



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

Título del documento: Víctor Hugo : ¿de intelectual comprometido a nuevo intelectual? : análisis del desplazamiento significativo de la figura del periodista Víctor Hugo Morales y su rol político en el espacio ideológico, durante el tratamiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Autores (en el caso de tesis y directores):

Luis Alberto Cristiano

Diego Daniel Roger, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2014

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





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

Víctor Hugo: ¿De intelectual comprometido a nuevo intelectual?

Análisis del desplazamiento significativo de la figura del periodista Víctor Hugo Morales y su rol político en el espacio ideológico, durante el tratamiento de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Autor:

Luis Alberto Cristiano

D.N.I. 30.610.766

luisalbertocristiano@gmail.com

celular: 15-3436-7503

Tutor:

Lic. Diego Daniel Roger

D.N.I. 26.826.803

ddroger@gmail.com

Índice:

I. Víctor Hugo, ¿un mito del relato popular?

1. Problematizar la figura de Víctor Hugo Morales como fenómeno significativo. Un acercamiento.....5
2. De hazañas épicas y metáforas ingeniosas, al mito del relato popular.....8
3. Morales y su distinción simbólica para una figura estimada por el canon liberal.....21
4. Del pasto pueblerino al intelectualismo del individuo libre.....34

II. Un imagen mítica develada...

1. “El comienzo de la historia”45
2. Consideraciones previas para pensar el escenario en *lo político*.....49
3. De las declaraciones testimoniales a la amenaza concreta de materializar el sentido.....62
4. Una imagen mítica develada...73

III. ¿De intelectual comprometido a nuevo intelectual?

- I. Conclusiones. Víctor Hugo Morales: ¿de intelectual comprometido a nuevo intelectual?.....106

Bibliografía.....115

Anexo122

Agradezco, ante todo, a mis viejos. A Estela, por inculcarme desde chico el ferviente amor por la escritura. Por leerme en voz alta y hacer de las palabras pronunciadas un deleite a mis oídos. A Alberto, cuyos relatos de viajero despertaron en mí la curiosidad característica del escriba. A ellos, sobre todo, por laburarse la vida para pagar mi educación. A mi abuelo, por su virtuosidad autodidacta. Por su intelectualidad y por los genes trasladados que hicieron del don del dibujo mi primer “walkman”, con el cual conocí las maravillas de la radio. A mi mujer, Yamila, por bancarme en la vida, soportar mis largas ausencias de exorcismo ante el teclado y hacer del hogar un ambiente propicio. A Ana Dellavedova Fiorito, mi “consejera espiritual”, por reiterarme la entrega de la tesina.

*A Dolores Guichandut, por apoyarme.
Por hacer de la solidaridad un regreso a la academia.
A las palabras de aliento de Shila Vilker, compartidas de forma fugaz en los pasillos de Ramos y Santiago del Estero. A las contribuciones académicas de Ernesto Lamas, mi primer tutor. Gracias por ayudarme a pensar y re-pensar, por tu humanidad y por marcarme constantemente la agenda inquieta de Víctor Hugo.
A Diego Roger, el siguiente. Gracias por subirme al bote, por abrirme el panorama y reafirmar el viaje por los vericuetos de la ideología. Por los cafés y las largas charlas políticas en los cafetines de Buenos Aires.
A Cynthia García. Por la entrevista, por la buena onda constante.
A Víctor Hugo Morales, por hacer que las 9 de la mañana tuvieran un sentido.
Por enseñarme el poder del relato y tener fe en el periodismo.
A mis correctores.
Gracias Flavia Pantanelli por tus contribuciones literarias “de a pie”.
A Fernando Panelo, hombre de radio, siempre firme y atento.*

*A las locaciones que supieron cobijarme mientras forzaba la vista. A Pizzería Bari, por cerrar sus persianas y permitir el uso y abuso de la máquina de café. A la biblioteca del CBC de Martínez, cuyas sillas incómodas y su silencio perenne mantuvieron álgida mi concentración. A la Petrobras de Paraná y Echeverría, cuyo mozo predilecto, Pablo Baez, hastió con cafés, capuchinos y cortados mis largas horas de estudio.
A Josefina Chávez y Paula Moyano, por brindarme las oficinas de ACEJ como un segundo hogar durante los fines de semana.
A Germán, compañero noctámbulo de estudio. Gracias por el incentivo mutuo entre páginas de periodismo y medicina.
A mis hermanos, Francisco, por ser un ejemplo. A Fabricio, compañero fiel y a Emiliano, por enseñar y dejar enseñarme.*

A los “pibes de inglés”, todos los comensales a la mesa y estará servida...

I. Víctor Hugo, ¿un mito del relato popular?

1. Problematicar la figura de Víctor Hugo Morales como fenómeno significativo. Un acercamiento.

Si ha de usarse una frase que condense el significado de lo que representa el relator y periodista radial, Víctor Hugo Morales, desde una concepción transversal a los múltiples ámbitos discursivos, es el hecho de que, como diría Martin Heidegger, Víctor Hugo *habita en el lenguaje*. El filósofo alemán fue el responsable de acuñar este axioma como fundamento teórico para explicar que todo lo que hablamos o decimos es una extensión inherente de nuestros pensamientos. Le atribuía al lenguaje la protagónica esencia del *ser*. Para un individuo que ha construido su vida a través del micrófono, que ha definido su existencia en torno a las palabras, esta definición teórica no podría ser más plausible.

Pero esta adecuación podría ser aplicable a cualquier locutor que haya hecho del micrófono un sustento y trayecto de vida. Podría ser aplicable, asimismo, a cualquier emblema del medio que por sus años de ejercicio y ponderación de audiencia haya construido de éstos una trayectoria. Sin embargo, Víctor Hugo Morales no es uno más. No es “cualquier locutor”. Y tampoco es un exponente de una carrera notable y ya. Víctor Hugo es “otra cosa”; y esa cualidad se evidenció durante su toma de posición en medio de un *antagonismo* que cambió, definitivamente, no sólo la vida profesional y personal del periodista, sino también el escenario de la opinión pública argentina.

Antes de ello eran numerosas las adjetivaciones que desde el sentido común venían siendo utilizadas para definir su labor de radio y, como es de esperarse, giraban, mayoritariamente, en torno a destacar sus “atributos lingüísticos”. Se señalaba su elocuencia; la inventiva sagaz de sus metáforas; “su dialéctica impecable”, “perfecta dicción”, “su uso inédito del vocabulario”, “la precisión de sus descripciones a una velocidad asombrosa”¹, y hasta el hecho de haberse caracterizado como el “*relator deportivo por excelencia del habla hispana*”². Pero fue un hecho político particular, como el ingreso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) al debate político y público, el que alteró la representación de relator y periodista emblemático dentro del campo periodístico y comenzó a resquebrajarla. Fue ese acontecimiento, de

¹ Cf. Capasso, J. (2013). *Víctor Hugo. Una historia de coherencia y convicción*, Prólogo de Adrián Paenza. Buenos Aires: Al arco Ediciones, p. 12.

