecuencias producidas por el debilitamiento de las grandes metadiscursividades modernas se encontraría "la crisis de los sujetos sociales históricos" (Casullo, 2006: 197), lo cual traería aparejado un borramiento de las identidades de clase. Desde la perspectiva de Laclau podría afirmarse que la lucha de clases habría perdido parte de su hegemonía, dejando de constituir un punto nodal capaz de articular y dar sentido a un conjunto de otras demandas sociales. Lo que tradicionalmente legitimó la creación de lazos sociales en términos de *clases* es justamente la idea moderna de avanzar hacia la superación de la condición proletaria. En el escenario posmoderno "la cultura política se vuelve errática: desde que se desvanecieron los relatos emancipadores que veían las acciones presentes como parte de una historia y búsqueda de un futuro renovador" (Canclini, 1995: 17). En este sentido, mientras que la clase pierde fuerza como referente identitario privilegiado surgen una multiplicidad de nuevas luchas y nuevas fuentes de identificación: la sexualidad, el género, la etnia (Tadeu da Silva, 1998: 29).

Ligado a esto se produciría una crisis de las formas burguesas de la política, un debilitamiento de las formas tradicionales de representación. En la actualidad los partidos políticos tradicionales habrían perdido buena parte de su poder de persuasión y su capacidad de diferenciarse y distinguirse. La llamada *crisis de la política* tendría que ver con un "vaciado de densidad simbólica de los partidos, que remite a su pérdida de capacidad de aglutinar la nación, a su incapacidad de construir comunidad" (Barbero 2000: 106). En las sociedades occidentales los partidos ya no serían los principales organizadores de la vida política y aunque "continúan siendo un componente ineludible de la misma, puesto que son vehículos de la competencia electoral, no son más, o están dejando de ser la expresión de pertenencias ciudadanas permanentes, de identidades políticas" (Cheresky, 2003: 12). Esto no significaría que los partidos sean ignorados o considerados superfluos para la democracia, sino que lo que ocurriría sería más bien un

debilitamiento de las viejas identidades partidarias: “Los partidos ya no son los de antes, en el sentido que no concitan lazos identitarios y masivos” (Cheresky, 2003: 13).

En suma, estaríamos asistiendo a un debilitamiento de las identidades colectivas modernas. Los referentes identitarios clásicos pierden buena parte de la hegemonía con la que contaban al perder el suelo metadiscursivo en que se asentaban. Grandes relatos, como el de la ciencia o el marxista, que buscaban dar cuenta en modo universal del funcionamiento del mundo junto con una explicación del pasado y del futuro al cual se avanzaba, han tenido que aceptar posiciones más humildes y asumir sus postulados como construcciones históricas y contingentes. Las pretenciones modernas de comprender objetivamente la sociedad y de agruparla colectivamente en términos racionales y universales, de una vez y para siempre hoy no se sostienen. De esta manera, frente a la pérdida de fuerza de las grandes certezas modernas emergerían una serie de narrativas parciales. Nuevos saberes, sentidos, sujetos e identidades le disputan su hegemonía a las explicaciones consagradas acerca de cómo debemos comprender el mundo. La posmodernidad implicaría “un carácter polisémico, parcial en valores hablas y sentidos” (…) en el que lo bueno y lo malo se confunden” (Casullo, 2006: 210).

Ahora bien, frente a la pérdida de centros precisos, producto del derrumbamiento de los grandes relatos modernos cabe preguntarse: ¿Se cae en un total relativismo? Si ya no contamos con recetas objetivas y los conceptos universales con los cuales ordenar la sociedad ¿Se produce un caos de irracionalidad en el cual no hay diferenciación ni sentido alguno? Entendemos que esto no ocurre así. Si las rígidas identidades modernas hoy han “estallado en mil pedazos” esto no impide que al interior de cada sociedad las personas continúen agrupándose, distinguiéndose y definiéndose a sí mismas. La cuestión a tener en cuenta es cuáles son los nuevos elementos que permiten seguir generando comunidad, orden y diferencia. Según García Canclini “ninguna sociedad ni ningún grupo soportan demasiado la irrupción errática de los deseos, ni la consiguiente incertidumbre de significados. Dicho de otro modo, necesitamos estructuras en las que se piense y ordene aquello que deseamos” (Canclini, 1995: 46). Según afirma este autor gran parte de los sentidos compartidos necesarios para ordenar la sociedad en la actualidad se generan y se sostienen a partir de los significados de los bienes que consumimos. Esto habilita a Canclini a sostener el actual surgimiento de una ciudadanía *cultural*, constituida no a partir de la posesión de derechos abstractos ejercidos en el marco del Estado, sino mediante las “prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes

formas de organizarse y satisfacer sus necesidades" (Canclini, 1995: 19). En la misma línea que Canclini, Jesús Martín Barbero habla de una "reconfiguración de la ciudadanía" para describir a ese ciudadano actual que ya no se identifica tan fuertemente con las interpelaciones modernas. Frente a esto aparecerían "nuevas maneras de estar juntos, cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales" (Barbero: 2000: 107).

En este contexto el mercado y los medios pasan a cumplir un papel protagónico en tanto nuevos agentes socializadores, ocupando buena parte de este rol tradicionalmente asumido por la escuela y el Estado. En torno a las prácticas de consumo los sujetos sociales encontrarían posibilidad de continuar distinguiéndose y diferenciándose en un escenario sociocultural posmoderno donde los marcos referenciales clásicos han perdido fuerza. Los productos del mercado pasarían así a constituir nuevos e importantes referentes de identificación. De eso nos ocuparemos a continuación.

8. “678 fan”.

8.1. La identidad en el consumo.

Sostendremos aquí que para avanzar en la comprensión del fenómeno *seisieteochista* resulta útil referirnos brevemente al importante papel social y cultural que cumplen actualmente los actos de consumo en tanto instancias de afirmación de la propia identidad. Al seleccionar y apropiarnos de los bienes estaríamos también definiendo aquello que consideramos valioso y que por lo tanto nos permitiría integrarnos y distinguirnos al interior de la sociedad (Canclini, 1995:19).

El mercado no es solo un gran *monstruo* que todo lo vende, es también una gran máquina de ordenar sentidos. El mercado propone valores junto con sus productos, propone deseos, expectativas, ideales de éxito, de belleza, modelos de identificación. Los objetos poseen un valor simbólico además de su valor de uso. En esta línea es que especialista en estudios sobre cultura, Néstor García Canclini, nos propone que “los bienes sirven para jerarquizar los actos y configurar su sentido (…) las mercancías sirven para pensar” (Canclini, 1999: 41). Pongamos un ejemplo: un adolescente que hoy decide comprar y usar un jean *chupín* de color rojo está haciendo algo más que ponerse un pantalón, está comunicando sentido de pertenencia a una comunidad *Flogger*, a la vez se diferencia de otras tribus o comunidades urbanas. El consumo de esta ropa es muy importante para definir su identidad, y es bastante probable que el chico se sienta “Flogger” antes que “alumno”.

En este sentido, y en relación a lo que anteriormente se planteaba, frente al debilitamiento de los marcos referenciales tradicionales: ser argentino, peronista, obrero, etcétera, el mercado y los medios nos proveen actualmente un conjunto de nuevos referentes que nos hacen sentir parte de nuevos colectivos sociales. Al afirmarme como consumidor de un producto, al decir por ejemplo “yo miro *6 7 8*” estoy afirmando mi pertenencia a una comunidad de consumidores del programa, distinguiéndome a la vez de quienes miran TN[25]. Uno de los aspectos del consumo sería justamente el de constituir un escenario de integración y comunicación, favoreciendo así la sociabilidad. (Canclini, 1999: 37 y 38)

[25] Todo Noticias, es una señal de cable perteneciente al Grupo Clarín dedicada exclusivamente a la difusión de programas informativos y noticieros.

El poder pensar las prácticas de consumo como auténticas prácticas culturales, como "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos" (Canclini, 1999: 34) nos conduce a desembarazarnos de ciertos prejuicios en torno a esta noción. La idea de "consumir" ha tenido tradicionalmente una mala reputación, en el sentido que ésta ha sido concebida como algo compulsivo, irracional y hasta patológico, como algo superfluo que "está ahí para distraernos de lo que es importante". No obstante al consumir comunicamos sentidos, nos integramos a ciertos grupos y nos distanciamos de otros. El consumo de *6 7 8* ha generado un espacio común de integración social, permitiendo agrupar a las personas con mayor eficacia que la política partidaria. Sectores de clase media tradicionalmente opuestos al peronismo, los cuales difícilmente se hubiesen asumido como kirchneristas, se reconocen "fanáticos" espectadores de *6 7 8*. En tiempos donde se desdibujan las diferencias en términos partidistas, de clase y nacionales el consumo se vuelve un espacio privilegiado para construcción de identidad y subjetividad.

8.2. Usos y desvíos.

En su libro "*6 7 8: La creación de otra realidad"* el sociólogo Pablo Alabarces afirma que los espectadores del programa habrían trasformado la experiencia de ver televisión en una suerte de acción ciudadana: "el acto de ver televisión como un acto militante" (Alabarces y Oliván, 2010: 125). Para poder entender la construcción de una identidad colectiva a partir del consumo de *6 7 8* en tanto "bien cultural" debemos sostener la instancia de uso y apropiación como una instancia de actividad por parte del espectador de medios. Entendemos que la definición de la propia identidad en torno al consumo del programa constituye toda una acción por parte del receptor. Tendremos, por lo tanto, que alejarnos de posturas que sostienen que las audiencias son una masa absolutamente manipulada por quienes diseñan los productos y los bienes. Los espectadores - consumidores de productos culturales no serían entes pasivos, ya que serían capaces de *hacer cosas* con lo que cotidianamente consumen, dándoles un uso determinado (De Certeau, 1996: 36).

La división realizada por De Certeau entre “táctica” y “estrategia” resulta útil para pensar los modos en que los espectadores se apropian de los contenidos mediáticos en un juego de relaciones de poder. Las estrategias serían generadas por la institución o el centro de poder, e implican la imposición de “las reglas de juego”, el diseño del dispositivo. Las tácticas consistirían en las acciones, los usos cotidianos que los sujetos llevan adelante de eso que se les impone estratégicamente (De Certeau, 1996: 42 y 43).

Esto implica que no existe una única manera de recibir y apropiarse de los productos del mercado y los medios. En función de sus gustos e intereses los consumidores utilizarían los productos que se les imponen de una determinada manera, generando usos desviados, no previstos por los productores. En este sentido puede afirmarse que en el consumo se “fabrican” cosas (De Certeau, 1996).

De esta manera, en relación al tema que nos ocupa, podemos llegar a considerar que uno de los usos posibles que los espectadores pueden hacer de *6 7 8* es distinguirse y definirse a sí mismos en tanto *fans* del programa, de forma similar a la que actualmente las generaciones más jóvenes se apropian y construyen su identidad en torno al consumo de determinadas vestimentas, estilos musicales, etc. El nombre de *6 7 8* junto con sus consignas, eslogans y frases han sido, en forma imprevista, apropiados y usados como recursos para distinguirse y ubicarse políticamente en un contexto histórico concreto.

Cabe aclarar que no es este un trabajo centrado en la recepción. En este sentido describir concretamente la manera en que distintos actores se apropian de *6 7 8*, dar cuenta de los usos determinados que hacen del programa, sería algo que excedería los objetivos de este análisis. No obstante, creemos que resulta imprescindible atender al importante papel que poseen actualmente los productos de los medios y el mercado (en general) en la configuración de las identidades y las subjetividades.

El surgimiento de una identidad colectiva construida en referencia a un bien cultural, a un producto mediático como lo es *6 7 8,* debe por lo tanto ser entendida en un contexto en el cual los actos de consumo han pasado a constituir importantes ordenadores de sentido al interior de la sociedad.

9. La política hecha por TV.

9.1. Más allá de la degradación videopolítica.

El día 12 de marzo de 2010 apareció publicada en el diario Perfil una nota titulada *"Simpatizantes K en la Plaza convocados por 6, 7, 8"* [26]. En la misma se hacía referencia a la convocatoria realizada desde *6 7 8* a asistir a una marcha a favor del gobierno de la siguiente manera*: "El programa más oficialista de la TV, llamó a apoyar a Cristina"*[27]. Está claro que existe una estrecha relación entre *6 7 8* y el gobierno de la presidenta Cristina Fernández. El mismo programa se encarga de dejar claro este vínculo inclusive por medio de las canciones del panelista Barragán como "*Soy la mierda oficialista*". Sin embargo, si lo que queremos es avanzar en la comprensión de *6 7 8* como un referente identitario específico debemos poder pensarlo como algo más que un mero espacio de difusión de mensajes kirchneristas. En este sentido se vuelve necesario realizar algunas consideraciones acerca de lo que implica actualmente el fenómeno de la política televisada. ¿De qué manera se conecta la política con la imagen en un contexto de caída de referentes tradicionales y cómo se relaciona esto con la cuestión de la identificación?

En la actualidad los medios parecieran constituir un espacio principal para el contacto entre la sociedad con la política, "los lugares clásicos de concentración colectiva – la tribuna electoral, la plaza, los mitines- comenzaron a ser sustituidos por el espacio audiovisual, lo que cuestiona el sistema tradicional de representación" (Quiroga, 2003: 81). Martín Barbero, por su parte, sostiene que estaríamos asistiendo a una "reconfiguración" de la política clásica en los medios, oponiéndose a posturas como la de Giovanni Sartori que ven en la mediatización una degradación de la misma. Sartori propone el concepto de "videopolítica" (Sartori, 1998) para referirse al poder con el que contarían actualmente las imágenes televisadas, las cuales estarían provocando drásticas transformaciones en el tradicional *ser político*: "En la actualidad, el pueblo soberano opina sobre todo de acuerdo con la forma con la que la televisión le induce a opinar. Y en el hecho de conducir la opinión el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea" (Sartori, 1998: 66). De

[26] Perfil.com. (12/03/2010) "Simpatizantes K en la Plaza convocados por 6,7,8". Disponible en <http://www.perfil.com/contenidos/2010/03/12/noticia_0039.html> Ver Anexo 2 /fig. 6.

[27] Ídem.

esta manera, Sartori identifica la "auténtica" actividad política con la llevada a cabo por el hombre de la cultura letrada, ligada a los medios impresos y heredero de la Ilustración. El hombre que actualmente mira y disfruta de la televisión se limitaría a conmoverse y entretenerse con ésta, suplantando así la reflexión por la imagen: "en la televisión la autoridad reside en la visión misma: es la autoridad de la imagen. No importa que las imágenes puedan engañar aún más que las palabras. Lo importante es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece real, lo que implica que parece verdadero". (Sartori, 1998: 72). Bajo el actual *poder del video* el único papel que les tocaría cumplir a los medios audiovisuales en la sociedad es el de degradar, espectacularizar, trivializar y desinformar, mientras que los espectadores pasarían a ocupar el lugar de una masa acrítica, una masa "teledirigida" (Sartori 1998).

Por nuestra parte entendemos que una visión nostálgica y apocalíptica[28] de la política en su relación con los medios nos deja un margen prácticamente nulo para reflexionar acerca del fenómeno *6 7 8* en función de nuestros objetivos. Consideramos que reducir el papel del telespectador de *6 7 8* al de un ente pasivo, meramente conmovido y llevado "de las narices" por el medio todopoderoso no nos permite pensar en un espectador "que se siente representado" por el programa. En este sentido optamos por avanzar por otro lado, más allá de las clásicas denuncias acerca de la espectacularización, la *sentimentalización* y la degradación televisiva de la política. Se trataría más bien de poder reflexionar acerca de qué es lo que se pone en juego en los textos mediáticos que les permite atraer a las audiencias hacia ellos.

Frente al debilitamiento de los viejos espacios de discusión y participación como el partido y el sindicato, la política televisada pareciera seguir generando representación e identificación. En un contexto en que los tradicionales dispositivos político-sindicales pierden su capacidad de agrupar y representar a la sociedad, la mediatización no despolitizaría, sino que más bien se encargarían de seguir produciendo lazos sociales.

[28] La noción de "apocalíptico" que se sugiere corresponde a Umberto Eco, quien la utiliza para describir un tipo de actitud respecto a la cultura de masas caracterizada por una postura pesimista y de rechazo ante la misma surgida a partir de asumir la cultura como un hecho aristocrático. Según Eco para los apocalípticos "La cultura de masas es la anticultura. Y puesto que ésta nace en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, *la cultura de masas* no es signo de una aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo de una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura (último superviviente de la prehistoria, destinado a la extinción) no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis" (Eco, 1984:12).

"Más que de la disolución de la política, de lo que habla la videopolítica es de la reconfiguración y densificación de las mediaciones en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad**,** pues aunque atravesados por las lógicas del mercado los medios de comunicación constituyen hoy espacios decisivos del reconocimiento social" (Barbero, 2000: 106).

Para entender las maneras en que la reconfiguración de la cultura política se relaciona con "las nuevas sensibilidades que el mundo de la massmediación televisual cataliza" (Barbero, 2000: 106) se vuelve necesario poder pensar en los modos en que lo mediático se relaciona con lo popular. Aníbal Ford avanza en este sentido y afirma que los medios "parecieran hacerse cargo de esas zonas desplazadas por la razón modernizadora. Culturas del afecto y del sentimiento, del azar y la incertidumbre, del misterio y de lo negro, de la actuación y la improvisación, del humor y la irrespetuosidad, de la aventura y la pulsión exploradora de lo oral y lo no verbal, de la cotidianidad y la construcción cotidiana de sentido (…) fueron desjerarquizadas por las culturas oficiales (Ford, 1994:149). En el mismo sentido Guillermo Sunkel se pregunta "¿Cuánto de lo que constituyen o hace parte de la vida de las clases populares, y que es rechazado del discurso de la Cultura, de la educación y la política, viene a encontrar expresión en la cultura de masa, en la industria cultural? (Sunkel, 1986).[29] Los medios, desde su surgimiento y en continuo diálogo con sus audiencias, habrían ido capturando elementos presentes en las culturas populares, que si bien no formarían parte de una racionalidad intelectual, si forman parte de una "racionalidad de la vida cotidiana" (Ford, 1994: 150). En este sentido podemos coincidir con Barbero en cuanto a que "lo popular nos interpela desde lo masivo" (Barbero, 1987: 247).

Nuevamente proponemos alejarnos de una concepción que implique pura dominación y alienación por parte de los medios a las audiencias. Sin desconocer el enorme poder de penetración que poseen los mensajes mediáticos, insistimos en el hecho de que también debemos poder pensar en aquello que los hace *"reconocibles"*.

[29] Citado en Barbero, Jesús Martín "De los medios a las mediaciones". Editorial Gustavo Gili, S. A., Barcelona.1987. Pág. 250.

9.2. Nuevos espacios para el reconocimiento.

Entendemos que el gran poder de interpelación de los medios se relacionaría justamente con su capacidad de generar espacios de reconocimiento para las audiencias. En este sentido optamos por atender a la cuestión de como aparecen en lo masivo elementos populares. *Reconocer* implicaría a la vez *interpelar,* los sujetos sociales, tanto los individuales como los colectivos "se hacen y rehacen en la trama simbólica de las interpelaciones, de los reconocimientos" (Barbero, 1987: 244). Resulta por lo tanto útil para nuestro trabajo acerca de cómo se constituye el sujeto "seisieteochista" el poder pensar en las maneras en las que los productos mediáticos se "apoyan" en la cultura popular, incorporando elementos que forman parte de la cotidianidad y el gusto del público de masas.

De esta forma nos preguntamos ¿De qué manera lo popular es "activado" (Barbero: 1987) por lo mediático? ¿Qué elementos se ponen en juego en los productos televisivos que favorecen el reconocimiento popular? A partir de estos interrogantes podríamos mencionar como ejemplo, en relación al caso de *6 7 8,* en tanto producto mediático específico: el espacio del programa destinado a mostrar las imágenes de los televidentes que envían su foto, la musicalización del momento de ir al corte y de volver a piso con músicos populares y variados, la presentación de las canciones realizadas por Carlos Barragán cuyas letras están hechas con palabras extremadamente informales, el tono irónico y coloquial del locutor de los informes, el público en el estudio conformando una suerte de tribuna futbolística. Todos esos son ejemplos concretos de elementos que constituyen situaciones cotidianas de reconocimiento y que por lo tanto favorecerían la identificación.