² Cf. Portugal, M. y Yúchak, H. (2008). *Hacer radio: guía integral: cómo se hace un programa de radio, paso a paso*. Buenos Aires: Galerna, p. 220

gran trascendencia, el que rasgó el imaginario que agrupaba aquellos simbolismos cuasi homólogos sobre Víctor Hugo Morales y despertaron la expresión de otras numerosas significaciones, no del todo gratas, que comenzaron a escucharse en torno a su figura. La necesidad teórica que me trae es intentar explicar por qué:

Si habré de problematizar la figura del relator uruguayo, en su rol específico durante un momento histórico particular, lo haré a los fines de poder utilizarla como una herramienta teórica válida para el entendimiento de ciertos sucesos políticos. Lo haré, necesariamente, para trascender cualquier apreciación que tenga sus motivaciones en el mero sentido común; al embarcarme en una postura que implica entender que el litigio en el quedó enmarcado Víctor Hugo es, ante todo, *ideológico*. Porque es allí en donde toman relevancia las palabras del filósofo eslavo, Slavoj Žižek, al sostener que la “realidad es permanentemente simbolizada mediante representaciones ideológicas que no pueden escapar a los modos en que los que los individuos viven y estructuran sus relaciones con el esquema social”³. Y si parto de esa base, y hago foco en el hecho de que el autor aclara que al abordar el concepto de ideología no podemos desvincularnos de su *problemática 'representacionalista'*⁴, deberé, en mi tinta, enfocar una mirada teórica “superadora” que no recaiga en la pretendida confirmación de si estas representaciones mencionadas desde el sentido común han de ser exactas o no, desde su contenido objetivo. Sino, más bien, hacerme de ellas a los fines de identificar los *procesos de enunciación* que operaron dentro del *espacio ideológico* en el que el conflicto quedó inmerso, a los fines de comprender la multiplicidad de determinaciones en esta situación histórica concreta. Porque, siguiendo a Ernesto Laclau, se entiende que todas las *identidades* sociales son definidas relacionamente, porque toda identidad social o política es una *construcción discursiva* la cual se define de un modo no necesario sino contingente, en una fijación transitoria del sentido.

De este modo, para describir analíticamente cómo operó la figura de Víctor Hugo Morales al litigio por la LSCA es, ante todo, necesario entender que los hechos abordados se de-construyen desde lo que Žižek entiende como un *espacio ideológico*, un ámbito en donde un contenido, “verdadero” o “falso”, es definido como “funcional respecto de alguna relación de dominación social (...) de un modo no transparente”, porque “*la lógica misma de la legitimación de la relación de dominación debe*

³ Žižek, Slavoj (comp. 2003). “Introducción. El espectro de la ideología” (tr. castellana Mariana Podetti). En *Ideología, un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

⁴ *Ibidem*, p. 13.

permanecer oculta para ser efectiva”⁵. Al seguir esta línea, abordaré la construcción de mi objeto como una excusa para problematizar un proceso. Porque, al fin y al cabo, lo que trataré de exponer este recorrido teórico es, en principio, un detalle descriptivo que permita establecer y analizar aquellos *elementos de construcción de individualidad*⁶ que han aportado a la modelación de una figura tan controversial, como lo es la de Víctor Hugo Morales. Una figura que no se cierne aislada, ni durante su proceso histórico de construcción, ni tampoco en las representaciones que operaron durante el conflicto entre el Grupo Clarín y el gobierno Nacional porque su rol, evidentemente, como intentaré demostrar en este escrito, resulta decisivo a la hora de entender una serie de sucesos acontecidos en medio de uno de los mayores litigios políticos de la época kirchnerista.

⁵ Ibídem, p. 15.

⁶ Fernández, J. L. *Los lenguajes de la radio*, p. 102.

2. De hazañas épicas y metáforas ingeniosas, al mito del relato popular

*Arranca por la derecha el genio del fútbol mundial,
y deja el tendal... en la jugada de todos los tiempos...
Barrilete cósmico..., ¿de qué planeta viniste?...*

Fragmentos del relato de Víctor Hugo Morales, 1986.

“Víctor Hugo es fútbol. Su voz respira fútbol”, escuché al pasar en un cafetín de Buenos Aires en medio de un debate acalorado entre dos clientes habitué, y luego, uno de ellos, remató: “Víctor Hugo, digan lo que digan, sigue siendo argentino...”⁷. Cualquiera que leyera sólo el fragmento suscitado pensaría, *ipso facto*, que la disputa discursiva entre aquellos compañeros de mesa giraba en torno a típicas cuestiones futbolísticas; no obstante, lo que había motivado esa conversación abarrotada de rispideces no se fundaba en una inquietud deportiva, sino política.

Si, en palabras de Sarlo, *algo como el imaginario pudiera rozarse con la punta de los dedos*⁸, evidentemente la situación que tuve oportunidad de presenciar no constituía una parte más del escenario folklórico porteño.

Es innegable el “peso específico” de la figura de Víctor Hugo dentro del relato argentino; en los bares, taxis, comercios, en las charlas esquineras y en las conversaciones de sobre mesa a lo largo y ancho del país. Es aún más innegable si se considera lo que sus relatos significaron para el imaginario popular del que se han alimentado, por años, millones de radioescuchas. Pero, ¿por qué un relator inmigrante de un Uruguay, gobernado por un proceso de facto, pudo a poco de cruzar el Río de la Plata convertirse en una figura pública excepcional en la que condensarían un sin fin de atributos representativos de la “argentinidad”? ¿Qué es lo que hizo de Morales una expresión unívoca del relato popular en el fútbol argentino? ¿Qué es lo que funda su condición “mítica”?, (si es que en realidad la hubo) ¿Cuáles son, en fin, aquellos rasgos constructivos que modelaron su identidad y la representación que se hizo de ella?

Ante las preguntas anteriormente planteadas, es necesario señalar que requiero identificar estos *elementos* para entender por qué Víctor Hugo contó con la capacidad de

⁷ Reproducción alegórica de una conversación entre dos comensales en el Café *El Gato Negro* de Av. Corrientes 1669, un día de junio de 2010.

⁸ Sarlo, B. (2001). *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, p. 222.

producción de sentido que dispuso. Es decir, más allá de cualquier apreciación personal sobre su inteligencia, capacidad creativa, o la “espalda” que comúnmente suele atribuírsele para afrontar situaciones, lo que valdrá notar aquí es lo relativo a la reconstrucción de aquellas figuraciones simbólicas que modelaron su identidad y actuaron, varias décadas después, durante el conflicto que abordaré con exhaustividad en los próximos capítulos. Y para ello tendré que responder, primero, a la pregunta de quién fue y es Víctor Hugo Morales, en su virtud significativa.