Volvamos ahora a la cuestión específica de la política mediatizada a partir de estas consideraciones realizadas. En primer lugar podríamos afirmar que el lenguaje político tradicional surge ligado a la lectoescritura, el "Homo Sapiens" que Sartori propone como el *ser político* por excelencia, es justamente el hombre de la cultura impresa. Aníbal Ford describe como los Estados modernos jerarquizaron la escritura casi como la única forma de comunicación e información, desplazando otras formas, otros canales. "De alguna manera nuestra cultura bloqueó la reflexión, el conocimiento sobre la percepción corporal, kinésica y proxémica, el rol de los sentidos en nuestra experiencia cotidiana" (Ford 1994: 154). El lenguaje televisivo, incorpora esos elementos desplazados por la institucionalización de la letra impresa. La política en

términos audiovisuales involucra el cuerpo, el tono, el gesto. "La televisión, sostiene Eliseo Verón, interpela la imagen corporal del televidente, activa en éste los modos de lectura de la gestualidad cotidiana" (Verón, 1987: 25). Los medios romperían con la legitimidad exclusiva de la escritura, dando espacio a los diversos canales que constituyen la interacción entre las personas: "la cámara a veinte centímetros de la cara de un político estructura una lectura (…) aquí funcionan saberes *lores* que aunque hoy sean analizados y legitimados científicamente estuvieron siempre en la vida cotidiana y en las culturas de las clases populares" (Ford 1994: 155).

En este punto resulta ilustrativa la comparación de *6 7 8* con el espacio Carta Abierta, en cuanto al modo que desde dos soportes distintos se hizo referencia a la muerte de Néstor Kirchner. Un escrito publicado por Carta Abierta el día 19 de diciembre de 2010 se refería al hecho de la siguiente manera:

> …*"En la despedida y en el homenaje, en el fervor y el compromiso de miles y miles, se grabaron la palabra y el gesto inaugurador de nuevos horizontes de justicia y dignidad de Néstor Kirchner. Es a partir de la comprensión de lo abierto en mayo del 2003 que, teniendo como fondo la manifestación con la que una parte sustancial del pueblo argentino convirtió el dolor por la muerte de un protagonista central de la historia reciente en apoyo a su compañera y a la continuidad del proyecto nacional que ella lidera, que no podemos dejar de decir nuestra palabra, ante los tiempos graves y cargados de posibilidades que se manifiestan en estos días, en los que la convicción de avanzar hacia un país más justo es amenazada por las fuerzas de la destitución y de la regresión conservadora."*[30]

Mientras tanto, el día 27 de octubre de 2010,[31] desde *6 7 8* se realizó un programa especial en el cual estuvieron presentes una gran cantidad de personalidades públicas como artistas, periodistas, intelectuales, políticos, entre otros. Las cámara mostraba los rostros de llanto en estos personajes que tomaban la palabra uno a uno para referirse en tono emotivo y desgarrador al ex presidente recientemente fallecido. Dicho

[30] Fragmento de "Carta Abierta N° 8", publicada el 19 de Diciembre de 2010, disponible en Internet en: <www.cartaabierta.org.ar>.

[31] Fecha de Fallecimiento de Néstor Kirchner. Ver Anexo 1, fig. 5

programa comenzó con una pieza editada, conformada por un montaje de distintas imágenes en la que se lo veía a Kirchner sonriente en distintas situaciones, por ejemplo: al asumir la presidencia en 2003, besándose con su esposa Cristina Fernández, en la ESMA[32] haciendo que se retire de uno de los muros el retrato del ex presidente de facto, Rafael Videla. Dichas imágenes fueron a la vez editadas con el tema musical "Llegaremos a tiempo", de la cantautora española Rosana, confiriéndole a la apertura un tono emotivo.[33]

A partir de estos planteos podemos considerar que el hecho de que la política se traslade a la pantalla implica algo más que la simple difusión mediática de contenidos que se gestan en los espacios políticos tradicionales. En este sentido entendemos que *6 7 8* posee un peso específico propio que no puede ser reducido simplemente a un espacio "ultraoficialista", como afirmara el diario Perfil[34]. El programa debe ser contemplado en forma más compleja, no como un mero "amplificador" el mensaje "K", sino como un espacio donde se está haciendo política con elementos mediáticos particulares. "El medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública. En los medios se hace, y no sólo se dice, la política (…) una política sentimentalizada y vedetizada, pero la presencia de esas dimensiones afectivas y rituales, que el medio potencia, no despolitiza la acción sino que reintroduce en la racionalidad formal las mediaciones de la sensibilidad que el racionalismo del *contrato social* creyó poder (hegelianamente) superar" (Barbero, 2000: 107).

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente podemos afirmar que la construcción de una "identidad *6 7 8*" se realiza a partir de imágenes, de músicas, de un tono "informal y relajado" que da lugar a chistes y guiños, en suma un conjunto de elementos que *no son los mismos que conforman las formas "ilustradas" de la política tradicional* (de los partidos, del parlamento, del sindicato, etc.). Ya realizaremos en la segunda parte una descripción más detallada de estos elementos a partir del análisis de los modos de enunciación del programa, por lo pronto nos interesa resaltar el hecho de

[32] Escuela de Mecánica de la Armada. El sitio funcionó como un centro clandestino de detención durante la dictadura militar que tuvo lugar entre los años 1976 – 1983 - En el año 2004 el edificio de la ESMA se creó el "Espacio para la Memoria y para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos".

[33] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 27 de octubre de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=PQ3o9wfQf4Y&feature=player_embedded>

[34] Perfil.com. 12.03.2010 "Simpatizantes K en la Plaza convocados por 6,7,8"

que *6 7 8* interpela a su audiencia desde los gestos corporales, desde el fútbol, desde el rock, desde el humor, la emotividad, el lenguaje coloquial y la ironía y a partir de ahí obtiene un reconocimiento específico.

PARTE II

Elementos internos

10. Descripción del programa *6 7 8*. Características generales.

Seis- siete-ocho se emite en vivo de domingo a viernes de 21 a 22,30 horas por *LS 82 TV* Canal 7[35], con sede en la ciudad de Buenos Aires. Comenzó en 2009 con la conducción de María Julia Oliván, teniendo como panelistas a Orlando Barone, Carla Chudnovsky, Eduardo *Cabito* Massa Alcántara y Luciano Galende.

Inicialmente, el programa se emitía de lunes a viernes en el horario de 20 a 21 horas. Posteriormente, a fines de noviembre de 2009, este horario de transmisión fue modificado, ubicándolo en el *prime time* de Canal 7 y agregándose media hora más de duración. A su vez se sumó la transmisión del día domingo, al concluir la emisión de partidos de fútbol de primera división a cargo del canal estatal.[36] De esta manera en un comienzo se trataba de cinco personas ("El *sexto* sos vos")[37], en el *Siete* (por el canal), a las *ocho* (por el horario).

Entre los integrantes del programa se fueron produciendo algunos cambios. En enero de 2010 Oliván abandona *6 7 8*, asumiendo Luciano Galende como conductor. Un mes después la periodista Sandra Russo, quien ya había integrado el panel en 2009, reingresará en forma permanente. El humorista y guionista de radio y televisión, Carlos Barragán, fue también otra de las incorporaciones al panel luego del cambio de conducción. En septiembre de 2010 La periodista Nora Veiras se encargará de reemplazar a Carla Chudnovsky, quien se retirará del programa debido a su maternidad. Asimismo Barragán asumirá eventualmente el rol de conductor los días de ausencia de Galende.

La producción de *6 7 8* está a cargo de la empresa PPT (Pensado Para TV), productora que funciona desde el año 1997 y tiene como director general a Diego Gvirtz. Pueden establecerse ciertas similitudes en el formato de *6 7 8* y algunos de los programas televisivos previamente producidos por PPT, tales como *Duro de Domar* y *Televisión Registrada*, caracterizados también por la presentación de informes sobre

[35] La transmisión de los domingos está ligada al horario de finalización de la transmisión de partidos de futbol de primera división.

[36] En agosto de 2009 el gobierno nacional acordó pagar 600 millones de pesos a la AFA (Asociación de Fútbol Argentino) a cambio de los derechos de televisación de los partidos de primera división. Esto ocurrió luego de que la AFA disolviera el contrato que mantenía desde 1991 con la empresa TSC, perteneciente al Grupo Clarín.

[37] En referencia al público del programa.

temas actuales realizados a partir de material de archivo de otros medios y con una fuerte presencia de un locutor masculino. Asimismo comparten como rasgo la presencia de invitados diarios y, en el Caso de *Duro de Domar*, la figura del panel.

En líneas generales el programa *6 7 8* combina los intercambios *vivo en el estudio* entre conductor, panelistas e invitados junto con la *presentación de informes* realizados a partir de la edición y un tratamiento especial del archivo (más adelante ahondaremos en las características específicas de cada uno de estos dos momentos).

El formato de *6 7 8* puede definirse como el de un "magazine periodístico" o bien "magazine de actualidad". Entendemos el magazine como un *tipo* de programa que se ocupa de temas actuales caracterizado por la integración múltiple de géneros diversificados (González Requena, 1995: 37 y 38). El programa combina el género informativo con el humorístico y se muestra como un híbrido donde conviven distintos tipos de registros. A su vez la superposición del material editado en los informes contribuye a producir un efecto de "combinación de fragmentos" propio del magazine.

Cada uno de los panelistas tiende a asumir un rol definido, en este sentido sus intervenciones se realizan desde posiciones diferenciadas claramente identificables: están los que mayormente reflexionan en tono serio, los que emiten consejos, los que descomprimen las situaciones de tensión mediante bromas y dobles sentidos. Ahondaremos en esta cuestión en el análisis del contrato de lectura propuesto por *6 7 8.*

El programa cuenta con uno o más invitados diarios. Se trata principalmente de artistas, intelectuales, funcionarios públicos, políticos y representantes de organismos de Derechos Humanos, invitados a participar de los intercambios que tienen lugar en vivo en el estudio del programa. Entre estas figuras convocadas diariamente podríamos distinguir los invitados "de coyuntura" de los invitados "referentes". Los *invitados de coyuntura* suelen ser principalmente funcionarios del oficialismo o bien especialistas en un tema que se va a tratar puntualmente, cuya presencia en el estudio se justifica a partir de algún acontecimiento cercano que requiera la inmediata toma de posición por parte del gobierno nacional y del programa. Por ejemplo, el 24 de enero de 2011 luego de un paro llevado a cabo por las patronales agropecuarias, desde *6 7 8* se puso el acento en la "escasa" convocatoria que tuvo la medida. Se emitió entonces un informe titulado *"Fracasó el lockout de la mesa de enlace"*[38] y asistió al programa como invitado el Ministro de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación, Julián Andrés Domínguez.

[38] *6 7 8*. "Fracasó el lockout de la mesa de enlace". Informe emitido el día 24 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=IARMvhbpeEQ&feature=related>

Entre *los invitados referentes* se encontrarían aquellas personalidades convocadas no en función del contexto inmediato sino en calidad de "referentes sociales", cuya presencia legitima y avala la información y el punto de vista que el programa mantiene en torno a determinado tópico. Por ejemplo la presencia en *6 7 8* del ex futbolista Diego Maradona[39] para hablar de "concentración mediática" o de los integrantes del grupo musical Calle 13 para opinar acerca de la ley de Matrimonio Igualitario impulsada por el oficialismo.[40]

Los invitados referentes cumplen así la función de reforzar la identificación, en el sentido que la audiencia ya se identifica con ellos: ya son figuras consumidas y aceptadas. Encontramos aquí una continuidad con aquellas personalidades que adhieren al Espacio Carta Abierta que, en tanto referentes sociales, contribuyen a construir consenso en torno al gobierno nacional.

[39] *6 7 8*. Programa emitido el día 21 de octubre de 2009.

[40] *6 7 8*. Programa emitido el día 24 de noviembre de 2010.

11. La enunciación en *6 7 8*: Entre la pedagogía y la complicidad.

11.1. Justificación y dimensiones del análisis.

Entendemos que parte del fenómeno de identificación colectiva con *6 7 8* debe poder ser pensado desde el tipo de relación que el programa entabla con su audiencia. A partir de asumir que existen "seguidores", "adeptos", "fieles" y "amigos" del programa intentaremos pensar como se relaciona esto con el vínculo particular que *6 7 8*, en tanto discurso, ha establecido con los telespectadores.

Verón propone avanzar en el análisis de la manera en que un determinado producto mediático se relaciona con sus destinatarios a partir de lo que denomina *Contrato de lectura*: "El discurso del soporte por una parte, y sus lectores, por la otra. Ellas son las dos partes, entre las cuales se establece, como en todo contrato, un nexo, el de la lectura. En el caso de las comunicaciones de masa, es el medio el que propone el contrato" (Verón, 1985: 3).

Esta noción de contrato de lectura se basa en la Teoría de la Enunciación, a partir de la cual puede afirmarse que en todo discurso (verbal o no verbal) pueden reconocerse dos niveles: el nivel de *lo enunciado* y el de *la enunciación*. María Isabel Filinich describe el nivel de lo enunciado como lo explícito, aquello de lo que sería objeto el discurso: "lo expresado, la información transmitida, la historia contada", el nivel de la enunciación se encontraría implícito y correspondería *al modo* en el cual "lo expresado es atribuible a un *yo* que apela a un *tú*" (Filinich, 1998: 18).

De esta manera un mismo contenido en el plano del enunciado sería susceptible de adoptar características enunciativas muy diferentes. El nivel de la enunciación se relacionaría justamente con *las modalidades del decir*: "Por el funcionamiento de la enunciación, un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (el enunciador), una cierta imagen de aquél a quien se habla (el destinatario) y en consecuencia, un *nexo* entre estos *lugares*" (Verón, 1985: 3).

El enunciador y el enunciatario no se confunden con un emisor y un receptor en tanto agentes empíricos: "el enunciatario es, como el enunciador, un sujeto discursivo, previsto en el interior del enunciado" (Filinich, 1998: 39). El análisis del contrato de lectura implica por la tanto poder reconstruir las posiciones que el discurso construye para el enunciador y para el enunciatario así como la relación entre ambos.

Verón reconoce tres tipos de contrato de lectura básicos: "objetivo", "pedagógico" y "cómplice" (Verón 1985). Un discurso que propone un contrato *objetivo* estaría caracterizado por un enunciador y un destinatario que no están explícitamente marcados. El enunciador es impersonal y habla en nombre de la verdad. El contrato *pedagógico* implica según Verón un "nosotros" y un "ustedes" explicitados. "El nexo se hará entre dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha" (Verón 1985: 8). Tanto el contrato de lectura pedagógico como el objetivo poseen características comunes: ambos implican una cierta distancia, una asimetría entre el enunciador y el enunciatario, a la vez que ofrecen ejemplos y cuantificaciones que dan cuenta de la veracidad de su saber. Por último, el contrato de lectura denominado *cómplice* implicaría un acercamiento, un efecto de simetría entre enunciador y enunciatario dado por la utilización del "nosotros inclusivo"[41] y por la referencia a saberes compartidos.

A partir de la observación de distintas emisiones de *6 7 8* buscaremos en esta parte poder reconstruir analíticamente las características del enunciador y el enunciatario propuestos. ¿Qué tipo de contrato de lectura establece el programa y de que modo interpela a su audiencia?

Par avanzar en este sentido proponemos, en primer lugar, una descripción de los elementos que configuran el *estilo* de *6 7 8* en tanto discurso. Según Oscar Steimberg el estilo discursivo puede definirse a partir de regularidades "Retóricas", "Temáticas" y "Enunciativas" (Steimberg, 1993, 43).

Los rasgos *Retóricos* son definidos "no como un ornamento del discurso sino como una dimensión esencial a todo acto de significación' (Bremond) abarcativa de todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos (Durand) que permite diferenciarlo de otros" (Steimberg 1993: 44). Nos ocuparemos aquí de describir la manera en que el programa hace uso de los elementos y recursos del lenguaje audiovisual, tales como el uso de la cámara y del espacio, los elementos escenográficos, el color, la música, etc. A la vez corresponde a esta dimensión del análisis el dar cuenta de la utilización de figuras retóricas, tales como la metáfora, la metonimia, la ironía, el doble sentido y el sarcasmo, entre otras.

[41] Eliseo Verón aclara que la noción corresponde Émile Benveniste.

Los rasgos *Temáticos* dan cuenta de "todo aquello a lo que el texto hace referencia" (Steimberg, 1993: 44). El análisis de la dimensión temática implica poder relevar "temas" y "motivos". Los temas consistirían en "acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto" (Steimberg, 1993: 44). Estos no coinciden con el contenido y son exteriores al texto ya que estarían anteriormente presentes en la cultura. Por otro lado no se encontrarían explícitamente presentes en los textos sino en su "globalidad" (Steimberg, 1993: 44). Los temas pueden relacionarse con lo que Roland Barthes describe en relación a la Retórica Antigua como "La tópica" en tanto "colección de lugares comunes" (Barthes, 1985: 135). Los motivos, a diferencia de los temas, sí son susceptibles de ser hallados en la superficie de los textos. Una de las definiciones que proporciona Cesare Segre de los motivos es la de constituir *leitmotivs*: "El motivo tiende a repetirse dentro del mismo texto, una de sus características es la recursividad" (Segre, 1985: 348). En este sentido relevar motivos implicaría poder verificar "repetición de afirmaciones, consideraciones, aluciones, etc." (Segre, 1985: 350).

Finalmente la identificación de rasgos *Enunciativos* implica reconstruir el "efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico" (Steimberg, 1993: 44). A partir de la identificación y articulación de rasgos retóricos y temáticos en *6 7 8* buscaremos dar cuenta de los aspectos enunciativos y en este sentido permitirnos realizar algunas hipótesis acerca de la escena comunicativa que construye el programa.

Las afirmaciones que realizaremos en el siguiente análisis serán justificadas mediante fragmentos seleccionados de *6 7 8,* los cuales consideramos constituyen ejemplos de rasgos presentes de manera regular y constante en el programa.

11.2. Rasgos Retóricos.

En líneas generales podemos sostener que el programa oscila básicamente entre dos instancias bien definidas: los momentos *en vivo en el estudio* y la emisión de *informes* editados previamente, los cuales suelen presentarse en algunas ocasiones como secciones fijas. Para una mayor claridad en el análisis optamos por describir en forma separada estos momentos, así como los espacios de apertura y cierre del programa y de los bloques que lo integran.

11.2.1. En vivo en el estudio.

El espacio del estudio está constituido por una mesa en el centro en la cual la figura del conductor se encuentra sentada de manera opuesta a los panelistas e invitados. En ningún momento del programa los protagonistas se levantan de su silla ni recorren el estudio sino que permanecen sentados hasta el momento del cierre, en el cual se desplazan hacia un sillón. La escenografía del programa fue modificada a mediados de abril de 2010. La misma estuvo inicialmente compuesta por un espacio semicircular con predominancia de colores rojizos, marrones y blancos.[42]

La escena del estudio está también formada por una tribuna, integrada por gente que se acerca al canal invitada desde el programa a participar del mismo. El espacio de la tribuna cobra protagonismo al ser enfocada mediante un paneo corto al comienzo y al final de cada bloque y en los momentos de vuelta al estudio luego de la presentación de los materiales editados. En términos sonoros, durante esos momentos se escuchan junto con la cortina del programa, aplausos y silbidos a modo de ovación eufórica por parte de estas personas que se encuentran sentadas en las gradas. Teniendo en cuenta estas características, el espacio de la tribuna en *6 7 8* puede entenderse como metáfora de una *hinchada en una cancha de fútbol*[43].

[42] Ver Anexo 1, Fig. 1.

[43] Según Marita Soto, la metáfora "es una operación combinada de supresión-adjunción. La sustitución de un término por otro se realiza en base a la comparabilidad. Los universos a los que pertenecen el término sustituido y el sustituyente pertenecen a universos separados. Cuanto mayor es la separación de estos universos más "eficaz" y contundente es la metáfora y es mayor la evidencia de un trabajo sobre el lenguaje" (Soto, 2002: 9). Ver Anexo 1, Fig. 3 y 4.