El español Jesús Castañón Rodríguez –profesor, escritor e investigador especializado en Comunicación y Deporte– señala que Víctor Hugo Morales, junto a José María Muñoz, fue uno de los notarios generalizadores del nuevo *giro creativo* en la descripción de los escenarios deportivos que alborecieron durante el triunfo argentino en las ediciones mundialistas de 1978 y 1986. El ritmo acelerado, las metáforas ingeniosas y la vibrante emoción con la que narraba cada segundo de un evento, es la demostración indefectible de su virtuosidad frente al micrófono. En tal aspecto, el español, señalaba:

Un nuevo giro creativo se generalizó con el triunfo argentino en las ediciones de 1978 y 1986 con una pasión desbordada caracterizada por descripciones a todo ritmo, el énfasis especial en cada jugada o gol, la recreación de diálogos que tienen lugar en la cancha, la realización de libres asociaciones de conceptos procedentes de varios ámbitos y la aplicación de técnicas de modificación de discurso repetido. Es una tarea en la que alcanzaron notoriedad José María Muñoz o Víctor Hugo Morales, con su *ta, ta, ta...*

En este ambiente, el empleo del idioma no se limitará al uso normativo y dará paso a un desbordamiento que afecta a los niveles fónico, gramatical y léxico. En el primero. Se registra en aspectos de pronunciación, entonación y creación de efectos que conforman una fonoestilística particular. Se recrean sonidos para transmitir temblores, rugidos, vibraciones, trayectorias mediante el tratamiento creativo de erres vibrantes, silbantes eses, vientos de efes y zetas y el alargamiento expresivo de las vocales. Se habla con el mayor número de palabras en el menor espacio de tiempo posible, gracias a los

hombres-metrallera argentinos. Se juega con variedad de entonaciones que suben y bajan sus curvas y modulaciones para hacer latir el corazón al compás las emociones. Se emplean diferentes timbres de voz, con contrastes. Y en los momentos más destacados de las competencias se pone en marcha una intensidad a pleno pulmón para saludar al sueño que se acaba de conquistar con énfasis, relatos en suspenso y repeticiones intermitentes de sonidos y palabras. (Rodríguez, 2010:2).

Al análisis discursivo de Rodríguez se apoyan toda una serie de condiciones materiales que moldearon aquellas características periodísticas de un Morales, en la que sumada a su facilidad verborrágica, se encuentra la demarcación de una extensa trayectoria en los espacios radiofónicos. El libro recientemente editado del biógrafo Julián Capasso, *Víctor Hugo. Una historia de coherencia y convicción*, repone gran parte de la trayectoria del rioplatense y reafirma lo dicho: con tan sólo 19 años Víctor Hugo se incorporaba a Radio Colonia. El 3 de junio de 1975 firmaba contrato en Uruguay con Radio Oriental y lograba ascender, en tan sólo dos años, la audiencia del 20 al 75%. En 1981 viajaba a la Argentina e ingresaba a Radio El Mundo. Traído a las tierras pampeanas para competir con el gigante José María Muñoz, “mito en vida”, en 1982 se unía, en Radio Mitre, al famoso equipo *Sport 80*, junto a renombrados periodistas como Marcelo Araujo, Fernando Niembro, Adrián Paenza, Néstor Ibarra, Alejandro Apo y Tití Fernández, entre otros.

Pero si bien no es necesaria la rigurosidad analítica de Rodríguez para dar cuenta de la elocuencia y creatividad metafórica de sus relatos; no es sólo esa condición la que lo dota de una singularidad específica. No es esta condición, pese a compartir entre ambas orillas el idioma castellano, la tonada y las prácticas culturales rioplatenses, la que, ante los ojos del imaginario popular argentino, hacen de Víctor Hugo una incorporación inmediata al terreno nacional. Porque la fundación de su ciudadanía, en nuestras tierras, no se traduce en un trámite administrativo, sino simbólico. Y esto se debe a que, ante todo, Víctor Hugo tramita sus papeles en una embajada de bandera futbolera.

Es el sociólogo Pablo Alabarces quien retoma en su libro *Fútbol y patria*⁹ – inspirado en una columna de Beatriz Sarlo publicada en 1998 por el diario *Perfil*, bajo el título de “Una comunidad llamada Nación” – una serie de argumentaciones en donde establece que el fútbol tiene una “función de complementariedad (...) respecto de las mitologías e instituciones que habían construido, históricamente, una “identidad nacional argentina”. Agrega, en palabras de Sarlo, que la sociedad argentina había erigido la “comunidad imaginada” de la que habla Benedict Anderson en torno a ciertas mitologías básicas aglutinadas en las proposiciones unificadoras que, con el fenómeno del aparato escolar de principios de siglo, hicieron de nuestro país la tierra de la abundancia, de las clases obreras industrializadas, de las capas medias cultas, en medio del consumo más alto de diarios, niveles plenos de alfabetización y empleo. Pero, no obstante, los autores reponen el hecho de que a partir de la década del sesenta ese *imaginario operador de nacionalidad* comienza a deteriorarse. Son varios los hechos objetivos que determinaran el escenario político, cultural y social de la Argentina venidera: desindustrialización acelerada, disolución del aparato sindical –y la mediada construcción de identidades que esto implicaba–, el dejo de gobiernos democráticos débiles tras los sucesivos golpes de estado; hasta culminar en dos de los hechos más lamentables para la historia argentina: la violación ininterrumpida de los derechos humanos con el advenimiento del Golpe de Estado de 1976 y el remate de todas las esperanzas patrióticas frente a las sucesivas políticas neoliberales de desmantelamiento del Estado y el aparato productivo. Como corolario: bolsones de pobreza y desintegración del tejido social en los albores del neoliberalismo.

Bajo ese nuevo escenario, Pablo Alabarces expone la tesis de que el fútbol, a partir de la crisis de las instituciones modernas que producían nacionalidad –sobre todo con el declive de la escuela pública–, comienza a operar como una *maquinaria cultural productora de nacionalidad*¹⁰. Una maquinaria posmoderna en donde las representaciones que antes se diseminaban a través de la rigidez de estas instituciones, ahora quedaban regladas a las lógicas de una espectacular, fácil y amena parafernalia futbolística.

⁹ Alabarces, P. (2007), *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

¹⁰ *Ibíd.*, p. 26.

Para volver a mi análisis e intentar entender el por qué de la eficacia en la figura de Víctor Hugo y al vincular sus actúares con aquellas representaciones de nacionalidad mencionadas por Alabarces, encuentro que el relator cuenta con la destacable trayectoria de haber narrado la épica del seleccionado argentino a lo largo de todos los campeonatos mundiales, desde 1978 al presente¹¹. Es aquí en donde su figura retoma esa condición de fútbol, nombrada en ese cafetín porteño, porque su voz lo ha respirado a través del micrófono, por años, en las Copas del Mundo, y con altura. Pero, aún así surge la pregunta motivada por el prólogo del libro de Capasso, en puño de su amigo de toda la vida, Adrián Paenza, quien expone: “¿Por qué (Víctor Hugo) habría de hacerse tan popular?”, a lo que agrego: en tan corto tiempo.

Las respuestas comienzan a tomar sentido si comprendemos que Morales “desafió sin proponérselo a un mito viviente, como era José María Muñoz”¹². Este último “tenía el domingo en la garganta, como Solé en el Uruguay”, recordaría Víctor Hugo en una entrevista televisiva por el aniversario de su muerte¹³. Y así era: Muñoz había arribado a radio Rivadavia en 1947, con “una mano atrás y otra adelante”. Desde allí desempeñaría su grandiosa trayectoria hasta el día de su muerte, el 14 de octubre de 1992. Mucho antes se había hecho cargo de la dirección del programa *La Oral Deportiva* luego del fallecimiento de su fundador, Edmundo Campagnale, en 1958. Desde allí desplegaría con su voz tan característica una grandiosa estrategia de cautivación de audiencia ayudado por las facultades generosas de una época en que “los partidos no se televisaban, las imágenes no se visualizaban y los goles no se capturaban”¹⁴. El poder de la radio era implacable, porque entraba directamente en el terreno de lo simbólico, en la subjetividad personalista de un ensueño uno a uno; en la interpelación directa del oyente presuntamente aislado. Y esto logró que su relato erizara la piel de un envidiable “85% del *share* en las transmisiones deportivas”¹⁵, al tocar el ’68, siendo el inventor del latiguillo “peligro de gol” o su famoso “go-go-go-gooooool”.