La modificación de la escenografía de *6 7 8* no modificó la disposición de personas en torno a la mesa central, ni tampoco la presencia de la tribuna. No obstante se producen algunos cambios: de la construcción de una escenografía más bien "estática" que caracterizó el primer año del programa, se pasó desde abril de 2010 a construir un espacio escenográfico más amplio y colorido, con mayor dinamismo dado por la presencia de varios monitores con imágenes en movimiento, y una mayor cantidad de planos generales y *travelings* de la cámara.

Junto con las modificaciones en el estudio fue también fue transformada la tipografía y el logo del programa. El antiguo logo emulaba un sello cuadrado sobre una hoja de cuaderno con renglones en el que se leía con letras rojas "seis, siete – 8:00" (este último con números). El nuevo logo consistía en los números "*6 7 8*" realizados en relieve construidos con un material acartonado y combinando mayor cantidad de colores: rosa, amarillo, azul y naranja.[44]

Durante los momentos que transcurren en vivo al interior del estudio vemos a los panelistas, el conductor y los invitados vestidos con ropas informales, conversando en un tono que intercala permanentemente momentos de seriedad y solemnidad con momentos de humor e ironía. Encontramos así espacios de reflexión y explicación en los cuales predomina un registro "serio", generalmente a cargo de Barone, Russo y Galende. Muchos de estos momentos de formalidad y sobriedad suelen ser distendidos y *descomprimidos* por espacios de humor, risa y un uso coloquial del lenguaje. Por ejemplo en una ocasión en la cual participó como invitado el sociólogo Luis Alberto Quevedo, éste se refirió seriamente al porcentaje de producción audiovisual nacional que sustentaría la nueva ley de radiodifusión que aún no se sancionaba: "…Tener una política de defensa de la producción nacional (…) Por ejemplo: ¿Vemos acá series o cine, colombiano mejicano , brasileño? Cabito lo interrumpe: "Por ahí sos Chavista, por lo del Chavo del Ocho… ¡Ya se murieron más de la mitad y lo seguimos viendo!"[45]

Los momentos "graciosos" en el estudio emergen a partir de algún comentario de panelistas e invitados, estos suelen estar en su mayoría a cargo de *Cabito* o de Barragán quienes con frecuencia recurren a la utilización del doble sentido, la ironía[46] y

[44] Ver Anexo 1, Fig. 2.

[45] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 31 de agosto de 2009). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=_QV3-Rl6Axg&feature=related > Ver Anexo 4.

el sarcasmo.[47] Si tenemos en cuenta, por ejemplo, el día de inauguración de la nueva escenografía, Galende, a cargo de la conducción, comentó al comienzo del programa: "¡Qué escenografía que han pelado! ¡Una maravilla! (…) En esta nueva etapa que estamos empezando entonces con *6 7 8*", Barragán lo interrumpe exclamando irónico: "¡El despilfarro, del dinero del Estado!", Cabito agrega: "Es la guita que sobró de las nominaciones al Martín Fierro, sobraron unos mangos"[48].

En otro programa, durante el momento en vivo en el estudio se habló de los "pocos" invitados convocados a participar de los festejos por el Bicentenario realizados en el interior del Teatro Colón de Buenos Aires. Cabito bromeó*:* "Yo estaba invitado a ir, pero para hacerme un tapado tenía que matar seis mil chinchillas y no daba…"[49]

En otra ocasión Barragán comentó: "Estaba pensando en esta explicación de que Kirchner crece por la defección de la oposición que no logra objetivos. Pero estaban en contra de la Ley de Medios que es una medida que está buena, estaban en contra del pago de la deuda que es una medida que está buena, en contra de la 125 que era una medida que estaba buena, están en contra de la inversión social que es una medida que está buena, están en contra de nosotros… ¡Que estamos buenos!"[50]

A pesar de que Barragán y Cabito suelen encargarse del humor en el programa el resto de los integrantes se permiten también algún chiste o doble sentido que interrumpe la solemnidad y la seriedad de un determinado momento. Por ejemplo, luego de las elecciones legislativas de Junio de 2009, Galende como panelista, le pregunta con seriedad al recientemente elegido diputado, Martín Sabatella, como había financiado su campaña. Sabatella le responde: "Nosotros tenemos bonos certificados ante escribano público, con nombre, apellido, número de documento de quien aporta y además también préstamos personales de amigos y familiares. Bueno, el fiscal Cañón, candidato nuestro

---

[46] Según la Real Academia Española, la ironía se define como una "Figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice". Consideraremos esta figura como una forma sutil de burla en la cual lo explícitamente enunciado conlleva un significado implícito y opuesto que debe ser completado a partir de un saber compartido entre el destinador y el destinatario.

[47] Según la Real Academia Española el sarcasmo es definido como una "figura retórica que consiste en emplear esta especie de ironía o burla".

[48] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 13 de abril de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=pWu_1wlIN_Y > Ver Anexo 4.

[49] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 26 de mayo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/articulo?id=2802> Ver Anexo 4.

[50] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 18 de mayo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=OM8ytxnH-WI> Ver Anexo 4.

(…) prestó treinta mil pesos de sus ahorros", María Julia Oliván lo interrumpe y bromea: "¡Un caño Cañón!..¡Cuac!" (Risas).[51]

En el programa del 11 de mayo de 2010 la panelista Sandra Russo, en tono serio, hizo varios comentarios a favor de los pueblos originarios y habló acerca de una movilización que estos planeaban realizar hacia la capital: "De cara al Bicentenario vienen van a llegar el 20 de mayo a Buenos Aires a pedir una nueva relación con el Estado Nacional". Galende irónico exclamó: "¡Uy! Caos de tránsito, ¿No?". Chudnovsky también en tono jocoso agregó: "Para esos días se vaticinan caos de tránsito y cosas peores" (Risas). [52]

El intercambio entre los integrantes de la mesa de *6 7 8* no asume prácticamente características confrontativas, ya que no suelen aparecer posturas adversas entre los protagonistas e invitados. En líneas generales se opina en función de lo propuesto por el informe y los argumentos tienden a reforzar y complementar aquello que las piezas editadas ya sostienen previamente. Como veremos, la crítica y el enfrentamiento están predominantemente dirigidos hacia agentes externos al programa claramente definidos: los grandes medios de comunicación (Clarín principalmente) y los actores políticos de la oposición al gobierno nacional.

Otro rasgo que caracteriza el momento en vivo en el estudio de *6 7 8* es la presencia de juicios y valoraciones acerca de la información que se proporciona. Por ejemplo, el panelista Barragán comentó en relación al tema del Bicentenario: "En 1910 el país que era rico (…) era el país de los cuatro vagos y atorrantes que tenían las estancias… ¡Son vagos, son gente que le regalaron los campos!".[53] En otra oportunidad, en relación al libro "*Pobre patria mía"*, escrito por Marcos Aguinis, Barone opinó: "Pobre patria mía coincide con esta idea de la indignación (…) quieren que se mueran los Kirchner, quieren ahorcarlos. Aguinis representa, por eso es best seller, a toda esa gente que fue a comprar ese libro para sentir que su catarsis estaba justificada en este mediocre escritor que es Marcos Aguinis".[54]

---

[51] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 30 de junio de 2009). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=UiEvWycKz-w > Ver Anexo 4.

[52] *6 7 8*. Fragmento del programa emitido el día 11 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=Bm2qDNkTVBY>

[53] *6 7 8*. Fragmento del programa emitido el día 26 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=lCkkx7BEvRM> Ver Anexo 4.

[54] *6 7 8*. Fragmento del programa emitido el día 05 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=pCChv4tVPw8> Ver Anexo 4.

11.2.2. El informe y las secciones.

Los informes en *6 7 8* consisten en piezas realizadas a partir de la compilación de material de archivo (fragmentos de otros programas televisivos radiales y medios gráficos) editado junto con una voz masculina, correspondientes a un locutor en off. Se recurre además a la utilización de música y efectos sonoros y visuales.

El tono de voz del locutor que organiza y acompaña el informe es siempre descontracturado, animado y picaresco, expresándose desde un registro burlón y sarcástico y recurriendo por momentos a un vocabulario coloquial e informal. Por ejemplo uno de los informes del día 3 de mayo de 2010 fue titulado de la siguiente manera: *"Martín Fierro, la derrota de 6-7-8 ¿Hubo tongo?"*.[55]

El material de archivo es organizado y presentado por el informe a partir de un título que instala un determinado tema o tópico. Estos son además reforzados sonoramente al ser leídos por el locutor en off. Por ejemplo: "*Los delirios de Carrió",*[56] *"El debate que no está en los medios: dos modelos de país"*, [57] *"El fallido lockout del mal llamado campo"*. [58]

Una característica del informe de *6 7 8* es la importante presencia de placas con texto encima de las imágenes y como complemento de las mismas. Estas acompañan en forma permanente la totalidad de estas piezas editadas.[59]

También es frecuente en el informe la utilización de preguntas, mucho de lo que se presenta es acompañado por Interrogaciones. Por ejemplo un informe se refería a las mediciones de audiencia realizadas por la consultora Ibope y la influencia del rating sobre los contenidos. Sobre el final del informe aparece una placa que dice *"la pregunta del día"* y la voz del locutor en off: "Entones nos preguntamos, si a los medios hegemónicos les interesa hacerlo, con ese sistema ¿No podrían controlar que temas se

---

[55] *6 7 8*. "Martín Fierro, la derrota de 6-7-8 ¿Hubo tongo?". Informe emitido el día 3 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=R4G_XqAc79o&feature=player_embedded> Ver Anexo 4.

[56] *6 7 8*. "Los delirios de Carrió". Informe emitido el día 18 de febrero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=utC8X0EeBN8>

[57] *6 7 8*. "El debate que no está en los medios: dos modelos de país". Informe emitido el día 7 de febrero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=wovyAf9l39U>

[58] *6 7 8*. "El fallido lock out del mal llamado campo". Informe emitido el día 23 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/articulo?id=7034>

[59] Ver Anexo 1, Fig. 8.

tratan y que temas no?" [60] En otra ocasión dijo el locutor del informe: "pregunto, si uno se puede entusiasmar con una mujer, un equipo de fútbol, una canción, o un lugar de vacaciones… ¿Por qué no se puede entusiasmar con un proyecto político o con una gestión de gobierno?[61]

El tono informal está presente en el informe mediante el uso frecuente de nombres de pila, apodos y diminutivos para referirse a determinadas personas: "Escuchen si no a Juancito Carr…[62]" (Locutor del informe), en referencia a Juan Carr, fundador de la organización Red Solidaria. También encontramos en el informe la presencia de juicios y valoraciones: *"Los despidos de Clarín y las canallescas mentiras del monopolio"*.[63]

En cuanto a las operaciones de figuración en el informe podemos destacar durante todo el 2009 la presencia de imágenes de hojas de cuaderno con letras escritas a máquina, elementos que aluden metonímicamente [64] al del oficio del periodista, el "tomar nota de los acontecimientos". Otro desplazamiento metonímico que aparece con frecuencia en el informe está dado por la sustitución del nombre de una empresa mediática por la gente responsable de la misma: *"Clarín ahora escracha a los que piensan diferente"*.[65]

También se recurre al uso de la comparación, por ejemplo para referirse en tono burlesco a la gestión política del líder opositor Mauricio Macri como el "Macrigate", en alusión implícita al escándalo político de Watergate, *"El Macrigate y su majestad"*.[66]

---

[60] *6 7 8*. "El rating verdadero y la pregunta del día"**.** Informe emitido el día 3 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=buH6EY689ZY >

[61] *6 7 8*. "La radioactividad del efecto carótida"**.** Informe emitido el día 18 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=OM8ytxnH-WI> Ver Anexo 4.

[62] Ídem.

[63] *6 7 8*. "Los despidos de Clarín y las canallescas mentiras del monopolio"**.** Informe emitido el día 16 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=__2x7Of4tR0> Ver Anexo 4.

[64] La metonimia consiste en una operación retórica que implica una "supresión-adjunción en los que la sustitución está basada en la contigüidad; es decir que los términos sustituido y sustituyente pertenecen al mismo universo; se trata pues de una sustitución que opera como desplazamiento dentro del mismo universo (Soto, 2002: 10).

[65] *6 7 8*. "Clarín ahora escracha a los que piensan diferente"**.** Informe emitido el día 21 de junio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=e--muPzeCrA>

[66] *6 7 8*. "El Macrigate y su majestad"**.** Informe emitido el día 29 de julio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=g7Uq5mm1uHY> Ver Anexo 4.

La redundancia y la repetición son rasgos característicos del informe de *6 7 8*. Permanentemente se produce la duplicación de fragmentos que contienen algunas frases o palabra pronunciadas por las personas que se muestran. Estos fragmentos de material audiovisual resaltados son además transcriptos como texto que es colocado mediante placas delante de la imagen, centrando fuertemente la atención del espectador.

La parodia y la burla son también recursos presentes en los títulos de los informes en *6 7 8*. Por ejemplo se parodia las declaraciones de la dirigente política Elisa Carrió, quien se había referido al gobierno nacional como "crispado".[67] En este sentido aparecieron en el programa informes titulados de la siguiente manera: "*La crispación de Carrió*"[68], o bien, en referencia al presidente de la Sociedad Rural Argentina: *"La crispación de Biolcati"*.[69]

Según afirma Pablo Alabarces, se llama "retorsión"[70] (Alabarces y Oliván: 2010: 77) a este tipo de figura retórica por medio de la cual se invierte el sentido de una palabra o frase contra quien la pronuncia. Como veremos este tipo de juegos en referencia al saber del espectador constituyen "guiños" de complicidad con el mismo.

Los informes y el material editado suelen además ser presentados a modo de "secciones fijas" que se ocupan de temas específicos y cuyos títulos están fuertemente retorizados. Podemos mencionar por ejemplo: *"El Influenciómetro"*, como un término híbrido, compuesto a partir de las palabras influencia y metro (medida). Una sección que se ocupa de dar cuenta como una determinada palabra o tópico se instala en distintos medios y es repetida luego en la calle por la gente. Se juega así a "medir la influencia mediática" como si fueran grados de temperatura en un termómetro cuya imagen aparece en un costado de la pantalla. *"La Patria Zocalera"*, como paráfrasis de la expresión *"La Patria Sojera"* es otra de las muchas secciones de *6 7 8*. En la misma

[67] Consultar: La Nación.com (20/10/09). "Carrió y Morales advirtieron sobre un clima de crispación planificado por el Gobierno". Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1188572> Ver anexo 4.

[68] *6 7 8*. "La crispación de Carrió". Informe emitido el día 4 de noviembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=Co08vNm21Bs>. Ver Anexo 4.

[69] *6 7 8*. "La crispación de Biolcati". Informe emitido el día 2 de Agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=NkB-0-etQMQ> Ver Anexo 4.

[70] La Real academia española define retorsión como la "acción de aplicar a alguien, cambiando los nombres de las personas, el mismo razonamiento empleado antes contra él".

se realiza una crítica a la manera en que las placas y los zócalos condicionan la interpretación de las imágenes presentadas por "los medios".[71]

También se presentan a modo de *sección* las canciones realizadas por el panelista Barragán, las cuales se emiten grabadas y editadas junto con imágenes. Estas constituyen piezas melódicas de ritmo lento y tranquilo, integradas por la voz de Barragán cantando, acompañado solamente por una guitarra. Las letras de estas canciones mantienen un registro informal y coloquial, recurriendo además a la ironía y la provocación:

> *"…Soy la mierda oficialista,*
> *yo preferí que el jubilado tenga la guita en el Estado,*
> *que los genocidas estén presos,*
> *que a los pobres le den un ingreso…"*[72]

> *"…Sostiene Caparrós, lo escribe Tenembaum,*
> *Aguinis, Magdalena y Duhalde coinciden en la misma verdad,*
> *Que somos boludos, somos boludos,*
> *le creemos a Cristina y está mal…"*[73]

Las imágenes que acompañan las canciones de Barragán constituyen un apoyo a aquello que se menciona en la letra. Por ejemplo cuando la letra dice *"Será porque no toco el Clarín que me parece evidente"* se muestra la imagen del logotipo de la empresa Clarín, cuando dice *"para no repetir lo que escriben los periodistas"* aparecen imágenes de periodistas del Canal TN.[74]

[71] Ver Anexo 4.

[72] Fragmento de la canción "Soy la mierda oficialista" (autor: Carlos Barragán).

[73] Fragmento de la canción "Somos Boludos" (autor: Carlos Barragán).

[74] Ver Anexo 4 y Anexo 1, Fig. 6.

11.2.3. Apertura y cierre del programa.

La apertura está dada por una pieza editada con los mismos recursos que los informes, en la cual se presentan los temas del día. El momento de apertura consiste entonces en la presentación de material de archivo intercalado con títulos que aparecen dentro de carteles de publicidad de vía pública de la ciudad de Buenos Aires. Esto constituye una referencia metonímica a "la calle" y "lo callejero".

La música utilizada en la edición de la apertura no es siempre la misma sino que varía y es alternada indistintamente en cuanto al intérprete y el género: Horacio Fontova, Los Redondos de Ricota, Juan Carlos Baglietto, Roberto Carlos, Rosana, entre otros. La misma produce en ocasiones climas conmovedores y emotivos y en otras alegría y dinamismo. No obstante, a pesar de su variación continua, el uso de la música en la apertura parece mantener ciertos denominadores comunes: en primer lugar las letras de las canciones elegidas cumplen un papel importante al fijar el sentido de las imágenes con las que se edita. Por ejemplo en el momento en que la letra dice: *"Banderas en tu corazón…*[75]*"* se exhiben imágenes de gente con banderas, manifestándose a favor de la Ley de Medios, lo mismo ocurre si la letra dice *"Yo quiero tener un millón de amigos…"*[76]. Cuando otra canción dice *"El sol quema en la lengua de los lagartos"*[77] se muestran imágenes de personajes mediáticos opositores al gobierno nacional y criticados por el programa (Mirtha Legrand, Mariano Grondona y Joaquín Morales Solá).

Por otro lado, las letras de las distintas canciones utilizadas en la apertura parecen transmitir un mensaje de "lucha", y una invitación a la "unión" en favor de ciertos postulados defendidos por el programa: *"Llegaremos a tiempo…"*[78], *"Multiplicar es la tarea…"*[79],

La apertura cuenta con rasgos de comicidad al jugar también con los dobles sentidos. Se suele hacer referencia a una frase o declaración fuera de su contexto original, otorgándole un sentido forzosamente distinto. Una de las maneras de realizar

[75] Fragmento de la canción "Juguetes perdidos" (Autores: Belingson – Solari).

[76] Fragmento de la canción "Un Millón de amigos" (Autor: Roberto Carlos). Ver Anexo 4.

[77] Fragmento de la canción "Tratando de crecer" (Autor: Fito Páez). Ver Anexo 4.

[78] Fragmento de la canción "Llegaremos a tiempo" (Autora: Rosana).

[79] Fragmento de la canción "Tratando de crecer" (Autor: Fito Páez). Ver Anexo 4.

este "juego" con el significado del archivo se da al compilar una serie de momentos en los cuales diferentes personajes pronuncian la frase "seis, siete, ocho" como si estuvieran haciendo referencia al programa. Así, por ejemplo, el día 20 de julio de 2010, luego de la presentación de los temas del día, el locutor en off pregunta: *"Amigazo Diego ¿Cómo ve para hoy este amigable sexteto?"* Inmediatamente se muestra un fragmento de una conferencia de prensa de Diego Maradona como técnico de la selección nacional de fútbol durante el Campeonato Mundial 2010 diciendo: *"Diez puntos, ojalá… nunca se llega a diez puntos, estamos seis, siete, ocho".*[80]

El cierre del programa se caracteriza por ser el único momento en el que los protagonistas se levantan de la mesa y se trasladan hacia un sillón semicircular ubicado frente a la tribuna. En esta parte, la cámara tiende a enfocar en forma abierta el espacio del estudio, por lo cual se ve en el mismo plano a los panelistas, el conductor los invitados junto con el público sobre las gradas.

El espacio de cierre es también el momento en el que ocasionalmente tuvieron lugar algunos números musicales. Artistas como Liliana Felipe y Rosana se presentaron en vivo en el estudio de *6 7 8*, interpretando una canción sobre el final del programa.

11.2.4. Apertura y cierre de bloques.

Los pequeños espacios de salida y vuelta al aire, antes y después de las tandas publicitarias, son predominantemente informales y distendidos. Con frecuencia se recurre antes de ir al corte a presentar una pequeña sección llamada *"El club de la buena onda"*, donde se muestran una serie de fotos enviadas al programa por los televidentes en la cuales se los ve sonrientes y divertidos. Estas imágenes son acompañadas por temas musicales alegres y festivos. Luego del espacio publicitario y antes de comenzar cada bloque vuelven a repetirse esta música y fotos. [81]

Como describíamos más arriba, el momento de apertura y cierre de los bloques está marcado además por la presencia de la tribuna, a la cual se ve y se escucha aplaudir

---

[80] *6 7 8*. Fragmento del programa emitido el día 20 de julio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/articulo?id=3828 > Ver Anexo 4.

[81] Ver Anexo 4.

y ovacionar durante algunos segundos antes de que la cámara se sitúe sobre la figura de los protagonistas sentados en la mesa del estudio.

Finalmente, la salida y vuelta al aire está también marcada por un separador visual constituido por la animación de piezas coloridas de cartón que se encajan formando un logo de "*6 7 8*" tamaño gigante, situado frente al edificio del Canal 7. Esto puede ser entendido, al igual que lo ocurrido en la apertura, como una referencia metonímica a la "lo callejero".

11.3 Rasgos Temáticos.

11.3.1. Temas principales.

En líneas generales las temáticas dominantes en *6 7 8* son "*la actualidad política nacional"* y *"el poder de los medios masivos de comunicación"*. Ya sea desde la seriedad y la solemnidad o desde el humor y la picardía, el programa se ocupa principalmente de temas de agenda política a los que accede a través de un seguimiento de contenidos pertenecientes a distintos medios.

Como sosteníamos más arriba, los informes y secciones presentados en *6 7 8* instalan al interior del programa determinados tópicos sobre los cuales se conversa posteriormente en el estudio. Teniendo en cuenta esto último, nos propondremos aquí rastrear los rasgos temáticos de *6 7 8* a partir de centrarnos en las diversas cuestiones sostenidas desde los títulos de los informes emitidos.

Podemos en principio destacar una serie de temáticas de índole *política* que a continuación enumeramos junto con algunos ejemplos:

Las políticas en materia económica: "*El fondo del Bicentenario vs. el ajuste*"[82], "*El DNU y el debate de siempre: Ajuste o seguir creciendo?*". [83]

Las políticas de comunicación ligadas a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*: "La nueva ley de radiodifusión: el debate*".[84] "*Un día histórico: se reglamentó la Ley de Medios".*[85]

Políticas referidas a Derechos Humanos: *"Los hijos de Noble, los Derechos Humanos de ayer y de hoy"*[86]*, "El Nieto 101 y el ejemplo de las Abuelas de Plaza de Mayo."*[87]

---

[82] *6 7 8*. "El fondo del Bicentenario vs. el ajuste". Informe emitido el día 23 de febrero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=CU9b6qMwlkA>

[83] *6 7 8*. "El DNU y el debate de siempre: Ajuste o seguir creciendo". Informe emitido el día 14 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=kNJdQj6T7oA&feature=player_embedded#at=446>

[84] *6 7 8*. "La nueva ley de radiodifusión: el debate"". Informe emitido el día 27 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=cjhDV6nb6zo >

[85] *6 7 8*. "Un día histórico: Se reglamentó la Ley de Medios". Informe emitido el día 1 de septiembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=ckWqUZTrFm0>

[86] *6 7 8*. "Los hijos de Noble, los derechos humanos de ayer y de hoy". Informe emitido el día 3 de enero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=B4fuk4Y8Crw >

Políticas referidas a derechos sociales tales como el trabajo, la educación, salud, jubilación, etc.:*"Encuesta: Ingreso Universal por Hijo"*[88], *"Aumentos de la Asignación Familiar y de las jubilaciones"*[89], *"Macri y la educación en la ciudad"*.[90]

La oposición al gobierno nacional y los distintos actores políticos que la conforman constituye todo un tema en *6 7 8*: *"La Opo deshilachadísima"*[91], *"Carrió confesó sus* intenciones"[92], *"Escuchas ilegales: Macri cada vez más complicado."*[93]

Las acciones políticas dirigidas a distintas minorías (etnia, nacionalidad, sexo): "*Histórica movilización de los Pueblos Originarios*",[94] *"Matrimonio Igualitario en Argentina, una ley histórica"*[95], *"Todas las voces todas vs. La xenofobia*"[96].

Finalmente, la actualidad política latinoamericana también constituye un tema del que cual se ocupa *6 7 8,* aunque no en la misma magnitud que los temas que hacen a la política nacional. Podemos destacar titulares como los siguientes: *"La derecha y la Corpo brasileña contra Lula"*[97], *"El Presidente de Honduras volvió a su país y hubo represión"*[98].

---

[87] *6 7 8*. "El Nieto 101 y el ejemplo de las Abuelas de Plaza de Mayo.". Informe emitido el día 5 de marzo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=bFJP5eXqfQs >

[88] *6 7 8*. "Encuesta: Ingreso universal por hijo.". Informe emitido el día 12 de noviembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=7brrDASbTGQ&feature=related>

[89] *6 7 8*. "Aumentos de la Asignación Familiar y de las jubilaciones". Informe emitido el día 8 de julio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=KBqAwHWhSlI&feature=related >

[90] *6 7 8*. "Macri y la educación en la ciudad". Informe emitido el día 3 de septiembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=XyokzhbR5ZU >

[91] *6 7 8*. "La Opo deshilachadísima". Informe emitido el día 26 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=Sv9jHGs_WmM>

[92] *6 7 8*. "Carrió confesó sus intensiones". Informe emitido el día 29 de agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=cR3kH9hTvWI>

[93] *6 7 8*. "Escuchas ilegales: Macri cada vez más complicado". Informe emitido el día 13 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=IMqdIdt03hM&feature=related>

[94] *6 7 8*. "Histórica movilización de los Pueblos Originarios". Informe emitido el día 20 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=gi51b_H3klw>

[95] *6 7 8*. "Matrimonio igualitario en Argentina, una ley histórica". Informe emitido el día 15 de julio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=3Yv9vkn36bo >

[96] *6 7 8*. "Todas las voces todas vs. la xenofobia". Informe emitido el día 20 de diciembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=3Yv9vkn36bo >

[97] *6 7 8*. "La derecha y la Corpo brasileña contra Lula". Informe emitido el día 20 de septiembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=wjLVr_RpsoE >

El programa suele ocuparse de acciones y declaraciones de actores que no forman parte del ámbito político, tales como artistas, periodistas, intelectuales, deportistas, etc. No obstante, coincidimos con los planteos realizados por Alabarces en que la referencia a los mismos se hace en función de sus repercusiones políticas: "el eje que estructura la selección de temas en *6 7 8* es siempre político" (Alabarces y Oliván, 2010: 28). De esta manera, la referencia a personajes extrapolíticos y a personalidades de "la farándula" busca siempre delimitar un "nosotros" y un "ellos", marcando quiénes se alinean al discurso del programa y del gobierno nacional y quiénes se oponen. Un informe del día 8 de Junio de 2010 titulado *"No nos merecemos estas divas"*[99] nos ilustra esto último. La pieza exhibe, en primer lugar, un fragmento del programa de Mirtha Legrand en el cual ésta le envía un "feliz cumpleaños" y "su solidaridad" a la propietaria de la empresa Clarín, Ernestina Herrera de Noble, acusada de sustracción de dos bebés durante la dictadura militar. Luego, el mismo informe muestra a Susana Giménez entrevistando en su programa a Mauricio Macri. En dicha entrevista vemos a Giménez refiriéndose al tema "inseguridad" y sugiriendo un aumento de políticas represivas.

Otro informe titulado *"Legrand se atragantó con Tinelli"*[100], muestra un fragmento de una entrevista realizada por Mirtha Legrand al conductor y animador Marcelo Tinelli. En un momento vemos a Legrand preguntándole a su entrevistado: ¿Que le pedirías a la presidenta si la tenés adelante? A lo que Tinelli respondió: "Me gustaría que nos una, que sea un factor de unión para los argentinos (…) que es una mujer elegante inteligente, muy capaz, que ha trabajado mucho por la Argentina, es una excelente persona y muy sensible".

Como vemos la referencia a distintos personajes, ya sea del ámbito del espectáculo, del periodismo o bien del ámbito académico, es realizada en función de poder ubicar a estas personalidades en términos políticos de un lado o del otro en relación a determinadas cuestiones.

---

[98] *6 7 8*. "El Presidente de honduras volvió a su país y hubo represión". Informe emitido el día 23 de septiembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=mQ20e4mCTCU >

[99] *6 7 8*. "No nos merecemos estas divas". Informe emitido el día 8 de junio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=NASby27_AD4 >

[100] *6 7 8*. "Legrand se atragantó con Tinelli". Informe emitido el día 30 de diciembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=LAhrSvDVQRA>

En el mismo sentido, la conversación y entrevista en vivo a los invitados en la mesa del programa no suele indagar profundamente en la actividad de los mismos. De esta forma aquello que vuelve relevante a la figura invitada no se convierte en un tema sino que estos son convocados para referirse a los tópicos impuestos por el informe.

Como exponíamos más arriba, junto con la política *los medios* y su accionar constituyen otro tema dominante en *6 7 8* en tanto que estos son colocados en el lugar de "poderosos adversarios políticos". Desde el programa se analiza y se toma postura frente a determinados acontecimientos de índole política pero con la particularidad de atender a la vez a la manera en que distintos medios se ocupan de esos sucesos.

Los medios y los periodistas son así analizados críticamente, como importantes factores de poder, a partir de la manera en que se refieren a determinados acontecimientos o la manera en que los omiten. Veamos esto último a través de los titulares de algunos informes del programa: "*El elogio de la CEPAL, ignorado por los medios hegemónicos"*[101], ***"****Las buenas noticias ignoradas y la operación inflación"*. [102]

Los grandes medios aparecen así representados por *6 7 8* como agencias "deformadoras de la realidad" en favor de sus intereses, productores simbólicos de un "irreal" clima de adversidad (inflación, inseguridad, etc.) mediante el cual se buscaría desgastar al gobierno de la presidenta Cristina Fernández. El programa se refiere a los grandes conglomerados de medios como "los Medios Hegemónicos" o "La Corpo": *"¿Está prohibido pensar distinto a los medios hegemónicos?"*[103], *"La Corpo mediática quiere matar... a las encuestas"*[104].

Entre estos medios aquellos pertenecientes al Grupo Clarín ocupan un papel preponderante, aunque con frecuencia se hace referencia al diario La Nación, la Revista Noticias, y el Diario Perfil. Desde los comienzos de *6 7 8* el análisis político mediático del multimedios Clarín estuvo presente, por lo que podemos afirmar que la permanente tematización de Clarín en tanto enemigo-adversario constituye un rasgo característico

[101] *6 7 8*. El elogio de la CEPAL, ignorado por los medios hegemónicos". Informe emitido el día 4 de agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=6QEYAX_h7G4>

[102] *6 7 8*. "Las buenas noticias ignoradas y la operación inflación". Informe emitido el día 6 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=_3EfYcMReVc&feature=related>

[103] *6 7 8*. "¿Está prohibido pensar distinto a los medios hegemónicos?". Informe emitido el día 9 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=ykvFQPOHPTQ>

[104] *6 7 8*. "La Corpo mediática quiere matar... a las encuestas". Informe emitido el día 14 de septiembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=lQzW-16PkM0>

del programa: "*El Clarín que sonó siempre"*[105], "*Clarín y la oscura historia de Papel Prensa"*[106] , *"Clarín y la institucionalidad"*[107].

Desde los informes muchas veces se hace referencia al grupo Clarín como "El Monopolio*": "El monopolio Clarín. Esto dicen, esto hacen"*.[108]

11.3.1. Motivos y elementos recurrentes.

Una característica temática de *6 7 8* está dada por la permanente repetición de determinados tópicos que se presentan como *leitmotivs* en los titulares de los informes. Entre estos motivos recurrentes podemos destacar principalmente la denuncia acerca de operaciones de prensa y maniobras desestabilizadoras llevadas adelante por los propietarios de grandes medios: "*Se desmorona la Operación Presupuesto"*[109], "*Operación inflación ¿Quiénes son los encuestadores privados?"*[110]. *"La Operación Cuádruple C: Clarín, Carrió, Cobos, Camaño*".[111]

Estos relatos de conspiración constituyen un tópico recurrente en *6 7 8:* la advertencia acerca de personas o grupos poderosos que secretamente manipula los acontecimientos en el país con el propósito de producir la caída del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. En este sentido el programa asume permanentemente una postura reveladora de ciertas tramas secretas y de la realidad oculta detrás del escenario "ficticio" construido por Los Medios.

---

[105] *6 7 8*. "El Clarín que sonó siempre". Informe emitido el día 17 de diciembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=g8BgvusG9T8&feature=related >

[106] *6 7 8*. "Clarín y la oscura historia de Papel Prensa". Informe emitido el día 5 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=hA6nl3QX3eE>

[107] *6 7 8*. "Clarín y la institucionalidad". Informe emitido el día 16 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=A4Iw4hunLmQ>

[108] *6 7 8*. "El monopolio Clarín. Esto dicen, esto hacen". Informe emitido el día 5 de febrero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=1A3dVdCI6Lk >

[109] *6 7 8*. "Se desmorona la Operación Presupuesto". Informe emitido el día 16 de noviembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=S1iZQbFHMKs > Ver Anexo 4.

[110] *6 7 8*. "Operación inflación ¿Quiénes son los encuestadores privados?". Informe emitido el día 13 de junio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=7ZPrgugBmA8>

[111] *6 7 8*. "La operación cuádruple C: Clarín, Carrió, Cobos, Camaño". Informe emitido el día 15 de noviembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=maeEaShxAsE&feature=related > Ver Anexo 4.

Otro tópico recurrente en el programa está constituido por la referencia a acontecimientos positivos ignorados por los grandes medios*: "Las buenas noticias ignoradas y la Operación Inflación".* [112] Ligado a esto último, la oposición entre "una Argentina de la buena onda y una Argentina de la mala onda" es otro motivo característico del programa.

El sostenimiento de la existencia de un "país real" más allá del país "virtual" construido por los medios "hegemónicos" o "monopólicos" constituye otro elemento recurrente en *6 7 8*: *"El país virtual vs. el país real. Lo que tapó la Operación Presupuesto"*[113]*, "Bicentenario real vs. Bicentenario virtual"*[114] *, "El trigo virtual vs. el trigo real y la explotación al trabajo rural"*[115].

La constante recurrencia de determinados tópicos en el informe, sumado a la frecuente reutilización y repetición de los mismos fragmentos del material de archivo confiere al programa un carácter "redundante".

El *deporte* aparece en *6 7 8* como un elemento al que se hacen fugaces referencias por lo que puede afirmarse que este constituye un tema que se ubica en un segundo nivel luego de los medios y la política.

El programa suele ocuparse al comienzo, durante la presentación de los temas del día, de celebrar los triunfos deportivos conseguidos por argentinos en distintas disciplinas: *"Mas triunfasos deportivos, Nalbandianaso"*[116]. Para dar cuenta que el tenista argentino, David Nalbandián, había pasado a semifinales del torneo U.S. Open. *"Argentina aplastó a Brasil"*[117] es otro título en alusión a la victoria de la Selección

---

[112] *6 7 8*. "Las buenas noticias ignoradas y la Operación Inflación". Informe emitido el día 6 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=5jGb3A2yaS0&feature=related > Ver Anexo 4.

[113] *6 7 8*. "El país virtual vs. el país real. Lo que tapó la Operación Presupuesto". Informe emitido el día 17 de noviembre de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=jWi9KQ2tC-o> Ver Anexo 4.

[114] *6 7 8*. "Bicentenario real vs. Bicentenario virtual". Informe emitido el día 28 de mayo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=sIUQzJ6j3Ls> Ver Anexo 4.

[115] *6 7 8*. "El trigo virtual vs. el trigo real y la explotación al trabajo rural". Informe emitido el día 20 de enero de 2011. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=6xVEaPprTZU&feature=related> Ver Anexo 4.

[116] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 1 de septiembre de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=seDpnFA0aUk&feature=player_embedded#at=498>

[117] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 4 de agosto de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=5XOGfUIE3Gw >

Argentina de Básquet frente a la de Brasil en el torneo Súper 4, disputado en la ciudad de Salta. El programa también suele hacer referencia a los logros deportivos del futbolista argentino Lionel Messi: "*Messi, hizo ocho goles en seis días"*[118], "*Practica para el 2014, Messi está intacto"*.[119]

Entre los días 11 de junio y 11 julio de 2010 tuvo lugar el campeonato mundial de fútbol llevado a cabo en Sudáfrica. Durante ese mes *el fútbol*, *el mundial* y *la selección* estuvieron presentes como temática: "*El gol de Palermo - Filosofía barata y botines de cuero"*[120], *"Mundial: Tévez y la prensa"*[121], *"6 7 8 - Mundial: Las anécdotas de Dalma Maradona"*.[122]

---

[118] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 22 de marzo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=l2mj09Lshxs>

[119] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 4 de agosto de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=5XOGfUIE3Gw >

[120] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 22 de junio de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=jilsw6WIZko>

[121] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 15 de junio de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=0sva3LfBA5Q>

[122] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 11 de junio de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=KwCvxYKW7co >

11.4. Rasgos Enunciativos.

11.4.1. Descripción del contrato de lectura.

A partir del análisis de los rasgos Retóricos y Temáticos en *6 7 8* podemos deducir la construcción de un contrato de lectura con fuertes componentes *pedagógicos y de complicidad.* La existencia de un contrato de lectura predominantemente objetivo, característico del discurso periodístico, estaría desdibujado por la permanente utilización de valoraciones y tomas de partido, junto con la utilización del humor, la burla la ironía y los dobles sentidos, elementos que rompen el efecto de un enunciado impersonal.

La presencia de distintos registros y tonos en *6 7 8* nos obliga a pensar en un contrato enunciativo *híbrido*, donde el vínculo construido entre enunciador y enunciatario varía, estableciendo situaciones de fuerte asimetría pedagógica entre estas instancias, combinadas con momentos de cercanía y complicidad. Veamos entonces en detalle como el discurso de *6 7 8* construye un vínculo pedagógico- cómplice:

Entre los elementos de *complicidad* podemos reconocer, en primer lugar, la utilización del "nosotros inclusivo" en frases como "llegaremos a tiempo", "somos boludos", "No nos merecemos estas divas". La emisión permanente de las fotos enviadas por los televidentes produce también una sensación de simetría e igualdad, un efecto de "formar parte de lo mismo". También reconocemos como un gesto de complicidad los "guiños" dados por el uso de figuras retóricas como la ironía, la parodia, y los dobles sentidos que suponen una información compartida entre enunciador y enunciatario. Tanto en los informes como en los momentos en vivo, los guiños se hacen también presentes en los distintos modos en que se hace referencia a prácticas, consumos y saberes cotidianos y compartidos: en el uso de un lenguaje coloquial, el uso de ropa informal de invitados y panelistas, en la músicas "populares", en el fútbol y el deporte, en la referencia a los espacios públicos y la calle. Todos estos aspectos construyen una relación de complicidad, amistad y compañerismo entre destinador y destinatario, produciéndose un efecto de acercamiento y simetría.

Como sosteníamos más arriba, estos elementos de complicidad se combinan en el discurso de *6 7 8* con elementos *didáctico pedagógicos*, dados por los modos en que el programa, advierte, aconseja y explica produciendo un vínculo desigual entre enunciador y enunciatario. Esto puede apreciarse, en primer lugar, en la permanente

presencia de aseveraciones y enunciación de leyes y principios generales, por medio de las cuales se busca cerrar el sentido en torno a una cuestión determinada: "Una de las cosas de las que nos estamos dando cuenta es que no es tan importante que tan rico es un país, sino que tan justo es un país, que tan equitativo es un país" (Sandra Russo). [123] "Tenemos que aceptar eso: somos unos canallas ante el ojo de la cámara (…) el juego lo marcan los medios, estamos cautivos de los medios"[124] (Orlando Barone).