Sin embargo, pese a esta innegable condición mítica, al arribar los ’80 Víctor Hugo contaría con la suerte de presentarle competencia a un Muñoz desgastado por los

¹¹ Portugal, M. y Yúchak, H., p. 220.

¹² Capasso, J., p. 13.

¹³ “Víctor Hugo recuerda a José María Muñoz” en blog Señales. Comunicación, medios, cultura y +., enero de 2011.

¹⁴ Capasso, J., p. 55.

¹⁵ *Ibíd.*, p. 51.

años y, por entonces, vapuleado por los comentarios provenientes de una opinión pública y una parte de un periodismo deportivo reaccionario que no dejaba de pasarle factura por sus cercanas y controvertidas relaciones con los poderes de turno. Ayudado por esta “campaña mediática de desprestigio”, reconocida por el propio Morales, engrosaría el uruguayo su imagen al potenciar su crédito publicitario. “En los primeros pasos dados en 1981 a mí me inflaron, me hicieron mucha promoción. Recién al año siguiente, cuando pasamos de radio El Mundo a Mitre, una emisora que estaba más caliente, empezó un crecimiento profesional real, reconoce Víctor Hugo Morales”.¹⁶ Y así había sido: “Al poco tiempo de llegar a Argentina, Víctor Hugo y su equipo, que en 1982 se mudaron a radio Mitre, lograron algo inesperado: partir la audiencia en el mundial de España 82 y acabar con décadas de hegemonía. En la segunda parte de los 80, Víctor Hugo superó en mediciones a José María Muñoz”¹⁷.

Julián Capasso cuenta, en palabras de Dante Zavatarelli –quien fuera junto a Horacio García Blanco el comentarista por excelencia de radio Rivadavia en las ediciones mundialistas del `78 y el `82– que:

El Gordo creía que ni Víctor Hugo ni Sport 80 eran suficiente entidad para competirle. La realidad le terminó demostrando lo contrario. En general, la competencia fracasaba, duraba muy poco y desaparecía, porque eran ex compañeros que repetían la fórmula. Y porque “La Oral” llevaba ya una continuidad de 40 años y la gente estaba acostumbrada. Si estornudábamos en “La Oral”, se resfriaba el país (...) En cambio, lo que hizo Sport 80 al influjo de Víctor Hugo y siguiendo los lineamientos de Araujo y de Niembro, fue hacer un programa deportivo con contenidos distintos (...) Yo creo que, además del paso del tiempo que es natural, otro acierto de Sport 80 con Víctor Hugo fue que transmitieron la misma emoción de Muñoz. Pero con un contenido dialéctico totalmente diferente. Víctor Hugo era un hombre de una cultura muy distinta y muy superior a Muñoz, quien era muy básico y esencial. Alcanzó la misma emotividad y la adornó con un lenguaje más apropiado y, por momentos, más bello. (Capasso, 2013:60).

¹⁶ Ibídem, p. 57.

¹⁷ Ibídem, p. 60.

Y es que el uruguayo venía a plantearle controversia al “relator de América” que, tras la aparición de Víctor Hugo, “aparecía como inculto, veterano, en el ocaso y ligado a asuntos controvertidos en la época de la dictadura militar”; mientras el recién llegado hacía gala a “cuerdas y vocales” con su “riqueza de vocabulario, su voz en ascenso, una notable visión de la cancha y su gran capacidad intelectual”¹⁸.

Así daría el uruguayo su primer triunfo en lo simbólico al destronar a José María Muñoz, jugándole de visitante –tal como advierte Paenza– y robándole “lo máspreciado que tenía: el público”¹⁹. Así comenzaría su conquista significativa, en el terreno mítico de los mensajes, armado de su relato, extraordinario éste, y repartidor de encantos para contar historias desde un profundo conocimiento de la vida y la cultura. Un verdadero caso de atención auditiva que de a poco se iría instalando en los tímpanos argentinos.

Pero sería otro detalle, mucho más preciso y significativo, el que terminaría de sentenciar la disputa con “El Gordo”; el que terminaría de dar el *punch* significativo de la confronta futbolera e ingresara su figura en lo que el mismo Víctor Hugo calificara como su ingreso a la “leyenda del relato deportivo”²⁰: Corría el año ’86 cuando el uruguayo en un acierto clarividente narraría con una brillantez excepcional lo que se ha denominado como *el mejor gol de todos los tiempos*²¹. En éste, su timbre de voz, los giros creativos en los que amalgamó conceptos procedentes de diversos ámbitos, sus retazos metafóricos a tinte de realismo mágico y la emotividad del relato, lo convirtieron en un suceso pregnante para la memoria colectiva del fútbol argentino.

A partir de él, Argentina reponía simbólicamente lo que no había podido cosechar tiempo atrás en las Islas. Porque le ganaba a ese *otro significativo*²², al inglés, con el que el fútbol argentino había modelado su estilo, su rivalidad y ahora conseguía su tan ansiada *justicia poética*.

Porque sabido es que durante los cuartos de final de la Copa del Mundo de México, en 1986, Diego Armando Maradona produjo en un mismo partido lo que Pablo Alabarces denominó como “uno de los acontecimientos más celebrados de la historia del fútbol: los dos goles al equipo inglés”²³.

¹⁸ Ibídem, p. 72.

¹⁹ Ibídem, p. 13.

²⁰ Entrevista en el programa televisivo *Café las palabras*. (Canal *YouTube.com*, parte 3 de 4, min. 5.15. Subido el 11/04/2010). Consultado el 11 de septiembre de 2013.

²¹ Alabarces, P., p. 139.

²² Cf. Alabarces, P., p. 46.

²³ Ibídem, p. 139.

En un mismo *match* hizo dos goles paradigmáticos de aquello que se le pide a un ídolo popular: el “astuto” gol de la *Mano de Dios* y el “mejor gol de todos los tiempos”. (Alabarces, 2002: 139).

A la excepcional, casi inverosímil, jugada de un Diego Armando heroico, se le acopló un relato pasional, desorbitante, casi trazado con la misma pluma –uno en lo lúdico, el otro en lo retórico– que, al combinar toda una serie de asociaciones libres, se tradujo en lo que el propio relator sintetizó, varios años después, como una suerte de “bandera de la emoción”²⁴. Fue así que la narración del gol alcanzó retransmisiones nunca antes escuchadas y sus matices vocales grabaron una marca registrada inherente al gol en el imaginario futbolístico. Porque el relato funcionó, en palabras de Alabarces, como una suerte “centro luminoso” de la *patriocidad del fútbol argentino*²⁵, un centro productor de significaciones imaginarias dispersas a través de los parlantes radiofónicos y sobre el cual la figura de Víctor Hugo se cargaría de misticismo:

Arranca por la derecha el genio del fútbol mundial, y deja el tendal y va a tocar para Burruchaga... ¡Siempre Maradona! ¡Genio! ¡Genio! ¡Genio! Tá-tá-tá-tá-tá... ¡Goooooooool! ¡Goooooooooooool!... ¡Quiero llorar! ¡Dios Santo, viva el fútbol! ¡Golaaaaazoooooooo! ¡Diegooooooooo! ¡Maradona! Es para llorar, perdónenme... Maradona, en una corrida memorable, en la jugada de todos los tiempos... Barrilete cósmico..., ¿de qué planeta viniste? ¡Para dejar en el camino a tanto inglés! ¡Para que el país sea un puño apretado gritando por Argentina!... Argentina 2, Inglaterra 0. Diegol, Diegol, Diego Armando Maradona... Gracias, Dios. Por el fútbol, por Maradona, por estas lágrimas..., por este Argentina 2, Inglaterra 0. (Relato Víctor Hugo Morales, 22 de junio de 1986).