Los informes también poseen un alto componente pedagógico que se presenta de distintas maneras. En ocasiones el propio locutor que constituye la voz del informe se encarga directamente de cerrar el sentido del mismo explicando lo que se está mostrando. Por ejemplo en el programa del día 31 de agosto de 2009 un informe muestra un fragmento de una entrevista realizada por un programa del canal TN al diputado oficialista Claudio Morgado. Vemos a Morgado discutir con su entrevistador luego de advertir el zócalo colocado por la producción: "Ley K de control de medios". En un determinado momento la imagen se congela y se escucha la voz en off del locutor del informe que dice: "Aclaración al debate: La diferencia es que Claudio Morgado es diputado y representa a una parte de la población y los medios se dicen independientes… ¿Se entendió no?"[125]

También el informe aconseja y explica en la manera en que se recorta y dispone el material de archivo mediante los recursos de la edición. Por ejemplo, en un informe del día 27 de agosto de 2009 titulado *"La nueva ley de radiodifusión, el debate"*, se reproducen fragmentos de noticieros emitidos por el canal TN en los cuales se muestra a distintos periodistas de este medio sosteniendo que la oposición al gobierno nacional se habría manifestado "en contra" del proyecto de modificación de la Ley de Radiodifusión. Inmediatamente se reproducen algunos recortes de reportajes televisivos en los cuales se ve a políticos de la oposición como Pino solanas y Margarita Stolbizer apoyando el proyecto de sanción de una nueva ley. De esta forma mediante el recurso del montaje se construye una explicación y una advertencia al televidente acerca de cierta información "falsa" proporcionada por TN. Sobre el final del informe esas

[123] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 26 de mayo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=lCkkx7BEvRM> Ver Anexo 4.

[124] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 30 de junio de 2009). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=UiEvWycKz-w > Ver Anexo 4.

[125] *6 7 8*. "Ley de Radiodifusión. El debate". Informe emitido el día 31 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=NlmHl1e8F7U&feature=related> Ver Anexo 4.

imágenes son repentinamente interrumpidas por un audio de un programa radial conducido por Víctor Hugo Morales, el cual montado en forma contigua, produce un efecto de sentencia y un juicio sobre el tema al que se hace referencia: "Cuando el periodismo se convierte en negocio fuera del periodismo, cuando el negocio deja de ser vender publicidad para financiarse y para obtener las justificadas ganancias que correspondan, estamos perdidos. Cuando se avanza sobre todo tipo de intereses y son los ejecutivos de los negocios más importantes que los periodistas del medio o del multimedios el periodismo pierde. Y estos han sido años nefastos en ese sentido" (Audio Víctor Hugo Morales). [126] Mediante este tratamiento especial del material de archivo las palabras de Víctor Hugo en el informe pasan a cumplir una función moralizadora en relación a la información que se viene proporcionando y estableciendo en forma general que es "lo bueno" y que es "lo malo". En este caso el informe cumple un rol pedagógico al "hacer suyas" las palabras de Víctor Hugo, para advertir al espectador acerca de "los peligros de la concentración mediática y de los beneficios de una ley de medios que la regule".

Otras veces, el vínculo pedagógico es construido al interior del informe de modo más explícito, como por ejemplo mediante la sección llamada *"6 7 8 Kids, la sección del purretaje"*. La misma constituye una metáfora de una clase en un aula de escuela primaria. Vemos en principio la imagen del ex presidente Fernando de la Rúa junto con imágenes de las protestas que provocaron su caída a fines de 2001. Se observa luego la imagen fija de una maestra con guardapolvo escribiendo en un pizarrón, sobre el cual aparece un texto emulando el planteo de un problema matemático: ¿Por qué si huyó del país asesinando a 30 personas al partido X lo llaman blando, y en cambio al partido Y que jamás reprimió lo llaman autoritario? [127]

Los distintos modos en que permanentemente se interroga a la audiencia, preguntándole acerca de determinadas cuestiones, constituye uno de los principales elementos mediante los cuales se establece un contrato pedagógico. Lo mismo puede decirse de la provisión de datos y precisiones.

---

[126] *6 7 8*. "La nueva Ley de Radiodifusión. El debate". Informe emitido el día 27 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Fragmento recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=cjhDV6nb6zo> Ver Anexo 4.

[127] *6 7 8*. "*6 7 8* Kids, la sección del purretaje". Informe emitido el día 13 de enero de 2010. [Archivo de Video]. Fragmento recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=R2EYXnTpwo8&feature=related> Ver Anexo 4.

El informe instala los temas, proporciona las claves de lectura del material de archivo compilado y contribuye a anclar fuertemente los sentidos, señalado “lo importante”. Aparece el gesto de “guiar” permanentemente al espectador: mediante la redundancia, la constante repetición de imágenes y palabras junto con determinados temas y motivos recurrentes (las operaciones destituyentes de los medios, la oposición *país real* versus *país virtual*, etc.) son elementos que contribuyen a clausurar, a fijar el sentido y a establecer determinadas lecturas posibles de la actualidad a partir de ciertos tópicos. También aparece en el informe el gesto de “guiar” a la audiencia en la frecuente utilización de placas con texto sobre el material de archivo compilado.

La manera en que desde el programa se aconseja “no creerle al Monopolio Clarín”, junto con el modo en que se advierte acerca de conspiraciones y planes digitados secretamente por agentes poderosos de la política y los medios: la “Operación Inflación”, la “Operación Presupuesto”, etc. , constituyen todo un acto pedagógico. El mismo está dado por una constante actitud de revelar estas “operaciones secretas” indicando, señalando a las audiencias que es “lo real” detrás de “lo virtual”.

Podemos mencionar finalmente, como marca de un contrato didáctico pedagógico entre partes desiguales, los modos en que el público del programa aparece representado. Como se mencionó, la participación de la audiencia durante el programa está dada por la tribuna conformada por gente que solo vemos gritar y aplaudir al comienzo y final de cada bloque. Esa imagen del público como “tribuna de seguidores” es complementada con la exhibición, antes y después de la tanda publicitaria, de fotografías de espectadores en poses sonrientes y alegres, las cuales son enviadas por los propios televidentes a la producción. El público, como tal, no suele tomar la palabra en ningún momento del programa, (salvo en alguna ocasión atípica en la que se emitieron materiales subidos a Facebook y en alguna cobertura realizada por un móvil en vivo). Únicamente el día del fallecimiento de Néstor Kirchner la tribuna fue protagonista en un programa especial en el que ésta estuvo constituida exclusivamente por personalidades públicas y famosas. Los escasos espacios dedicados al público contribuyen así a producir un efecto de asimetría entre un destinador que “sabe y habla” y un destinatario “que no sabe y recibe”.

11.4.2. Enunciador y enunciatario construidos.

Si seguimos lo expuesto por Alabarces en relación a las características del enunciador en *6 7 8* podríamos sostener que se trata en primer lugar de un enunciador "de clase media" (Alabarces, 2010: 148). Por nuestra parte podríamos agregar que se trata de un enunciador *confrontativo, luchador arriesgado, desafiante,* que se enfrenta al monopolio y los poderosos. Es también un enunciador *comprometido* con una causa, y a la vez es *crítico* y *sabio* o *conocedor*, que no se deja engañar y que está al tanto de cual es la verdad detrás de las "siniestras" operaciones de sus adversarios. Se trata a la vez de un enunciador *chistoso, gracioso* y *con buen humor*, que hace bromas, se burla y juega con los dobles sentidos. Es, finalmente, un enunciador *sencillo* y *descontracturado,* que se viste informalmente y hace un uso coloquial del lenguaje.

Veamos además cuáles serían las características del enunciatario construido por *6 7 8*, ¿Cómo sería el sujeto interpelado por el programa? Y en este sentido: ¿Qué imagen de destinatario construye?

Podríamos afirmar primeramente que el programa produce un enunciatario *inocente* y *desprotegido*, el cual necesitaría que lo defiendan y que le enseñen a comprender y a distinguir lo verdadero detrás de lo falso. En este sentido es también un enunciatario *susceptible de atender y aprender*, que acepta explicaciones y se deja guiar permanentemente. Es también *seguidor y fiel* de quien le enseña, desconfiado de otros puntos de vista y capaz de hacer suya la causa de quien le enseña. Se trata de un enunciatario que está *ávido de información*, que se encuentra permanentemente intrigado acerca de los acontecimientos. Es de *clase media*, escolarizado con cierto nivel de capital cultural, como para interesarse por los temas que se le presentan y capturar los chistes y dobles sentidos. No obstante es también *informal*, camina por la calle y transita espacios públicos. Es un enunciatario *comprometido*, capaz de tomar partido por una causa y enfrentar adversarios. Finalmente es un enunciatario *de buen humor*, capaz de reírse del mundo y su situación.

En suma: el programa produce discursivamente un enunciatario seguidor, "buena onda" pero a la vez sumamente dependiente y "fanático", el cual necesita que le señalen, que lo guíen permanentemente por "el camino de la verdad", más allá del discurso mentiroso de "Los Medios". Se trata de un enunciatario eufórico, apasionado, divertido, pero que es también capaz de guardar silencio y adoptar una aptitud receptiva frente a ciertas cuestiones que se le plantean.

11.4.3. ¿Información o política?

.

El discurso de *6 7 8* es difícil de encuadrar en un género definido. Se trata de un discurso sobre la actualidad, que como veíamos más arriba, no se pliega en absoluto a los cánones de objetividad requeridos por los géneros informativos propios de la prensa liberal. Desde el propio programa esto fue convertido en un tópico en el debate "*Periodismo independiente y periodismo militante*". [128] No nos detendremos aquí en un análisis acerca de la pretendida objetividad del periodismo. Nuestra postura quedó definida al comienzo, cuando afirmamos que la realidad está siempre mediada por el discurso, siempre histórico y contingente, por lo que toda afirmación sobre el mundo implicaría una parcialidad. No obstante, podemos afirmar que si bien existen estrategias discursivas para producir un *efecto de objetividad* (uso de un lenguaje impersonal, anulación de valoraciones y adjetivaciones, etc.) éstas no forman parte del estilo de *6 7 8*.

Por nuestra parte sostendremos que una de las características estilísticas de *6 7 8* está dada por exhibir ciertos rasgos pertenecientes al discurso informativo: tratamiento de temas y acontecimientos actuales, descripciones, análisis, informes, etc., a partir de un modo enunciativo que es más bien propio del discurso político.

Eliseo Verón describe el discurso político como un tipo discursivo en el cual el enunciador construye simultáneamente tres destinatarios: el "prodestinatario", el "contradestinatario" y el "paradestinatario" (Verón: 1987).

El *prodestinatario* del discurso es el destinatario positivo, "posición que corresponde a un receptor que participa de las mismas ideas, que adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciador" (Verón, 1987: 17). Según Verón la relación que establece el enunciador político con su prodestinatario cobraría la forma de un "colectivo de identificación" que estaría expresado en el "nosotros inclusivo" (Verón, 1987: 17). La afirmación de Verón resulta muy conveniente en función de los objetivos de nuestro trabajo, ya que si tenemos en cuenta el discurso de *6 7 8*, vemos que efectivamente el mismo construye desde la enunciación su colectivo de identificación. Éste está dado por la afinidad con las políticas impulsadas por el gobierno nacional: aumento de la participación del Estado, una mayor redistribución, reforma de la ley de medios, etc. El colectivo de identificación (para nosotros el colectivo seisieteochista) es el colectivo constituido por todos los que, según expresa

[128] *6 7 8*. "*Periodismo independiente y periodismo militante*". Informe emitido el día 25 de noviembre de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=FoMHLEL7-as>

irónicamente Barragán en su canción, "somos boludos", los que "llegaremos a tiempo"[129], los que forman parte del "Club de la Buena Onda", los que no se creen las mentiras del Monopolio.

No obstante, el discurso de *6 7 8* no se dirige solamente a ese otro positivo, también se dirige al mismo tiempo a un otro negativo, el *contradestinatario*: "la enunciación política es inseparable de la construcción de un adversario" (Verón, 1987:16). El lazo del enunciador con el contradestinatario reposa en una "inversión de la creencia, lo que es verdadero para el enunciador es falso para el contradestinatario e inversamente" (Verón, 1987:17). Como se verá en la última parte, el programa construye permanentemente sus oponentes, principalmente encarnados en la figura de "Clarín". En este sentido lo que es verdad para Clarín y la derecha opositora, es desde *6 7 8* una falsedad, una distorsión.

El *paradestinatario* es finalmente la figura a la que el enunciador del discurso político se dirige con intención de atraer. A esta figura va dirigida "todo lo que en el discurso político es del orden de la persuasión" (Verón, 1987:17).

Estas tres funciones propias del discurso político descriptas por Verón: "refuerzo", "polémica" y "persuasión" están presentes en entre los rasgos enunciativos de *6 7 8.*

El discurso político estaría además caracterizado, según Verón, por la presencia de ciertos "componentes", entre los cuales nos interesa destacar en relación a *6 7 8* el "*componente descriptivo"*, el "c*omponente didáctico"* y el "*componente prescriptivo"*.

El *componente descriptivo*, está dado por el ejercicio de "la constatación: balance de una situación" (Verón 1987: 20). Por ejemplo: "En 1910 el gobierno se parecía muchísimo al de Macri. Este gobierno tan oligarca (…) muy parecido a la gente adentro del Colón. Esa situación me pareció como una postal de la exclusión absoluta. Adentro estaban los que podían pertenecer y afuera estaban todos los demás. Es una cosa importante que creo que nos define hoy como país"[130] (Carla Chudnovsky). "El jubilado se desjubiló desde hace muchos años, desde antes de Norma Plá. Y la sociedad se acostumbró a tratarlos como pobrecitos (…) sin darse cuenta que estaban hiriendo la identidad de nuestros mayores. Esta degradación de la palabra tiene que ver con la

[129] Nombre de la canción perteneciente a la artista Rosana, utilizada como cortina en 6 7 8.

[130] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 26 de mayo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=lCkkx7BEvRM> Ver anexo 4.

economía degradada. Los jubilados pasaron a ser un objeto de compasión"[131] (Orlando Barone).

La intención de describir el panorama social esta muy presente en *6 7 8.* El programa le explica a su audiencia, por ejemplo cuando intenta dar respuesta a la pregunta *"¿Quién es quién en la Argentina?"*[132]. Detalla como está dividida la sociedad en términos de sectores a favor y en contra de determinadas políticas. También se ocupa de describir, por ejemplo, el actual estado de concentración mediática en el país y el enorme poder con el que cuentan los medios de comunicación. Explica además determinados acontecimientos de actualidad como operaciones montadas por poderosos sectores de la oposición. Por ejemplo: *"Presupuesto 2011: La opereta de Carrió, Clarín y afines"*[133] Este componente descriptivo estaría, según Verón presente en otros discursos sociales como el discurso de la información, pero "la diferencia entre el discurso de la información y el discurso político reside en el hecho de que en el primero el enunciador aparece como mediador-testigo, mientras que el enunciador político se construye a sí mismo como fuente privilegiada de inteligibilidad" (Verón, 1987: 21). Como se sostenía antes, la posición asumida por *6 7 8* como agente "revelador", que muestra "lo que no está en los medios" lo acerca en este aspecto al modo de enunciación política: "Hay un mensaje general que distorsiona la realidad de las personas (…) pero la realidad mostrada por los medios hegemónicos es totalmente distinta a la realidad que plantea el mundo real"[134] (Orlando Barone).

El *componente didáctico* del discurso político tiene que ver según Verón con proporcionar un conocimiento pero no implicaría la evaluación de una situación sino la enunciación de un principio general (Verón, 1987: 21). Por ejemplo: "La idea de periodismo ideológico…. yo no comparto que se pueda hacer otra cosa, porque los que defienden el presunto periodismo profesional o independiente, también son militantes

[131] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 28 de julio de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=cyzJf7BA3eM> Ver anexo 4.

[132] *6 7 8.* "¿Quién es quién en la Argentina?".Informe emitido el día 5 de marzo de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=HxKpH_smR5k&feature=player_embedde>

[133] *6 7 8.* "Presupuesto 2011: La opereta de Carrió, Clarín y afines". Informe emitido el día 14 de noviembre de 2010. [Archivo de Video].Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=lG8iiCecCLE>

[134] *6 7 8.* (Fragmento del programa emitido el día 27 de agosto de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=cyzJf7BA3eM > Ver anexo 4.

de la oposición"[135] (Sandra Russo). "Quienes saben que los medios mienten y omiten son los que hacemos los medios, los periodistas, así como quien sabe las miserias de un hospital es el médico y el enfermero que trabaja en el hospital"[136] (Orlando Barone).

Finalmente nos interesa destacar la presencia en *6 7 8* del componente *prescriptivo* propio del discurso político, el cual es según Verón "del orden del deber, del orden de la necesidad deontológica" (Verón 1987: 21). El programa invita a tomar una postura y en este sentido sostiene como eslogan "multiplicar es la tarea"[137], sumar voces a favor de la Ley de Medios y demás políticas llevadas adelante por el gobierno kirchnerista. Sostiene además la necesidad de realizar una lectura de los acontecimientos más allá de lo difundido por "La Corpo mediática".

[135] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 25 de noviembre de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=IY4MmVKE2wo> Ver anexo 4.

[136] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 5 de marzo de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=6ElpIA9Pr70>

[137] La frase pertenece a la canción Tratando de Crecer (autor: Fito Páez), la versión interpretada por Juan Carlos Baglietto es utilizada como cortina musical en *6 7 8*. Ver anexo 4.

12. Ellos y nosotros. La construcción del enemigo en *6 7 8.*

12.1. Antagonismo, política e identidad.

El último aspecto que nos interesa destacar en este trabajo tiene que ver con la producción discursiva de la figura de un enemigo por parte de *6 7 8*. Entendemos que el sostenimiento desde el programa de Clarín como "*sede de un antagonismo*" (Laclau y Mouffe, 1987: 174) cumple un papel fundamental en la emergencia y delimitación de lo que denominamos el colectivo *seisieteochista*.

Para entender esto creemos que es conveniente retomar algunos planteos realizados al comienzo en relación a constitución de las identidades al interior de la sociedad. Insistimos en que la manera en que se articulan un conjunto de fuerzas sociales bajo una identidad concreta posee una lógica que es *discursiva-histórica y contingente*. Las identidades en el terreno social no son esencias inmutables, sino construcciones parciales cuyos límites deben ser permanentemente disputados. En relación al tema que nos ocupa, el acto mediante el cual el significante "*6 7 8"* ha pasado a representar diversos actores sociales como si constituyeran un todo unificado es de naturaleza *política*, un acto de construcción de hegemonía ya que se trataría, siguiendo a Laclau, de una particular articulación de actores, fuerzas sociales y demandas bajo un determinado punto nodal.

Ahora bien, dado el carácter contingente de toda identidad social, definir lo que "se es", implica a la vez definir lo que "no se es". Esto implica producción de un límite, una frontera entre un nosotros y un ellos. Es por esto que la producción de un agente externo es condición necesaria para definir una totalidad social como un campo unificado. "La existencia del otro se convierte en una condición de posibilidad de mi identidad, ya que sin el otro yo no podría tener una identidad. Por consiguiente, toda identidad queda irremediablemente desestabilizada por su exterior y el interior aparece como algo siempre contingente. Esto cuestiona cualquier concepción esencialista de la identidad y excluye cualquier intento de definir de manera concluyente la identidad o la objetividad". (Mouffe, 1999: 21)

Si tenemos en cuenta esto en el plano de formación de las identidades políticas, en la medida que no existe razón alguna para que un conjunto de fuerzas sociales, con demandas particulares, se unifiquen como un frente único es necesario que entre ellas mantengan una relación de equivalencia en oposición a un enemigo común: un

antagonista. “Todo bloque histórico, o formación hegemónica, se construye a través de la regularidad en la dispersión (…) toda forma de poder se construye de manera pragmática e internamente a lo social apelando a las lógicas opuestas de la equivalencia y la diferencia” (Laclau y Mouffe, 1987: 186). De esta manera, en el mismo momento en que se identifica al “otro” enemigo se identifica un “nosotros” las víctimas, permitiendo construir por oposición un colectivo social como una *cadena de equivalencias unificadas*. “Es solo a través de la negatividad, de la división y del antagonismo que una formación puede constituirse como un horizonte totalizante” (Laclau y Mouffe 1987:188)

Laclau plantea que mediante la articulación de demandas sociales bajo un punto nodal se avanza en la construcción identitaria del “pueblo”, el cual no existe como una esencia a priori, sino que es resultado de una disputa simbólica. La construcción de un polo popular se realiza para este autor en la posibilidad de dividir el espacio social en dos campos antagónicos específicos: un nosotros y un ellos, los débiles y los poderosos. Un conjunto de demandas particulares que no encuentran satisfacción en un determinado sistema se unifican parcialmente como una totalidad de reclamos “equivalentes” en la medida en que pertenecen al lado interno de una frontera de exclusión (Laclau, 2002). La construcción de la figura del antagonista resulta clave para la institución de una identidad colectiva. La producción discursiva de un “otro amenazante” es desde este enfoque lo que permite fundar los límites del sistema (Laclau, 1996).