Ahora bien, salvando las distancias de ese hecho particular y al volver al terreno teórico, es evidente que los atributos lingüísticos con lo que cuenta el locutor saltan al oído en cuanto uno enciende un aparato radiofónico y se presta al desfile de palabras. Sin embargo, no son sólo estos los que hacen de la narración de un gol un emblema del fútbol. Existen y existieron centenares de periodistas deportivos contemporáneos a

²⁴ Café las palabras. Min. 5.10.

²⁵ Cf. Alabarces, P., p. 133.

Víctor Hugo que, pese a sus condiciones, ni asomaron al nivel de popularidad del relator uruguayo. Dicho esto, se trata ante todo de no quitarle méritos a su trayectoria, a su postura frente al micrófono y la vida, a no reducir su investidura a este “golpe de suerte”; sino más bien establecer un distanciamiento analítico con respecto a aquellas expresiones ligadas a lo emotivo, que escapan al frío y desconfiado proceso racional que pretende este análisis. Que escapan a comprender toda una serie de significaciones que han operado tanto en la construcción de la figura del relator, como sobre aquel a quien él atribuye el mérito de haberlo introducido en el misticismo del relato popular. Y para ello es necesario retomar la idea de que “el fútbol funcionó a lo largo del siglo XX como un fuerte *operador de* nacionalidad, como constructor de narrativas nacionalistas pregnantes y eficaces”.²⁶

Es así que pueden establecerse asociaciones entre el relator uruguayo y el futbolista argentino, al encontrar en su confluencia toda una serie simbolismos que generaron un encastre miscible entre figuraciones que se fueron construyendo, sobre ambos, a lo largo de sus respectivas trayectorias. Representaciones semejantes, como hitos del misticismo popular, que construyeron identidades locales a través de prácticas y repertorios culturales en una Argentina “que se quiso moderna, abierta a todos los hombres de bien que quisieran habitar el suelo argentino”²⁷. Entre ellos, Víctor Hugo.

Comenzando con Diego Armando Maradona, es nuevamente Pablo Alabarces quien mejor reflexiona en torno a este hecho significativo. El autor confluye que la figura de Diego es central en el relato nacionalista futbolístico de los años ochenta – década en el que el uruguayo hará su arribo a las pampas argentinas– porque constituyó la posibilidad de otorgarle a la patria un sentido frente al derrumbe de las referencias políticas más elementales. En cuanto a su capacidad productora de sentido, Alabarces dirá que la representación del futbolista era, por entonces, una suerte de *significante vacío* en el cual convergieron una multiplicidad de simbolizaciones centradas en la *patrioticidad*, que nuclearon lo anteriormente mencionado hasta la hipérbole. Y Víctor Hugo no escapó a ese “fogoneo”, mediante relatos finos cargados de emoción en los “momentos más destacados de las competencias”, en donde se ponía en marcha aquella “intensidad a pleno pulmón para saludar al sueño que se acababa de conquistar con énfasis”, tal como lo señalaba Rodríguez.

²⁶ Alabarces, P., p. 27.

²⁷ *Ibidem*, p. 28.

De esta forma se construyó toda una épica en torno a Maradona sobre la que se acopló una retórica sumamente exitosa emparentada a la figura del *ídolo popular*. Se destacó su condición de “pobre ascendido”, del que sale de Villa Fiorito pero sin olvidar sus raíces. En lo que describe Archetti, el proceso de construcción de un *primer nacionalismo deportivo*²⁸ necesita de ritos de pasaje, del éxito deportivo, héroes y, sobre todo, de un relato de diferenciación “más narrado que vivido, por su gran capacidad productora de sentido”²⁹. Es aquí en donde la labor de Víctor Hugo asume relevancia. Porque tuvo la gracia de debutar como relator en Buenos Aires un 2 de febrero de 1981, justo el mismísimo día en que Diego Armando Maradona debutara en el Club Atlético Boca Juniors, con un triunfo frente a Talleres de Córdoba. Porque narró las épicas maradonianas en las que se le adhirió discursivamente en las canchas con ese nacionalismo vivido que pedía “que el país fuera un puño apretado, gritando por Argentina”. Porque, Víctor Hugo, ante todo, se quiso argentino en esa narrativa triunfalista que le devolvía al país, a través de la retórica del fútbol, aquellas significaciones perdidas durante tantos años de dictadura y una guerra nefasta por las Islas Malvinas. Le devolvía, y de eso Morales era muy consciente, la posibilidad de volver a gritar, de volver a expresarse libremente porque siempre, pese a sus triunfos, Víctor Hugo se quiso popular, se sintió popular. Porque, como señala Archetti “en la discusión sobre la identidad nacional los periodistas deportivos, intelectuales doblemente periféricos –en el sentido de Bourdieu: periféricos en el campo periodístico, que es periférico en el campo intelectual– intervinieron con una construcción identitaria no legítima (porque el lugar legítimo es la literatura o el ensayo), pero pregnante en el universo de sus públicos”³⁰.

Y es sobre este plano es donde emerge un Morales humilde, pueblerino, oriundo de Cardona, quien crece atravesado por una época en que la radio, como dispositivo técnico, como *proceso de producción social de sentidos*, estaba en su auge, era un indiscutido elemento del paisaje urbano. Dentro de este contexto es “lógico pensar, como lo hace Mc Luhan, que la aparición de la radio cambia la sociedad y que esos cambios se manifiestan en múltiples niveles de la vida social”³¹. Al adentrarnos en su vida, no hay dudas sobre estas aseveraciones: Víctor Hugo es un hombre de radio, desde

²⁸ Ibídem, p. 45.

²⁹ Ibídem, p. 46.

³⁰ Archetti, E. (1995), p. 440, citado por Alabarces, P. y Rodríguez, M. G., *Fútbol y patria: la crisis de la representación de lo nacional en el fútbol argentino*.

³¹ Fernández, J. L., p. 45.

su estirpe, marcado por los radioteatros que cruzaban las costas rioplatenses a través de los parlantes de Radio Colonia, influido por la simbología permanente de los vestigios de un Uruguay campeón del fútbol mundial; magnificado por los relatos de Ignacio Domínguez Riera, Emilio Elena³² y el contemporáneo Carlos Solé, a quien el mismísimo Víctor Hugo le encomendaría el mérito de convertirse en una *leyenda del relato futbolístico uruguayo*:

No es el inventor del relato, pero sí de la fascinación que el relato puede tener. Era un artista, tenía una voz de noche y grapa, gruesa, pero al mismo tiempo agradable y clásica. (Morales, 2009: 180³³).