Mouffe y Laclau retoman la tesis de Carl Schmitt para quien “el fenómeno de lo político puede ser comprendido solo mediante la referencia a la posibilidad real del reagrupamiento amigo-enemigo” (Schmitt, 1984: 32). Para estos autores, una sociedad sin enemigos, sin exclusiones, como sostiene el discurso liberal, a partir de la idea de una administración estatal racional, comprensiva de todos los sectores por igual, sería una sociedad sin política, en la cual sería imposible construir nuevos “nosotros” y trazar nuevas fronteras.

Por nuestra parte, hemos partido del supuesto de que las identidades en el terreno social no existen bajo la lógica de la pura armonía y consenso total sino que se encuentran en permanente construcción y disputa. Aceptaremos lo expuesto por Laclau y Mouffe y sostendremos que “toda forma de consenso implica una articulación hegemónica y siempre existirá una exterioridad que impedirá su realización plena” (Laclau y Mouffe, 2004: 18).

Siguiendo a Schmitt podríamos afirmar que lo que permite la unidad política de un grupo requiere de la posibilidad de distinguir un enemigo. “La unidad política presupone la posibilidad real del enemigo y por consiguiente otra unidad política (…) La unidad política no puede ser, por su esencia, universal en el sentido de una unidad abarcante de toda la humanidad y de todo el planeta (Schmitt, 1984: 49 y 50). A partir de aquí, entenderemos que la posibilidad de construir lazos políticos, de fijar parcialmente un conjunto de demandas y actores sociales bajo una identidad, se basa en la posibilidad de construir enemigos-antagonistas-adversarios. Si “la hegemonía es un tipo de relación política” (Laclau y Mouffe, 1987: 186) lo político implicará siempre el reagrupamiento amigo-enemigo. La construcción de la propia identidad a partir de la construcción de otro que se opone y amenaza la existencia de un nosotros a la vez que produce los propios límites de ese nosotros.

Como sosteníamos anteriormente la construcción de un adversario constituye una marca enunciativa característica del estilo *6* 7 8. El discurso del programa se dirige a un contradestinatario, como entidad opuesta al “nosotros” definido por el colectivo de identificación. Buscaremos a continuación ejemplificar este punto analizando en distintas emisiones del programa algunas situaciones que contribuyen a producir un antagonista claramente definido. Es importante aclarar que se trata de una selección de momentos y elementos considerados pertinentes. No obstante entendemos que éstos servirán para ilustrar como *6 7 8,* en tanto discurso, recorta y delimita un adversario común para un conjunto de agentes sociales, contribuyendo así a producir “efectos de frontera” (Laclau 1987), a construir un colectivo social, un “nosotros” a partir de un “otro que nos corrompe”.

12.2. Definiendo al adversario desde el discurso.

Intentaremos primeramente ilustrar como al interior de *6 7 8* se construye la figura de Los Medios, principalmente al multimedio Clarín, como el antagonista. Esto permite dividir el campo social en dos polos opuestos y establecer la identidad de un "nosotros" y un "ellos".

A finales de agosto de 2009, *6 7 8* titula uno de sus informes con la pregunta: *"¿Quiénes defienden el monopolio de los medios?"*[138] Del lado del Monopolio aparecen en ese informe identificadas figuras de la oposición: Carrió, De Narváez y Macri. Gracias a la identificación de "Los medios" como "el poder", se establece los que están de un lado y del otro de la frontera de exclusión. El panelista Orlando Barone opinó acerca del informe: "Ocurre que el poder, si estuviera diversificado y fuera todo el periodismo, el poder no seria el poder monopólico que está hoy concentrado que tiene un poder político más grande (…) enanístico respecto a los grandes medios, Grupo Clarín en especial"[139].

Otro informe de ese mes busca también establecer que actores sociales están a favor y quienes en contra de la sanción de la nueva Ley de Radiodifusión. El informe toma las declaraciones de Elisa Carrió: "No tenemos ningún problema en defender a llamados grupos económicos si es para defender la libertad de expresión". Inmediatamente se monta un audio del programa radial del periodista Víctor Hugo Morales, en el que se lo escucha decir: "La oposición está totalmente alineada con el multimedio Clarín, que es el grupo poderoso que se sentirá afectado".[140]

A la vez que desde el programa se sostiene la figura de un "otro" se construye un "nosotros" unificado por equivalencia entre demandas sociales que se opongan a Los Medios. Por ejemplo en el programa del 17 de enero de 2010, *6 7 8* realiza un informe sobre Milagro Sala, líder del movimiento indigenista Túpac Amaru. El informe se titula "*Los Medios vs. Milagro"*[141], en el cual se busca dar cuenta como periodistas del

---

[138] *6 7 8*. "¿Quiénes defienden el monopolio de los medios?" Informe emitido el día 31 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=tkNYuLWVXBA> Ver Anexo 5.

[139] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 31 de agosto de 2009). [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=tkNYuLWVXBA > Ver anexo 5.

[140] *6 7 8*. "La nueva Ley de Radiodifusión. El debate" Informe emitido el día 27 de agosto de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=cjhDV6nb6zo> Ver anexo 5.

multimedios Clarín desprestigian a esta organización y su dirigente, calificándola de "violenta".

De forma similar, en Julio de 2010, el momento en que se debatía en el Congreso la Ley de Matrimonio Igualitario[142] impulsada por el oficialismo, un informe presentado en *6 7 8* se tituló: *"Matrimonio igualitario, ¿Quienes están de cada lado?"*[143]. Durante el informe dice la voz en Off del locutor: "al igual que como sucedió con la ley de democratización de medios quienes están a favor quienes están en contra definen la calidad de las posturas. La derecha en contra". De esta manera se identifica a los mismos que están a favor de Clarín como opositores a la ley de matrimonio igualitario.

También se construye la figura de Clarín como opuesta a las organizaciones de Derechos Humanos. Por ejemplo, al resaltar la causa por la que se indaga a una de las propietarias de este medio, Ernestina Herrera de Noble, por la apropiación de dos niños durante la última dictadura militar. *"Los hijos de Noble, los Derechos Humanos de ayer y de hoy"*[144] es uno de los tantos informes emitido en el programa en el que se hace referencia a este tema.

Desde agosto de 2010 el programa comenzó a dar lugar a las investigaciones que vinculaban a Héctor Magnetto, CEO del Grupo Clarín y co-propietario de la empresa, con el traspaso ilegal de acciones de Papel Prensa[145] durante la última dictadura militar. En un informe titulado *"La causa Papel Prensa: grave acusación contra Magnetto"*[146] se explica como el director de Clarín, apoyado por la Junta militar, habría presionado a

---

[141] *6 7 8.* "Los medios vs. Milagro" Informe emitido el día 17 de enero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=CV9yJX1YRKg&feature=related> Ver anexo 5.

[142] La ley finalmente sancionada el 15 de julio de 2010 habilita el matrimonio para personas del mismo sexo.

[143] *6 7 8.* "Matrimonio igualitario, ¿Quienes están de cada lado?" Informe emitido el día 8 de julio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=qic8lsKewFc> Ver anexo 5.

[144] "Los hijos de Noble, los derechos humanos de ayer y de hoy". Informe emitido el día 3 de enero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=B4fuk4Y8Crw&playnext=1&list=PL505494D726EA3625> Ver anexo 5.

[145] Papel Prensa S. A. es una empresa argentina dedicada a la producción de papel de diario.

[146] *6 7 8.* "La causa Papel Prensa: grave acusación contra Magnetto". Informe emitido el día 15 de agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=0_Wj-0Y0ubA> Ver anexo 5.

la propietaria de las acciones de la empresa para que las cediera a los diarios Clarín, La Nación y La Razón. El sostenimiento del vínculo de Magnetto y Herrera de Noble con la dictadura militar instaurada en 1976 constituye un lugar común en el programa.

En suma, *6 7 8* se convierte en referente identitario al lograr unificar como *equivalentes* un conjunto de demandas y actores sociales por oposición al Monopolio. El programa construye en forma permanente un otro amenazante, *un antagonista* (los Medios Hegemónicos-Clarín) lo cual permite agrupar a un vasto conjunto de sectores y demandas diversas como contrarias a ese poder. El programa emitido el día 9 de setiembre de 2010, al cual asistió como invitado el músico *Lito* Vitale, ilustra claramente el modo en que *6 7 8* se encarga de producir un "nosotros" por oposición al "Monopolio". Sobre el final del programa Barone le comentó a Vitale acerca de su participación como invitado: "Vos no venís acá como oficialista del gobierno sino como contrario de grupos hegemónicos, contrario a los que no quieren los Derechos Humanos, contrario a los que quieren sembrar una economía de exclusión (…) vos venís como contrario a eso, olvidate del oficialismo" (Barone). [147]

Prestemos atención a los titulares de algunos de los informes de *6 7 8* en los cuales se aprecia como el discurso del programa excluye del "nosotros" a Clarín como antagonista, vinculándolo además con una serie de figuras aliadas de la oposición. *"Clarín Vs. la Argentina"*[148] es un informe que muestra distintos titulares del diario Clarín en los cuales se sostiene un clima de "inseguridad jurídica" que desalentaría las inversiones. Luego se escucha al locutor del informe comentar: "Es extraño, cualquier argentino ya sea que simpatice más o que simpatice menos con este gobierno elige los intereses de los argentinos por los de los extranjeros… ¿Por qué Clarín se pone del lado de los otros?"

Un informe emitido el 21 de junio de 2010 durante el Campeonato Mundial de Fútbol se tituló: *"Todos nos abrazamos... todos... menos uno"*.[149] En esta pieza escuchamos primeramente al locutor diciendo "Cada vez son más las voces que se

[147] *6 7 8*. (Fragmento del programa emitido el día 9 de septiembre de 2010). [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=E8WCnbDEYaE&feature=related> Ver Anexo 5.

[148] *6 7 8*. "Clarín vs. la Argentina". Informe emitido el día 18 de diciembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=MPjQcYKDLyM> Ver Anexo 5.

[149] *6 7 8*. "Todos nos abrazamos... todos… menos uno". Informe emitido el día 21 de junio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=60vlMfEvQXY> Ver Anexo 5.

suman a la buena onda reinante". Inmediatamente se exhiben distintas imágenes y audios de distintas personalidades argentinas opinando acerca de la situación del país. Se muestra primero al actor Gerardo Romano: "Está bien el mundial, el Bicentenario, el crecimiento del seis por ciento el primer trimestre, la democracia… está contenta la gente". Se escucha, luego, al conductor televisivo Marcelo Tinelli: "Cuando veo al mundo como está y veo como estamos nosotros, yo siento que estamos en un país que está andando bien". Sobre el final del informe, estas afirmaciones son contrastadas con la referencia a la "mala onda" de algunas noticias difundidas por los medios pertenecientes al Grupo Clarín.

"La cadena del fascismo"[150] es un informe que busca establecer cómo distintas personalidades ligadas a la dictadura se encuentran estrechamente vinculadas a la "derecha" opositora y al Grupo Clarín. Vemos, por ejemplo, fotografías de Ernestina Herrera de Noble (propietaria del medio) brindando Junto al dictador Rafael Videla. Luego vemos un fragmento de una entrevista realizada al político opositor Mauricio Macri, en la que éste expresa su simpatía con el militar Osvaldo Cacciatore, quien gobernara de facto la ciudad de Buenos Aires durante la última dictadura. También se muestran imágenes en las que se ve a Macri nombrando como Ministro de Educación de Buenos Aires a Abel Posse, también funcionario de la Dictadura Militar. A continuación se montan imágenes de una conferencia del político opositor Eduardo Duhalde reivindicando a Posse. Como se ve, el informe contribuye a dividir en dos campos el terreno social. Construye por asociación una cadena de equivalencias entre distintos actores sociales, los cuales en su vínculo con Clarín constituyen un conjunto de adversarios definidos.

De manera análoga el día 24 de enero de 2010, se presentó un informe denominado *"Cobos la oposición y Clarín"*[151], en el cual se busca establecer una relación de afinidad entre distintos personajes de la oposición y el grupo multimediático. Se destaca en el informe una nota del diario Miradas al Sur titulada: "Magnetto el consejero de Cobos". Luego se exhibe un fragmento de una conferencia de Elisa Carrió afirmando: "los hijos de la señora Herrera de Noble son nuestros hijos".

[150] *6 7 8*. "La cadena del fascismo". Informe emitido el día 27 de diciembre de 2009. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=NDZ7PjazuK4&feature=related> Ver Anexo 5.

[151] *6 7 8*. "Cobos la oposición y Clarín". Informe emitido el día 24 de enero de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=PQUHHbTt10U&feature=related> Ver Anexo 5.

Otro modo de representación por parte de *6 7 8* de Clarín como un "poderoso enemigo" está dado por la recurrencia con la que se lo denuncia como un agente deformador, ocultador. Como se expuso anteriormente, la denuncia acerca de operaciones y maniobras secretas llevadas a cabo por "Clarín y sus aliados de la Oposición", constituye un motivo recurrente en el programa. En este sentido parte de la construcción de Clarín como el antagonista es realizada en *clave conspirativa*. La Corpo (Clarín y los grandes medios) es representada como "un poder detrás del poder" que, junto con La Derecha, siniestramente mueve los hilos de los acontecimientos en el país según sus intereses, ocultando hechos y ofreciéndonos una realidad deformada por medio de una red de medios y periodistas.

Pensemos en los elementos que nos permiten afirmar este componente conspirativo en el discurso de *6 7 8*. En primer lugar podemos ver como aparece permanentemente la alusión a "las estrategias del Monopolio" como una operación, un plan siniestro para generar pánico en la sociedad y erosionar al gobierno. En el programa del día 6 de junio de 2010, se realizó un informe titulado: *"Los medios y las operaciones"*[152]. En este informe se denuncian varios de estos "planes siniestros", como la difusión del libro de Martín Redrado, ex director del Banco Central que fuera removido de su cargo, la amplificación del fenómeno de la pandemia de Gripe "A" y las alertas acerca de una Inflación imparable. Al respecto la panelista Sandra Russo opinó luego del informe: "cuando se habla de maniobras destituyentes muchas veces se piensa en cosas mucho más sofisticadas que este goteo de información falsa" (Sandra Russo).

En relación a lo que se tituló en varias emisiones de *6 7 8* como el "Operativo desánimo", el día 6 de abril de 2010 salió al aire un especial cuyo nombre era *"Las buenas noticias ignoradas y la Operación Inflación"*[153], El Monopolio se habría encargado de ocultar cuestiones "positivas" como por ejemplo el aumento del turismo y el reparto de netbooks a los estudiantes.

Desde *6 7 8* el director de Clarín, Héctor Magnetto, es colocado como el jefe del Monopolio, el verdadero "poder detrás del poder" encargado de digitar los acontecimientos de la política. Desde el programa del día 8 de agosto de 2010 se

[152] *6 7 8*. "Los medios y las operaciones". Informe emitido el día 6 de junio de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=5FRpuhtv8KI&feature=related> Ver Anexo 5.

[153] *6 7 8*. ""Las buenas noticias ignoradas y la Operación Inflación". Informe emitido el día 6 de abril de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=5jGb3A2yaS0> Ver Anexo 5.

advirtió acerca del "sospechoso" encuentro que habían mantenido el CEO de Clarín, y dirigentes de la oposición política (Macri, Reutemann, De Narváez y Felipe Solá), en el informe titulado "*La reunión de Magnetto con la derecha opositora*"[154] se destaca, entre otras cosas, un artículo publicado en el diario Miradas al Sur:"*El CEO de Clarín arma el equipo,¡ Magnetto el gran DT!"*.

El día 12 de agosto otro informe similar de *6 7 8* se tituló: "*Magnetto reunió a la tropa*"[155], en el cual se presentaba un audio perteneciente a Víctor Hugo Morales: "El poder tremendo que esta gente ha tenido oculto, manejando al país desde las sombras según los intereses que tenía es algo que se combate ahora". La producción también eligió para ese informe reproducir las declaraciones del ex presidente Néstor Kirchner al respecto: "A mi me da una pena cuando veo dirigentes que van a tocar el timbre de la casa del señor Magnetto para reunirse con él a ver que es lo que tiene que hacer".

La referencia a Clarín y sus aliados de derecha como "los enemigos del pueblo" es constante a los largo de casi dos años de programa. El surgimiento social de lo que aquí denominamos *identidad seisieteochista* es a nuestro entender la contracara de la producción y exclusión de este multimedio como adversario. La creencia generalizada de que "Clarín es el enemigo" permite trazar por oposición los límites del seisieteochismo. Si seguimos a Schmitt podríamos hablar de la construcción de una unidad política determinada a partir de una *poderosa* forma de reagrupamiento en base a la distinción amigo-enemigo. Planteado Clarín como el antagonista el reclamo impulsado por *6 7 8* por la modificación y posterior defensa de la ley de medios se convierte así en términos de Laclau en el *punto nodal*, el reclamo *hegemónico* desde el cual se *acolchan* un conjunto de demandas equivalentes. La lucha por la Ley de Medios contra Clarín se convierte en sinónimo de la lucha por los Derechos Humanos, la lucha por los derechos de gays y lesbianas, la lucha por trabajo y salud realizada por asociaciones indigenistas, etc. El significante "*6 7 8*" se convierte así en el nombre de esa extensa cadena de equivalencias.

---

[154] *6 7 8*. "La reunión de Magnetto con la derecha opositora". Informe emitido el día 8 de agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de <http://www.youtube.com/watch?v=EAC6iQqWAhk> Ver Anexo 5.

[155] *6 7 8*. "Magnetto reunió a la tropa". Informe emitido el día 12 de agosto de 2010. [Archivo de Video]. Recuperado de < http://www.youtube.com/watch?v=HrKAIa9bfZI&feature=related> Ver anexo 5.

13. Conclusiones.

A lo largo de este trabajo hemos intentado aproximarnos a la emergencia del programa televisivo *6 7 8* como referente identitario. Partimos de asumir que se trata de un fenómeno complejo y como tal hemos decidido poner en juego distintas herramientas teóricas, pudiendo así abordar el problema desde múltiples variables.

Nos preguntábamos al comienzo de este trabajo: *¿Cómo es que se construye identidad en torno al consumo de un producto de TV? ¿Cómo es que un programa televisivo logra aglutinar actualmente a la sociedad con más eficacia que los partidos políticos y los sindicatos?* Esto nos llevó en principio a interrogarnos acerca de un conjunto de cuestiones "externas" que conforman el contexto inmediato y general en el cual *6 7 8* hace su aparición.

El programa *6 7 8* emerge en la escena nacional en defensa de un gobierno kirchnerista que sostiene un discurso que se contrapone al neoliberal, imperante durante los noventa. En este sentido desde la "retórica antineoliberal"[156] de la presidenta Cristina Fernández, sucesora de su esposo Néstor Kirchner, se retomarán las viejas consignas planteadas por sectores progresistas del peronismo y susceptibles de ser compartidas por sectores de la izquierda, tales como el rol del Estado como regulador y garante de derechos, la soberanía frente al capital extranjero y los organismos de crédito internacionales, la integración latinoamericana, entre otras.

Se trata, además, de un contexto de fuerte concentración mediática en el país, en el cual los grupos multimediáticos se han convertido además en importantes actores políticos. De esta manera a comienzos de 2009, momento de surgimiento de *6 7 8*, el tema de la regulación en materia de medios se había instalado como una cuestión tanto en la agenda de gobierno como en la de los propios medios. El proyecto avalado desde el Poder Ejecutivo Nacional para sancionar una nueva Ley de Servicios Audiovisuales se convertirá en un tema central, que dividirá políticamente la sociedad entre quienes están a favor y en contra de la medida.

Por otro lado, el surgimiento de la identidad *seisieteochista* tendrá lugar en un escenario global "postmoderno", caracterizado por el debilitamiento de los marcos referenciales tradicionales sostenidos por el proyecto Ilustrado. Las identidades surgidas

[156] La expresión corresponde a Maristella Svampa (2007) "Las fronteras del Gobierno de Kirchner: entre la consolidación de lo viejo y las aspiraciones de lo nuevo". En Cuadernos del CENDES

al calor de grandes relatos modernos de progreso, universalidad, igualdad, libertad, democracia, etc., se debilitan al perder fuerza el suelo metadiscursivo sobre el cual se asentaban. Los viejos referentes como la nación, la clase, el partido político pierden su capacidad de agrupar a la sociedad y en su lugar aparecen nuevas grupalidades, construidas en torno a nuevos referentes provistos por los medios y el mercado. Este es el contexto que habilita la aparición de un colectivo social aglutinado en torno a *6 7 8.*

Ligado a esto último nos preguntamos acerca del papel social y cultural que cumplen actualmente las prácticas de consumo como productoras de nuevas subjetividades. Entendemos que en la actualidad aceptarse como *"fan"* del programa y afirmar *"yo miro 6 7 8, no miro TN, no leo Clarín"* constituye todo un acto de afirmación de la propia identidad. En un escenario social en crisis, caracterizado por el agotamiento de los marcos referenciales modernos, el consumo de determinados productos permite seguir agrupando y distinguiendo a las personas. Los medios, y el mercado en general, nos proveen actualmente un conjunto de nuevos referentes que nos hacen sentir parte de nuevos colectivos sociales. El surgimiento de una identidad colectiva construida en referencia a un bien cultural, a un producto televisivo como lo es *6 7 8*, debe ser entendida en un contexto en el cual los actos de consumo han pasado a constituir importantes ordenadores de sentido al interior de la sociedad.

Decidimos también centrarnos en el fenómeno de la política mediatizada como una de las causas que intervienen en la identificación social con *6 7 8.* Si bien es cierto que el programa se alinea detrás del discurso del gobierno nacional no podemos reducir el fenómeno *6 7 8* a la mera difusión de ideas kirchneristas. La política en la pantalla de televisión no es solo la mera difusión mediática de lo que se genera en los espacios políticos tradicionales. Se trata más bien de una manera específica de hacer política en la que se ponen en juego elementos particulares que pueden favorecer el reconocimiento. El lenguaje televisivo incorpora formas de comunicación desplazadas por la institucionalización de la letra impresa. Planteada en términos audiovisuales, la política involucra el cuerpo, el tono, el gesto, a la vez que conmueve y emociona al espectador. Todos estos son elementos que favorecen la posibilidad de reconocerse en el discurso, elementos de los que está hecha la interacción cotidiana. De esta manera, si los viejos espacios y modos de expresión ligados a la lectoescritura de la política tradicional se encuentran hoy en crisis, la política televisada permite seguir interpelando y obteniendo reconocimiento por parte de las audiencias.

Por otro lado buscamos observar el programa en su individualidad, en tanto discurso particular con características específicas. Nos preguntamos entonces acerca de los elementos "internos" de *6 7 8* que pudieran estar favoreciendo la identificación. Elegimos centrar nuestra mirada en dos cuestiones principales: la manera de enunciar del programa y la construcción discursiva de la figura de un enemigo claramente definido.

En cuanto a las características enunciativas pudimos observar que el programa interpela a su audiencia mediante el establecimiento de un contrato de lectura que combina la *complicidad* y *la pedagogía*. Resulta interesante, a partir de asumir que *6 7 8* cuenta con "seguidores" y "fanáticos", comprobar que el propio programa establece discursivamente ese vínculo particular con su audiencia. El discurso de *6 7 8* produce-contiene un enunciatario *dependiente, divertido,* pero *fiel*. Invita al espectador a asumir una posición de "seguidor" a partir de enseñarle a discriminar entre lo verdadero y lo falso, entre lo real y lo virtual. Por sus características enunciativas no podemos ubicar fácilmente a *6 7 8* dentro de la categoría "discurso informativo". La permanente toma de posición y el uso de un lenguaje informal rompen el efecto de objetividad propio de los géneros periodísticos. El programa se refiere a la actualidad pero poniendo en juego elementos enunciativos pertenecientes al discurso político. De esta manera en *6 7 8* se describen situaciones, se enuncian principios generales y convoca a actuar en un sentido, a la vez que se construye simultáneamente un "nosotros" dado por un "colectivo de identificación" junto con un contradestinatario - adversario.

Teniendo en cuenta esto último optamos, en la parte final de este trabajo, por atender a los modos en que *6 7 8* produce la figura de un antagonista. A partir de asumir que las identidades en el terreno social no son esencias inmutables sino construcciones parciales, permanentemente sujetas al cambio, todo acto de fijación de una identidad implica una conquista, un acto de poder, un acto de hegemonía, un acto político. Las identidades surgen así *en relación* a lo que se les opone y amenaza y cuanto más definido esté ese "otro" que se excluye más definida será la identidad del "nosotros". En este sentido, los distintos modos en que el programa representa a "Clarín" como "enemigo", opuesto a las demandas de distintos sectores contribuye a fundar por oposición los límites de un colectivo seisieteochista como una unidad política.

Hasta aquí las conclusiones realizadas en base a haber tenido en cuenta una serie de factores relativos al contexto de emergencia de *6 7 8* junto con el análisis de las características del programa en tanto discurso. Resultaría muy enriquecedor para un

siguiente trabajo el poder abordar el fenómeno la “identidad seisieteochista” desde la recepción. Esto implicaría un análisis de campo centrándonos en la palabra del espectador concreto que consume *6 7 8*. A partir de ahí el objetivo sería poder indagar acerca de las maneras en que las audiencias se apropian del programa según sus distintos gustos e intereses.

Hemos sostenido que los receptores de los productos mediáticos no son agencias pasivas sino que por el contrario utilizan activamente aquello que consumen. Sin caer en el supuesto ingenuo de que la recepción es una instancia de *pura resistencia* y que los consumidores de medios pueden hacer *cualquier cosa* con lo que se les impone, si aceptamos, como plantea De Certeau, la existencia de un “desvío” en las “tácticas”, en “las maneras de valerse de” aquello que se impone estratégicamente (De Certeau, 1996:36). Un enfoque semejante sería revelador en el sentido que permitiría observar ¿De qué maneras aparece la reafirmación de la identidad entre los usuarios del programa *6 7 8*? ¿Qué cosas hacen los televidentes con lo que ven diariamente de 21 a 22:30 por la pantalla de Canal 7? La cuestión de los usos concretos que los espectadores realizan del programa *6 7 8* es algo aún pendiente, aunque… ¿Qué no lo es en un mundo de sentidos abiertos?

14. Bibliografía.

-Alabarces, Pablo y Oliván, María Julia (2010): *6 7 8: la creación de otra realidad*, Paidós. Buenos Aires.

-Amar Sánchez, Ana María (1992): *El Relato de los Hechos. Rodolfo Walsh testimonio y escritura*. Viterbo, Rosario.

-Baranchuk, Mariana (2010): Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, en *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Edita Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Disponible en Internet en: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/investigaciones/argentina_hacia%20democratizacion%20comunicac_parawebpyp-uba.pdf>

-Barbero, Jesús Martín (2000): Ensanchando territorios en Comunicación y Educación, en *Comunicación-Educación. Coordenadas, abordajes y travesías* Universidad Central de IUC. Bogota: Siglo del Hombre editores.

-Barbero, Jesús Martín (1987) *De los medios a las mediaciones*. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona.

-Barthes, Roland (1985): La retórica antigua, en *La aventura semiológica*, Editorial Paidós, Barcelona.

-Casullo, Nicolás (2006): La escena presente, el debate Modernidad–Posmodernidad, en *Itinerarios de la modernidad*, Eudeba, Buenos Aires.

-Cheresky, Isidoro (2003): *La política después de los partidos*, prometeo libros, Buenos Aires.

-Crespo, José Antonio (2000): "Democracia y partidos políticos" en El léxico de la política, Fondo de Cultura Económica, México.

-De Certeau, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*. Artes de hacer, Universidad Iberoamericana. México.

-Eco, Umberto (1984): *Apocalípticos e integrados*. Lumen. España.

-Filinich, María Isabel (1998): *Enunciación*. Eudeba, Buenos Aires.

-Ford, Aníbal (1994): Culturas populares y (medios de) comunicación, en *Navegaciones, comunicación cultura y crisis*, Amorrortu editores, Buenos Aires

-Forster, Ricardo (2006). La crisis de la racionalidad moderna, en *Itinerarios de la modernidad*, Eudeba, Buenos Aires.

-Garcette, Nicolás (2010): *Evolución reciente de la Seguridad Social en Argentina*. Serie de Informes de Coyuntura del Observatorio Social. Disponible en Internet en <http://www.observatoriosocial.com.ar/dev/pdfs/informe_15.pdf>

-García Canclini, Néstor (1999): "El consumo cultural: una propuesta teórica". En Sunkel, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

-García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y Ciudadanos*. Conflictos multiculturales de la globalización. Grijalbo S.A., México.

-González Requena, Jesús. (1995): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Ediciones Cátedra S.A., Madrid.

-Hall, Stuart (2003): "Introducción. ¿Quién necesita identidad?", en *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu. Buenos Aires

-Laclau Ernesto (1995): ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?", en Laclau, Ernesto, *Emancipación y diferencia*, Ariel, Barcelona,

-Laclau, Ernesto, y Mouffe, Chantal (1987): Más allá de la positividad de lo social: antagonismo y hegemonía, en *Hegemonía y estrategia socialista*, Siglo XXI, Madrid.

-Laclau, Ernesto, y Mouffe, Chantal (2004), "Prefacio a la segunda edición", en *Hegemonía y estrategia socialista, hacia una radicalización de la democracia*, FCE, Buenos Aires.

-Laclau, Ernesto (2002): Muerte y resurrección de la teoría de la ideología, en Laclau, Ernesto, *Misticismo, retórica y política*, FCE, Bs. As.

-Lewkowicz, Ignacio (2004): Escuela y Ciudadanía, en *Pedagogía del aburrido*, Paidós, Bs. As.

-Luchessi, Lila y Martini, Stella (2004): *Los que hacen la noticia, periodismo información y poder*. Biblos. Buenos Aires.

-Lyotard, Jean-François (1993). Introducción, en *La condición Postmoderna*, Editorial Planeta. Buenos Aires.

-Lyon, David (1996): *Posmodernidad*. Alianza Editorial. Madrid.

-Marino, Santiago y Mastrini Guillermo (2010): *Al final del período. Los límites del progresismo Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner*. Políticas y Planificación de la Comunicación, Material de la cátedra. Disponible en Internet en: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/index.htm>

-Masterman, Len (1994) "*La enseñanza de los medios de comunicación*", Ediciones de la Torre, Madrid,

-Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de La Nación (2007): *Informe Económico 2007*. Disponible en Internet en:
<http://www.mecon.gov.ar/peconomica/informe/informe62/introduccion.pdf>

-Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social, Subsecretaría de Programación Técnica y Estudios Laborales (2004): Salario *Mínimo Vital y Móvil, informe enero 2004*. Disponible en Internet en:
<http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/bel/descargas/documentos/200401_smvm.pdf>

-Mouffe, Chantal (1999): Por una política de identidad democrática. Conferencia pronunciada el 20 de marzo de 1999 en el marco del seminario *Globalización y diferenciación cultural*, organizado por el Museu d'Art Contemporani de Barcelona y el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.
Disponible en: <http://www.macba.es/PDFs/chantal_mouffe_cas.pdf>

-Ortiz, Renato (1998): Modernidad, mundo e identidad, en *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, Convenio Andrés Bello, Colombia.

-Oszlak, Oscar y O'Donnell, Guillermo (1984), *Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación*. Administración pública, Perspectivas críticas, ICAP, Bs. As.

-Quiroga, Hugo (2003): La arquitectura del poder en un gobierno de la opinión pública, en *La política después de los partidos*. Prometeo Libros, Buenos Aires.

-Sartori, Giovanni (1998): *La sociedad teledirigida*. Editorial Taurus, Madrid.

-Schmitt, Carl (1984): *El concepto de lo político*. Folios Ediciones. Buenos Aires.

-Secretaría de Industria y Comercio, Centro de Estudios para la Producción (2009): *La inversión en las PYMES Industriales argentinas en el período 2003–2007*.
Disponible en:
<http://www.cep.gov.ar/descargas_new/panorama_sector_industria/estudios_del_sec_ind/2009/nota_pymes_industriales.pdf>

-Segre, Cesare (1985): Tema y motivo, en *Principios del análisis del texto literario*, ed. cast. Critica, Barcelona.

-Soto, Marita (2002): Operaciones retóricas, en Semiótica, *Cátedra Steimberg, Unidad 1, parte 2*, Cecso, Buenos Aires.

-Steimberg, Oscar (1993): *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Atuel, Buenos Aires.

-Svampa, Maristella (2007): "Las fronteras del Gobierno de Kirchner: entre la consolidación de lo viejo y las aspiraciones de lo nuevo". En *Cuadernos del CENDES*.

-Tadeu da Silva, Tomaz (1998): “La crisis de la escuela y su impacto en la formación docente”, (Cap. 1) en *La formación docente. Cultura, escuela y política*. Troquel, Bs. As.

-Verón Eliseo (1985): El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, aplication,* IREP, París.

-Verón, Eliseo, (1987): La palabra adversativa, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, ed. Hachette, Buenos Aires.

-Žižek, Slavoj. “Che Vuoi?” (1992), en *El sublime objeto de la ideología*, Siglo XXI, México.

Sitios Web consultados:

-Canal 7 <http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica>

-Diario Página 12: <http://www.pagina12.com.ar>

-Diario <Perfil: http://www.perfil.com>

-Diario La Nación: <http://www.lanacion.com.ar>

-Diario Clarín: http://www.clarin.com

-Espacio Carta Abierta: <www.cartaabierta.org.ar>

-Facebook: <www.facebook.com>

-INDEC <http://www.indec.mecon.ar>

-Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social: <http://www.trabajo.gov.ar>

-Ministerio de Economía y Finanzas Públicas: <http://www.mecon.gov.ar>

-Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión: <www.obserdiscriminacion.gov.ar>

-Presidencia de la Nación Argentina: <www.casarosada.gov.ar>

-Youtube: <http://www.youtube.com>

15. Anexo.

-Anexo 1:
"Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8"*.

-Anexo 2:
"Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en distintos medios gráficos en versión digital".

-Anexo 3:
"Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en la red social Facebook".

-Anexo 4
(Audiovisual – disponible en DVD adjunto).
"Selección de fragmentos del programa *6 7 8*. Correspondientes al análisis de la enunciación". Archivo de video digitalizado. Duración: 12 minutos.

-Anexo 5
(Audiovisual – disponible en DVD adjunto).
"Selección de fragmentos del programa *6 7 8*, correspondientes a la construcción del antagonista". Archivo de video digitalizado. Duración: 10 minutos.

Anexo 1

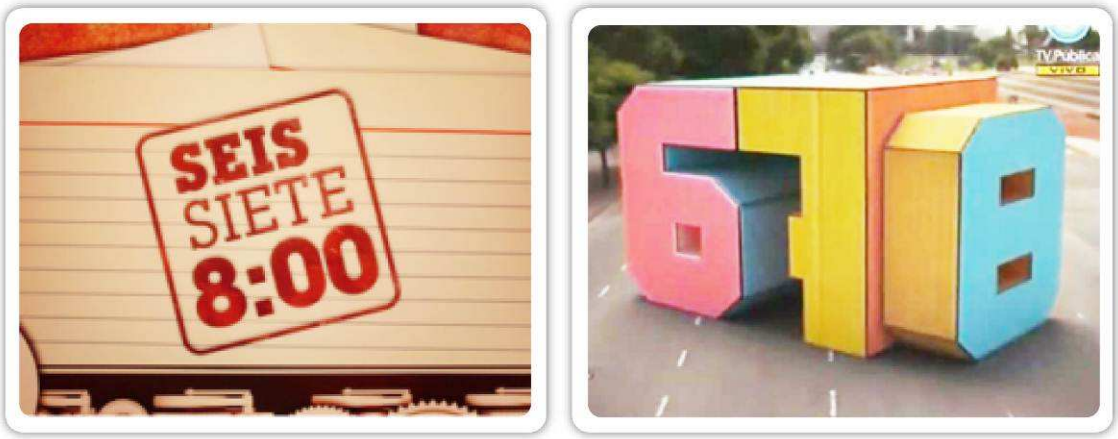
Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8*.

FIG.1



El Estudio de *6 7 8*. Escenografía original (izquierda) y nueva escenografía, modificada en abril de 2010 (derecha).

FIG.2



Modificación del logo del programa. Logo viejo (izquierda) y logo nuevo (derecha).

Anexo 1

Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8*.

FIG.3



La Tribuna del programa.

FIG.4





Integrante de la tribuna de *6 7 8*.

Anexo 1

Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8*.

FIG.5



Imágenes del programa especial con motivo del fallecimiento de Néstor Kirchner. Emitido el 27/10/2010.

FIG.6



Texto sobre la imagen durante la emisión de "Las Canciones de Barragán". Imágenes correspondientes al clip de la canción "Soy la Mierda Oficialista".

Anexo 1

Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8*.

FIG.7



Manifestaciones en distintos puntos del país en favor de la Ley de Servicios Audiovisuales. Imágenes emitidas durante distintas aperturas de *6 7 8*.

Anexo 1

Captura de fotogramas pertenecientes al programa *6 7 8*.

FIG.8



Texto sobre la imagen en los informes.

FIG.9



Presentación de tema en la apertura de los informe. La imagen original de texto sobre hoja de cuaderno (izquierda) fue modificada por la de un afiche de publicidad de vía pública (derecha).

Anexo 2

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en distintos medios gráficos en versión digital.

FIG.1



Perfil.com

despegar.com

Último Momento Actualidad Edición Impresa Columnistas Deportes Espe

BUSCAR PERFIL.COM Google

POLÍTICA

El programa "6,7,8" le cuesta al Estado 11 millones de pesos al año

El espacio ultraoficialista del productor **Diego Gvirtz**, que denigra a los opositores y al periodismo, aumentó su "tarifa". El silencio de Tristán Bauer. *Galería.*

Por Rodis Recalt (*) | 30.06.2010 | 21:55

Una instantánea del programa de Gvirtz. | Foto: Cedoc

Ampliar

El canal estatal pagará un 150% más que el año pasado a la productora PPT por la producción del controvertido programa *678* que se dedica a atacar opositores y periodistas críticos. La cifra anual que embolsará Diego Gvirtz, cerebro de PPT (Pensado Para Televisión), alcanza los 11 millones de pesos, más un porcentaje de la publicidad que se emitirá en su programa.

PPT pasó de cobrar 440.000 pesos mensuales en 2009 a 760.000 en el corriente año. Además cobra aparte por los programas de los domingos 50.000 pesos por emisión. De esta manera, de los 7.680.000 pesos que ganó en 2009, este año obtendrá 11.520.000 pesos.

Además, Gvirtz cobrará un porcentaje especial por la publicidad. En el punto 10 del contrato celebrado con fecha 9 de abril de 2010, establecen compartir ingresos **con la publicidad no tradicional (PNT): El 50 % de lo que se comercializa va para Pensado Para Televisión y el otro 50 % es para RTA (Radio y Televisión Argentina). En cuanto a la publicidad tradicional el arreglo es similar: Si PPT vende un espacio, se divide 50 y 50. Si lo comercializa Canal 7, el ingreso es todo para el Estado.**

El documento (ver galería de imágenes) fue difundido por el periodista Luis Ventura. **Perfil.com llamó 14 veces durante tres días a Tristán Bauer**, el funcionario que lo rubricó por parte del Servicio Nacional de Medios Públicos, pero **nunca hubo una respuesta** para saber por qué se había incrementado el contrato, aparte de que se había agregado una emisión semanal más. Varias veces, el vocero Roberto Olivieri prometió una respuesta, pero cada vez que se volvió a llamar a Bauer, se encontraba en reuniones imposibles de

Artículo publicado en el diario Perfil/www.Perfil.com 30/06/10.