Si se toma en cuenta, en palabras de Sigmund Freud, que “la identificación aspira a configurar el yo propio a semejanza del otro, tomado como, *modelo*”³⁴, la ligazón que Morales mantuvo con la figura de Solé, a los fines de configurar su estilo discursivo, no podría ser más que interesante. Y la radio, por entonces, operaba en esa dirección: expandiendo las posibilidades lingüísticas que habilitaba una institución escolar bien embarcada en las tierras pueblerinas, y aún más influyente en la vida de Víctor Hugo.

Tenía mucha admiración por los profesores, tanto en Cardona como en Colonia. Los tipos más importante de mi vida han sido ellos (...) La verdadera formación, la educación, la recibí en las aulas; soy un producto nato y neto de ellas. (Morales, 2009:105).

¿Es, tal vez, aquella gratitud por los conocimientos aprendidos en los espacios áulicos, expresada numerosamente por Morales, la que definirá durante aquellos años su estilo característico.? ¿O lo es ese proceso tan acentuado dentro de la maquinaria cultural escolar, a la que el relator le debe gran parte de su formación, la que en combinación con la otra, también poderosísima, *maquinaria cultural posmoderna*,

³² “En 1930 se crearon en Uruguay las bases para fomentar la vivencia de los encuentros con una dimensión mágica gracias a los locutores Ignacio Domínguez Riera y Emilio Elena: cada partido era un acontecimiento social, la victoria era fuente moral nacional y orgullo y el triunfo era motivo para un entusiasmo social desbordado. Su relato se hizo mediante un estilo con un punto de vista imparcial que recurría a frases escuetas, usaba expresiones ligeras que generasen sensación de rapidez y favorecía la anticipación de los goles antes de que los gritase la multitud”. (Castañón Rodríguez, Jesús).

³³ Morales, V. H. (2009). *Víctor Hugo x Víctor Hugo Morales*. Buenos Aires: Sudamericana.

³⁴ Freud, S. (1921c). *Psicología de las masas y análisis del yo*, p. 100.

expresada a través del fútbol, hará de Víctor Hugo un significante con gran capacidad de producción de sentido? O su condición de inmigrante uruguayo, unido a la Argentina mediante ritos, prácticas y expresiones culturales similares, es lo que lo convertiría en un “hermano de sangre”, relator de épicas y epopeyas ¿Serían estas expresiones simbólicas las que hacen de Morales una figura tan pregnante para el imaginario argentino? Porque encima relató el gol contra los ingleses, contra ese *otro significante*, y de una forma bien a lo criollo, con los “huevos bien puestos”, gritándole al mundo las heroicas hazañas argentinas. ¿Puedo aducir que es mediante estas expresiones en donde el relator construyó su forma significativa, porque “el fútbol reponía una nación representada en sujetos populares e hijos de inmigrantes pobres” a los cuáles Víctor Hugo les hablaba, heroicamente, desde el fútbol y para el mundo?

Cualesquiera fueran las respuestas no puede ser ignorado el hecho de que Víctor Hugo Morales logró suceder al “milagro que había en las cuerdas vocales de estos dos colosales relatores del Río de la Plata, como lo fueron Solé y Muñoz”³⁵.

Al primero sucediéndolo luego de su muerte: el 9 de mayo de 1975. Lo que representaría un cambio fundamental en la vida de Víctor Hugo. Carlos Solé había consolidado una hegemónica presencia radial durante un admirable periodo de 40 años al frente de radio Sarandí, en donde llegó a obtener hasta el 80 % de la audiencia, en una estación que había nacido y crecido con su figura. Tras su muerte, “preocupados por la pérdida de quien era el pilar fundamental de su estructura, las autoridades de la emisora se propusieron mantener su gran audiencia. Por eso es que durante 25 días las por entonces dos radios más importantes de Uruguay, Sarandí y Oriental, brindaron una dura batalla para incorporar a Víctor Hugo Morales”.³⁶ Finalmente el uruguayo se incorporaría a radio Oriental, con la firma del contrato el 3 de junio de 1975. Dos años después, lograría incrementar considerablemente su audiencia al pasar del 20 a 75% en las transmisiones futbolísticas. Víctor Hugo nunca ocultó su admiración por Solé, a quien distinguió con las más bellas metáforas y calificativos. Y nunca dejará de resultar evidente su influencia a lo largo de su crecimiento y trayectoria en la que iría adoptando ciertos rasgos característicos.

En cuanto al segundo, es el propio Niembro quien condensa en una frase el panorama de principios de los ´80: “Todos nos decían que no íbamos a poder competir

³⁵ Capasso, J., p. 62.

³⁶ *Ibidem*, p. 30.

con Muñoz, porque Muñoz era un mito”³⁷. Y en verdad lo era: radio Rivadavia, a través de *La Oral Deportiva* había liderado las emisiones radiofónicas durante las décadas de los ’50, ’60 y ’70. El Gráfico titulaba en 1983: “Muñoz-Morales, los reyes del domingo”.

Muñoz y Morales han creado un clima de competencia. El Gordo era líder total y absoluto hasta que llegó Víctor Hugo en 1981. De a poco, en forma creciente y notable, el narrador uruguayo fue dividiendo la audiencia. Y si bien los cómputos marcan una mayoría para Muñoz, los índices demuestran que la competencia existe –cosa que no ocurría en los últimos tres lustros- y que Muñoz y Rivadavia han tenido que retocar fórmulas para mantener la primacía. (Capasso, 2013:61).

Tal como representa *El Gráfico*, al poco tiempo un Morales transmitiendo la misma emoción pero enmarcado a través de un nuevo posicionamiento semiológico, daba un “salto de calidad” a las alocuciones y con ello agrietaba la inquebrantable hegemonía de El Gordo, al que comparablemente se lo veía falto de cultura y con un ingenio acotado en cotejo al de Víctor Hugo. La batalla simbólica tendría su golpe de gracia al mismo tiempo en que Diego Armando Maradona llevara el balón a lo más profundo del arco inglés, aquel 22 de junio de 1986 en lo que el mismo relator calificaría como “ese pájaro azul que los poetas quieren soltar de sus cabezas”. Y es que fue esa “bala en la única guerra posible” la que sentenciaría su condición de relator mítico, fundado en lo más profundo del imaginario futbolístico argentino al tocar el corazón de muchos y hacer, de una vez por todas, que a partir de allí “en los bares, los taxis, los comercios, las panaderías, los hoteles y hasta en los colegios de Mar del Plata se hablara de ‘un tal Víctor Hugo’”³⁸.

³⁷ Ibidem, p. 29.

³⁸ Ibidem, p. 93.

3. Morales y su distinción simbólica para una figura estimada por el canon liberal

“Empezaba a darme cuenta del peligro de la inmovilidad social. Quería destacarme en algo, quería trascender. Necesitaba un mecanismo de defensa frente a lo que sentía como una agresión del mundo exterior.”

Víctor Hugo x Víctor Hugo Morales, 2009, p. 105.