FIG.2



RollingStone

FOTOS AGENDA LIBROS
NOTICIAS LA REVISTA VIDEOS
CRITICAS EN CALIENTE HOT TRACKS

Noticias

comentarios: 57 ¡Comentá

22.06.2010 | 19:57

El caso 678: suceso argentino

Entre el programa de archivo, el talk show mediático y la militancia en la era Facebook, Diego Gvirtz inventó un nuevo formato. Y desde el prime time del canal público, pelea la batalla por la información al ritmo de "La mierda oficialista"

Luciano Galende, en un corte del programa. Foto de Santiago Filipuzzi.

Cabito Alessa Alcantara, la masa, el integrante más pesado del panel de 678, se despierta sobre su asiento, ajusta sus brazos de 25 kilos la unidad y suelta el llavero de su Peugeot sobre la mesa con forma de búmeran del programa más visto por la minoría politizada de la Argentina, unos quinientos mil espectadores. Van a hacerse las nueve de la noche. Una maquilladora se acerca a toquetearle las bolsas de los ojos, una productora le da un beso apurado en el mofleta, un político oficialista -el incombustible Negro Raimundi- le da la mano sin mirarlo a la cara y, una vez que el programa arranca, siguiendo fielmente sus expresiones desde atrás de las cámaras, pero a cinco metros, anotándolas, vamos a ver todo lo que la cámara no: y es que Cabito escucha, con parejo desinterés, baja la cabeza, con resignación, con hartazgo, con hambre; mira de reojo, con melancolía y amor al pasado; todo eso mientras, invisible a los ojos, inevitablemente, carbura asociaciones cómicas de ideas que articulen con la agenda temática del show. Tras cuarenta minutos de aire y de tensión íntima para ganarse el sope con un disparate, mientras sus compañeros le pasan la lija a Mauricio Macri después de un crudo informe enlatado, y cuando se asegura estar en cuadro, puede al fin decir lo suyo: "Y... Macri se puede ir a comer un asado a la India". Una línea que jarajajeó todo el ambiente, lo jarajajeó mal, con ese automatismo cabaretero y universal de la tevé Führer, compuesto de la condescendencia de sus compañeros de panel, la inocencia de la tribuna y la descarga rentada y diabólica de la célula de relidores de Pensado Para Televisión, la productora de Diego Gvirtz, el crisol detrás del programa que enloquece al Grupo Clarín, que paraliza, literalmente, la redacción del diario -según nos informan nuestros colegas desde allí, en directo por el gtalk- y que, por consiguiente, excita como un chimpancé a Néstor Kirchner cuando redondea un Ballantine's en las rocas con el índice derecho después de cenar en el quincho de Olivos; como les pasa a tantos, a tantos más, al menos a cientos de miles de argentinos a los que Clarín hizo juntar odio durante muchos años por acomodar los temas de la conversación pública a sus intereses corporativos. El viernes de abril que estuvimos allí, en el Estudio Uno de Canal 7, Cabito, la gran masa del pueblo, no dijo más, cayó y calló. Con el final del programa inició su ceremonia de elevación de la silla giratoria, enganchó el llavero del rodado en un dedo y peregrinó, con sus tiempos, a la oficina de maquillaje para que le retiraran con una toallita húmeda el polvo de maíz de los cachetes y el antiojeras de lanolina. O sea, resumiendo, salió de su casa, manejó, destruyó moléculas de oxígeno a lo pavote, para, al cabo de unas cuatro horas -¡el cabito!- decir sólo una línea decorativa que ayudó a aniquilar a un opositor por un tema sobre el que el panelista no tuvo posibilidad de formar opinión. Así es la televisión y así es la libertad de expresión: cualquier cosa, pero... cualquier cosa.

Así es un momento de 678. Elegido al azar. Al que se le puede hundir el cuchillo y hacerlo sangrar. Porque visto de cerca, compañeros, inspeccionado con una herramienta entrenada, un ojo frío de

Artículo publicado en revista Rolling Stone / www.rollingstone.com.ar 22/06/10.

Anexo 2

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en distintos medios gráficos en versión digital.

FIG.3



mdz online — SAB 29 Enero — 12:48

Sociedad

Llega a Mendoza el furor por el programa oficialista "678" y Facebook

El envío de la Televisión Pública a favor del Gobierno Nacional, ya forma su grupo de adherentes en Mendoza. Hace poco, en una marcha en Capital Federal, seguidores en la red de la emisión reunieron a más de 12.000 personas como forma de apoyo a Cristina Fernández y de crítica al Grupo Clarín. El domingo, hay una manoseada en la Plaza Independencia.

Como siempre en la historia de nuestro país, unos están a favor y otros están en contra. Sin embargo, como fenómeno sociológico, lo que está ocurriendo con los seguidores del programa "678" (Canal 7, la Televisión Pública) a través de la red social Facebook configura un hecho extraordinario.

De hecho, hace poco, se dio una situación muy singular que pinta a las claras el país en el que vivimos, en relación, esta vez, con los medios de comunicación y sus altas y directas vinculaciones con el poder político.

Fue así: adherentes a través de Facebook –la famosa red social de Internet– al programa televisivo se reunieron en la Plaza de Mayo y manifestaron su apoyo a la actual gestión nacional de gobierno y en desmedro y crítica del Grupo Clarín, especialmente.

Se habló de que más de 12.000 personas espontáneamente se reunieron y se destaca la espontaneidad porque, de hecho, ningún medio de comunicación "enemigo" del gobierno salió a decir que la manifestación fue orquestada por organizaciones peronistas. En realidad, ni siquiera informaron que la manifestación existió.

Artículo publicado en el diario Mdz (Mendoza)/ www.mdzol.com 26/03/10.

FIG.4



Perfil.com

Contratando DÚO duplicás los meses de pro y tenés el Módem WiFi Bor

Último Momento Actualidad Edición Impresa Columnistas Deportes Espe

ESPECTÁCULOS

"Seis, siete, 8:00" va por el Martín Fierro como mejor programa periodístico

El programa ultraoficialista de Canal 7 competirá contra "La Cornisa", de Luis Majul, "CQC", y el ciclo "Presidentes Latinoamericanos".
Euforia en Facebook.

El programa más oficialista de la televisión argentina, "Seis, siete, 8:00", fue nominado a los premios Martín Fierro en la categoría de mejor programa periodístico. Competirá por la estatuilla contra "La Cornisa", de Luis Majul, "Caiga quien caiga", y el ciclo "Presidentes de Latinoamérican", conducido por el Daniel Filmus.

El programa, conducido por Luciano Galende y un panel conformado por Cabito Alcantará, Oriando Barone, Sandra Russo, Carla Chudnovsky y Carlos Barragán (que antes contaba con el liderazgo de María Julia Oliván), fue uno de los escenarios de mayor debate de la Ley de Medios. Por allí desfilaron casi todos los ministros del Gabinete, diputados oficialistas y opositos, artistas y hasta el mismísimo Néstor Kirchner.

Este año, a través de sus fans en Facebook, logró reunir cerca de 15 mil personas en Plaza de Mayo y ahora trata a diario temas vinculados con el grupo Clarín, uno de sus blancos predilectos.

Los fanáticos del ciclo ya comenzaron a comentar la nominación en Facebook: **"Estamos haciendo historia, 678 está nominado para el MARTIN FIERRO es un poquito también de nosotros por eso los felicito"**, escribió un seguidor. "Hasta el Martín Fierro de oro no paramos", arengó otro. Y hasta uno reclamó una nominación al EMMY para Carlos Barragán, autor de las canciones del programa, como "La mierda oficialista".

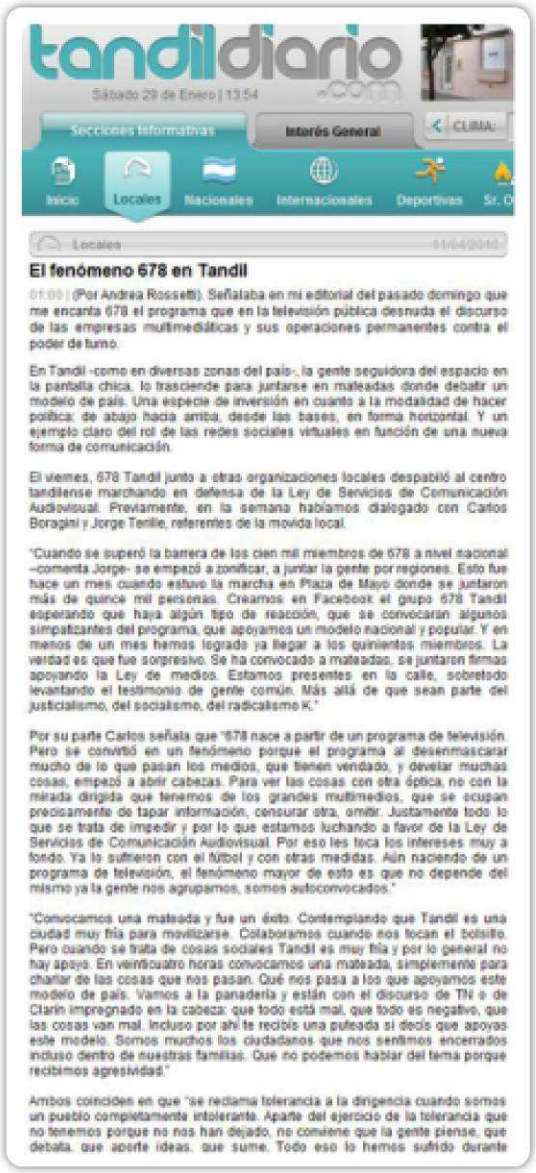
Twitear 0 Seguinos en Twitter

Artículo publicado en el diario digital www.Perfil.com 08/04/10

Anexo 2

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en distintos medios gráficos en versión digital.

FIG.5



tandildiario.com

Sábado 29 de Enero | 13:54

Secciones Informativas | Interés General | CLIMA:

Inicio | Locales | Nacionales | Internacionales | Deportivas

Locales

El fenómeno 678 en Tandil

(Por Andrea Rossetti). Señalaba en mi editorial del pasado domingo que me encanta 678 el programa que en la televisión pública desnuda el discurso de las empresas multimediáticas y sus operaciones permanentes contra el poder de turno.

En Tandil -como en diversas zonas del país-, la gente seguidora del espacio en la pantalla chica, lo trasciende para juntarse en mateadas donde debatir un modelo de país. Una especie de inversión en cuanto a la modalidad de hacer política: de abajo hacia arriba, desde las bases, en forma horizontal. Y un ejemplo claro del rol de las redes sociales virtuales en función de una nueva forma de comunicación.

El viernes, 678 Tandil junto a otras organizaciones locales despabió al centro tandilense marchando en defensa de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Previamente, en la semana habíamos dialogado con Carlos Boragni y Jorge Tenlle, referentes de la movida local.

"Cuando se superó la barrera de los cien mil miembros de 678 a nivel nacional –comenta Jorge- se empezó a zonificar, a juntar la gente por regiones. Esto fue hace un mes cuando estuvo la marcha en Plaza de Mayo donde se juntaron más de quince mil personas. Creamos en Facebook el grupo 678 Tandil esperando que haya algún tipo de reacción, que se convocaran algunos simpatizantes del programa, que apoyamos un modelo nacional y popular. Y en menos de un mes hemos logrado ya llegar a los quinientos miembros. La verdad es que fue sorpresivo. Se ha convocado a mateadas, se juntaron firmas apoyando la Ley de medios. Estamos presentes en la calle, sobretodo levantando el testimonio de gente común. Más allá de que sean parte del justicialismo, del socialismo, del radicalismo K."

Por su parte Carlos señala que "678 nace a partir de un programa de televisión. Pero se convirtió en un fenómeno porque el programa al desenmascarar mucho de lo que pasan los medios, que tienen vendado, y develar muchas cosas, empezó a abrir cabezas. Para ver las cosas con otra óptica, no con la mirada dirigida que tenemos de los grandes multimedios, que se ocupan precisamente de tapar información, censurar otra, omitir. Justamente todo lo que se trata de impedir y por lo que estamos luchando a favor de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Por eso les toca los intereses muy a fondo. Ya lo sufrieron con el fútbol y con otras medidas. Aún naciendo de un programa de televisión, el fenómeno mayor de esto es que no depende del mismo ya la gente nos agrupamos, somos autoconvocados."

"Convocamos una mateada y fue un éxito. Contemplando que Tandil es una ciudad muy fría para movilizarse. Colaboramos cuando nos tocan el bolsillo. Pero cuando se trata de cosas sociales Tandil es muy fría y por lo general no hay apoyo. En veinticuatro horas convocamos una mateada, simplemente para charlar de las cosas que nos pasan. Qué nos pasa a los que apoyamos este modelo de país. Vamos a la panadería y están con el discurso de TN o de Clarín impregnado en la cabeza: que todo está mal, que todo es negativo, que las cosas van mal. Incluso por ahí te recibís una puteada si decís que apoyas este modelo. Somos muchos los ciudadanos que nos sentimos encerrados incluso dentro de nuestras familias. Que no podemos hablar del tema porque recibimos agresividad."

Ambos coinciden en que "se reclama tolerancia a la dirigencia cuando somos un pueblo completamente intolerante. Aparte del ejercicio de la tolerancia que no tenemos porque no nos han dejado, no conviene que la gente piense, que debata, que aporte ideas, que sume. Todo eso lo hemos sufrido durante

Artículo publicado en Tandildiario.com (Tandil) / www.tandildiario.com 29/01/10.

FIG.6



Perfil.com

Contratando DÚO duplicás los meses de pr y tenés el Módem WIFI Bo

Último Momento | Actualidad | Edición Impresa | Columnistas | Deportes | Espe

BUSCAR | PERFIL.COM | Google

POLÍTICA

ARGENTINA REAL

Simpatizantes K en la Plaza convocados por "6,7,8"

El programa más oficialista de la TV, llamó a "apoyar a Cristina". Cantos contra la oposición y Clarín, y remeras "cristinistas". Galería de imágenes

12.03.2010 | 21:29

Manifestación en Plaza de Mayo convocada por el

Los cantitos contra los "gorilas" y la oposición. | Fuente:Perfil.com

"Hay que salir a la calle a apoyar a Cristina". La consigna fue lanzada desde el programa ultraoficialista **"6,7,8"** que se emite por Canal 7, **logró convocar a 5 mil personas que se acercaron a Plaza de Mayo para responder a la convocatoria K**.

En la marcha a favor del matrimonio presidencial no faltaron los **"cantitos"** contra buena parte de la oposición, en los que **Elisa Carrió** y el vicepresidente **Julio Cobos** concitaron las mayores adhesiones, mientras que **Mauricio Macri** y **Pino Solanas**, con menos "rating", también formaron parte del repertorio de los kirchneristas convocados por el popular ciclo televisivo.

El núcleo más ruidoso de la marcha **vino desde lejos**: estuvo constituido por integrantes de la agrupación **Tupac Amaru**, encabezados por la dirigente jujeña **Milagro Sala**, justamente ayer una de las invitadas del programa que había del "país real" y cuestiona el "país mediático".

Por supuesto, en la manifestación tampoco faltaron ataques a Clarín, ya sea en forma de cantos o por medio de carteles y banderas. **Y hasta hubo lugar para la venta de merchandising:** por 2$ pesos se podía etemizar el momento llevando remeras que decían "Cris-pada" (con la cara de la Presidenta) y "Soy la mierda oficialista" (en alusión al tema musical del ciclo

Artículo publicado en el diario Perfil/ www.Perfil.com 12/03/10.

Anexo 2

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en distintos medios gráficos en versión digital.

FIG.7



lanacion.com
Política

Randazzo dijo que 6,7,8 "muestra una visión diferente"

Además, aseguró que "no se puede acusar al Gobierno de estar en contra de periodistas" y atribuyó a "grupos monopólicos" el freno a la ley de medios

El Gobierno volvió a embestir contra los medios con un renovado ataque a "grupos monopólicos" por su supuesta responsabilidad en el freno a la implementación de la ley de medios y una firme defensa del programa de Canal 7, 6,7,8. Además, negó estar "en contra" de un grupo de periodistas y repudió una vez más los afiches anónimos contra periodistas del Grupo Clarín aparecidos hace algunas semanas.

Lo hizo a través del ministro del Interior, Florencio Randazzo, que en un acalorado reportaje con la periodista Magdalena Ruiz Guiñazú vinculó las denuncias de supuestas coimas en el comercio con Venezuela con el renovado enfrentamiento de la Casa Rosada con algunos medios.

El jefe de la cartera política estaba desmintiendo las revelaciones que surgieron de la declaración judicial del ex embajador en Caracas, Eduardo Sadous, cuando relacionó ambas cuestiones. "Todos los empresarios señalados desmintieron esa información que aparece en un medio nacional sin ningún tipo de sustento", aseguró.

Cuando se le recordó que el caso había sido cubierto por la mayoría de los medios, añadió: "Esto tiene que ver con la pelea que se está llevando adelante en el Gobierno con la implementación de la ley de medios. Se lo tengo que decir con todas las letras: esto responde a otros intereses que no tienen nada que ver con las operaciones que se hicieron con Venezuela".

En este punto, el ministro elogió el programa 6,7,8. "Este gobierno ha promovido una ley cuyo sentido es generar pluralidad de voces, mayor trabajo y mayor democracia en los medios.

Artículo publicado en el diario La Nación / www.lanacion.com 11/05/2010.

FIG.8



Página12

Sábado, 13 de marzo de 2010 | Hoy

"La emoción de estar por lo mismo"

Decididos a defender "el modelo económico-social", los espectadores del programa "6 7 8", de Canal 7, organizaron una convocatoria por Internet. Miles de personas se congregaron frente a la Rosada. Hablaron Lito Borello, Milagro Sala, Carlos Girotti y Tito Nenna.

Por Martín Piqué

Unas diez mil personas se autoconvocaron de manera espontánea para defender al Gobierno. Fue anoche en la Plaza de Mayo. La convocatoria había partido del grupo de amigos de Facebook del programa 6, 7, 8, de Canal 7. Cuando la idea comenzó a circular por Internet, organizaciones sociales decidieron sumarse a la actividad: fue el caso de la Tupac Amaru, que encabeza Milagro Sala, y el Comedor Los Pibes, de Lito Borello. En la Plaza se estacionó un viejo colectivo Mercedes-Benz con un equipo de audio; al lado se improvisó un escenario que fue recibiendo a los oradores. Por allí desfilaron Borello, Sala, el sociólogo Carlos Girotti, coordinador de Carta Abierta; también el legislador porteño Tito Nenna. Uno de los ideólogos de la movida bromeó desde el micrófono: "Hoy no va a haber chonpanes". Los asistentes también respondieron en broma: "¡Eh, que aparezcan los chons!" La multitud que llegó hasta la Plaza sorprendió a los convocantes. Casi todos portaban calcomanías improvisadas –etiquetas blancas autoadhesivas– en las que se habían dibujado los números 6, 7, 8.

"Es impresionante la euforia que vemos. Esto demuestra que el proyecto nacional está empezando a encarnar en la gente. Frente a la amenaza concreta de la derecha, comenzamos a decir 'acá estamos'", dijo Borello a Página/12. La mayoría de los participantes era gente madura. Muchos portaban carteles hechos a mano. Una pancarta definía a la titular de la Coalición Cívica como "Gorilita". No pasó mucho tiempo hasta que sonó el primer cantito, estaba dedicado a los bloques opositores tras el fracaso del intento de destitución de Mercedes Marcó del Pont: "Y ya lo ve/ y ya lo ve/ es para Morales/ que lo mira por tevé", cantaron los manifestantes. El Morales en cuestión era el jujeño Gerardo, jefe del bloque de la UCR en el Senado. La respuesta a la convocatoria del grupo de amigos de 6, 7, 8 en

Artículo publicado en el diario Página 12/ www.pagina12.com.ar 13/03/10.

Anexo 3

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en la red social facebook.

FIG.1



FIG.2



FIG.3



FIG.4



Anexo 3

Ejemplos de la repercusión de *6 7 8* en la red social facebook.

FIG.5



FIG.6



FIG.7



FIG.8