Existe una característica notable que define a Víctor Hugo cuando se lo distancia del terreno futbolístico y se lo analiza en otro *espacio social*. Un espacio en donde toda una multiplicidad de mecanismos comienzan a operar en la construcción de una identidad. La clase social, un apellido, la edad, el nivel cultural, la posición ocupacional, los gustos y preferencias, los consumos culturales; evidentemente, definen a una persona. Demarcan su relato identitario, la forma en cómo se expresa al mundo, el significante de su muestra y exposición.

Si de los orígenes se trata, Morales nace en un barrio popular. No nace en las grandes urbes, en la ampulosa Montevideo; sino que deviene de una Cardona humilde, austera, de tinte rural y con prácticas sociales bien arraigadas. Desde allí forjará una infancia atravesada por su vínculo con *lo popular*³⁹. En un acercamiento temprano al fútbol, la radio, las prácticas políticas, a los simbolismos comunes de un porvenir en busca de una unificación nacional. En esa tierra pueblerina cargada de mitos, de bailes en el Club Social y en el Colonia. De relatos epopéyicos, magnificados por la proyección del cine a través de la grandiosidad de sus personajes. De campeonatos de basquetbol, de noches de Carnaval y fiestas patrias. Morales cargará la antesala significativa de aquello que Jean Paul Sartre denomina el *en sí*, en su dualidad conceptual del *ser*. Aquello que luego de vivido se torna en inmodificable, tras la perennidad que significa observar el paso del tiempo. Y de la cual resultan los simbolismos a modo de bálsamo, que al componer expresiones irrestrictas en la construcción identitaria e histórica de la figura de Víctor Hugo, se van quemando como huellas cuando el locutor despliega sus magistrales relatos al micrófono. En definitiva, una expresión de vida que lo ubica en lo que su colega, la periodista Cynthia García, define como “su faceta popular”.⁴⁰

³⁹ Ver. Bourdieu, P. (2000). “Los usos del pueblo”. En *Cosas dichas*. Barcelona.

⁴⁰ Cf. Anexo: Entrevista a la periodista Cynthia García.

Sin embargo, como mencioné con anterioridad, existe en Morales una *distinción* con respecto a otros relatores de fútbol, e incluso, a un gran número de periodistas. Una particularidad significativa que lo convierte en un ser aún más complejo. Un aspecto que en lo analítico requiere de un revisionismo sobre ciertos elementos de su vida, que lo apartan de aquellos códigos compartidos con *lo popular* —centralizados en la cancha—, y llevan el análisis a la esfera del terreno de las “artes y la cultura”. Una cultura que aquí se entenderá en términos de “alta cultura”⁴¹, de lo que Matthew Arnold definía como “lo bello”; en su sentido restringido. Sobre la cual, su análisis, permite reflexionar en torno a la continua fascinación que el rioplatense manifiesta por el arte y los artistas. “Puedo ir de una cancha al Colón sin que en eso haya ningún mérito. En todo caso soy un privilegiado (...)”, comentó Víctor Hugo Morales, en 1999, en la revista La Nueva⁴².

Y a los fines analíticos sí creo que este aspecto constituye un “mérito”, y es por tal motivo que no podré componer una representación fidedigna de la figura significativa del rioplatense, sin antes reparar lo que se conoce como la *dimensión simbólica de las prácticas*. Aquel espacio en donde entran en juego los consumos culturales, las disposiciones adquiridas a lo largo de una vida para *diferenciar* y *apreciar*, las inclinaciones, modos del lenguaje, los tintes que hay en él, a través del léxico, la elocuencia, o ese “modo de hablar culto”. En fin, todo un repertorio que, siguiendo a Pierre Bourdieu, puede situarse en el estudio del *gusto*. Un gusto destacado, sin dudas, para un relator de fútbol.

¿Y por qué hacerlo? ¿Por qué estudiar al rioplatense dentro de esta faceta? ¿Por qué escindir sus disposiciones y apreciaciones como una expresión legítima, no sólo de parte de su representación característica, de su modelaje personal y simbólico, sino también como un factor a tener en cuenta en ésta problemática global que intento plantear? ¿Por qué hacerlo...? La respuesta, en definitiva, tiene su anclaje teórico en lo que se conoce como *relacionismo metodológico*, en donde su mayor referente es el sociólogo francés, Pierre Bourdieu.

Bourdieu publica, en 1979, *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Allí expone cómo, mediante la confección de un sistema conceptual propio, se puede establecer el análisis del *gusto* estético como un objeto legítimo de estudio científico de las prácticas sociales. Mediante este abordaje, el francés intentará producir una “teoría

⁴¹ Cf. Ruiz, Julio Juan, “La ideología y lo Real en *El sublime objeto de la ideología* de S. Zizek”. Actas de las VII Jornadas de Investigación UNLP, Buenos Aires, 2008, p. 8.

⁴² Capasso, J., p. 200.

materialista de lo simbólico”, a través de una pretendida intencionalidad por fundar un modelo global de las prácticas sociales. Para ello, ejecutará un trabajo empírico de observación sobre quienes él considera como “pertenecientes a las fracciones económicas dominantes”; no en el sentido marxista clásico, sino más bien clasificándolos por sus posiciones ocupacionales. En el fondo, la teoría bourdieuana intentará superar un problema que para la tradición filosófica resulta un escollo: la clásica oposición entre subjetivismo y objetivismo. Y es a través de las relaciones entre las condiciones objetivas –o lo que él denomina como *campo*– y los fenómenos subjetivos o cognitivos de los agentes en el sistema social –situados bajo el concepto de *habitus*– que pretende sortear esta problemática epistemológica.

Básicamente, la enseñanza esencial de este libro puede expresarse en los siguientes términos: el *espacio social* es un espacio de diferencias, de distinciones entre posiciones sociales, que se expresa, se proyecta en un espacio de diferencias o distinciones simbólicas, que hacen que la sociedad en su conjunto funcione como un lenguaje. (González Ruiz⁴³, 2000: 8).

Entonces, el esquema conceptual de Bourdieu resulta de utilidad si lo que pretendo es ingresar en esta faceta de Víctor Hugo Morales. Porque implica concepciones teóricas que se ubican sobre este plano, desde una semiología acorde a los estudios de lo social. Un esquema que lleva a entender las relaciones inherentes entre los *agentes sociales y socializantes* y su entorno de influencia. En mi caso: la emisora Continental, los integrantes de la mesa periodística, las audiencias, entre otros. Con el objeto de profundizar el entendimiento de Víctor Hugo en tanto figura significativa, desde el foco de la teoría del *habitus*. Porque, en definitiva, la proyección del fenómeno Morales hacia la esfera pública no puede escapar al análisis de lo que implica su ocupación profesional, la que representa un *estatus* de clase determinado, en una concepción de individuo propalador de discursos socializantes por medio de un servicio de *broadcasting*.

Ahora bien, y siguiendo con esta línea, la colación del relacionismo metodológico de Bourdieu nos permitirá apartarnos, al menos por un momento, de la

⁴³ Mencía González Ruíz, Hacia una teoría comprensiva de la práctica social: Notas de reflexión acerca de *La Distinción* de Bourdieu.

visión de *fracción dominante*, en términos estrictamente marxistas, e incorporar el aspecto del rol privilegiado que Víctor Hugo ocupa en el espacio social, desde su posición en el campo radiofónico, desde su ocupación profesional.

Pero, entonces, vuelvo a cuestionarme: ¿Por qué señalar la notable inclinación del relator uruguayo sobre las artes y la cultura, en términos de “cultura elevada”? ¿Por qué sería oportuno destacar, como prelude al análisis de un fenómeno concreto, en un marco histórico determinado, aquello que, entre varias definiciones, se puede ejemplificar como ese “salto de calidad” en el posicionamiento semiológico que vendría a aportar Víctor Hugo a los relatos, bajo palabras de Vega Onesime⁴⁴, en lo que representaría una reconstrucción como fenómeno significativo? Es decir (y para seguir complejizando el análisis): ¿De qué sirve destacar este atributo simbólico en el relator uruguayo? ¿Por qué si habré de interesarme en cómo operó la figura de Víctor Hugo, en medio del litigio por la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, es necesario representar, antes, este rasgo identitario? ¿Qué implica esta tarea? ¿Hacia dónde apunta el análisis? Básicamente la respuesta gira en torno a la idea de *distinción*, a la de que su *habitus* de clase es altamente estimado por el canon liberal, por resultar éste emparentable en múltiples expresiones y concepciones que, en tanto tal, operaron considerablemente dentro del espacio ideológico –próximamente descripto– como una estructura simbólica sobre la cual los relatos de Víctor Hugo se tornaron pregnantes. Porque hablaba culto, desde un lenguaje refinado y a través de rasgos figurativos que eran perfectamente emparentables con aquellos rasgos definitorios de las fracciones dominantes.

No obstante, cabría señalar que para explicitar correctamente la problemática del fenómeno, sería oportuno establecer un recorrido que destaque los atributos esquemáticos que vendría a aportar este “rol distintivo” en el relator uruguayo. El que hace de él, tal como dije al comienzo del capítulo, un caso paradigmático.

Es así que para comenzar se retomará al sociólogo, Pablo Alabarces, quien en su libro *Fútbol y Patria* aproxima los mecanismos medulares en el basamento de una identidad:

⁴⁴ Capasso, J., p. 56.

La identidad podría construirse en torno a la clase, la edad, el trabajo, lo cultural, los consumos culturales... La identidad argentina se basó en la pluralidad y la ubicuidad, en la coexistencia de relatos variados que permitieran –mucho antes que la posmodernidad pusiera tapete a esa posibilidad– múltiples mecanismos para construir identidades, aunque de carácter más estable y duraderos que los contemporáneos. Un relato fundamental: *el ascenso social*, el relato integrativo y fundamental para una sociedad primero inmigratoria –de los europeos a la Argentina– y luego migratoria –de los provincianos a Buenos Aires–. (Alabarces, 2007:28).

Con ello, y al entendimiento analítico, señalaré que, tal como afirma Alabarces, sobre una identidad operan una multiplicidad de mecanismos dentro de un *espacio social*. Pero este espacio no se caracteriza por enmarcar una delimitación física y ya, sino que constituye “un espacio de diferencias, de distinciones entre posiciones sociales, que se expresa, se proyecta en un espacio de distinciones simbólicas, que hacen que la sociedad en su conjunto funcione como un lenguaje. Esto significa que la *topología social*, que describe la estructura del espacio, es inseparable de una *semiología social*, que describe el mundo social como un sistema de signos o lenguaje. Sistema de signos, que somos capaces de leer prácticamente, (...) a través de las instituciones del *habitus*”⁴⁵.

Si se disgrega lo recientemente descripto, se abren múltiples aristas. Aunque preferiría comenzar con algunas salvedades:

En el capítulo pasado realicé una breve descripción de cómo a través de su práctica radiofónica histórica el uruguayo pudo desplazarse exitosamente en el espacio social. De su trayectoria radial en la que, como sostiene Braceli en el prólogo de *Un grito en el desierto*, “consiguió prestigio y popularidad y premios y honores y hasta eso tan dulce que, con perdón de la palabra, llamamos éxito”⁴⁶. Consagrándose, de forma aparejada, en lo material. Son las obras autobiográficas tratadas, el libro de editorial Sudamericana, *Víctor Hugo x Víctor Hugo Morales*, y la reciente edición del libro de

⁴⁵ González Ruíz, M., p. 8.

⁴⁶ Morales, V. H. (2012). *Un grito en el desierto*; con prólogo de Rodolfo Braceli. Buenos Aires: Continente, p. 24.

Julián Capasso, Víctor Hugo. *Una historia de coherencia y convicción*, las que avalan estas apreciaciones.

No obstante, aquí interesa focalizarse en el aspecto descriptivo de aquello que Mencía González Ruiz, en sus estudios sobre Bourdieu, encasilla bajo una *semiología social*. Una operatoria con la que podré describir *aquellos elementos de construcción de individualidad* de los que hablaba Fernández. Y que resultarán evidentes a la hora de esquematizar los modos de operación sobre los que se construyó parte de la figura significativa de Morales, parte de su *habitus*, y que es representativo de aquel relato de *ascenso social* que describía Pablo Alabarces.

Pero, para seguir avanzando y reducir el foco, es necesario, antes, responder a la pregunta de cómo operó el relato del ascenso social en la vida de Morales. Cómo modeló éste su vida, por entonces cruzada por las prácticas sociales, los usos y costumbres de un pueblerino de Cardona. Y en qué aspectos influyó sus rasgos individuales. Víctor Hugo manifiesta –y el reconocimiento de este aspecto es considerable–, a lo largo de sucesivas entrevistas en múltiples soportes, cómo desde su infancia pudo darle un sentido práctico a aquello que él mismo catalogó bajo la condición de “resentido social”. Se reconoce a sí mismo como un resentido “inteligente”, no destructivo, cuya condición le habría permitido revisar aquellos sentimientos de impotencia que, por entonces, sentía frente a las manifestaciones de “violencia simbólica” enmarcadas en los hechos de desigualdad social.

Otros estaban embellecidos por el apellido, por la posición social, por la casa que tenían. Estaba totalmente relegado en ese sentido. Quería sacar la cabeza; por el deporte, por el estudio, por la preparación, por saber más que los otros. Me di cuenta de lo que me ayudaba a igualarme leer Tolstoi, a los dieciséis años en Colonia. Allí las diferencias empezaban a esfumarse de a poco. En un determinado momento la lectura, la preparación cultural, se convirtió en un elemento de seducción aplastante. Lo que uno sabe de cine, de literatura, es el mayor capital para tu cara, tu cuerpo y la ropa que llevás sean mucho mejores. (Morales, 2009: 106)

Consciente del “peligro de la inmovilidad social”⁴⁷, al que estuvo expuesto durante sus años de juventud, Víctor Hugo expresó de manera temprana una necesidad

⁴⁷ Morales, V. H. (2009), p. 105.

por “trascender”. Un impulso por modificar esa condición de *vulgar* (en términos bourdieuanos) que lo ubicaba en un posicionamiento desventajoso en la estructura social. Fue así que entendió con rapidez que “la resistencia se sitúa en terrenos muy distintos del de la cultura en sentido estricto, donde ella no es nunca la verdad de los más desposeídos, como lo testimonian las formas de *contracultura*, que, podría mostrarlo, suponen siempre un cierto capital cultural”⁴⁸. Y Morales bien lo dijo: “estaba totalmente relegado”, deseaba “sacar la cabeza”, destacarse, “igualar” esa brecha cultural. Por lo cual, el “corte” debía ser, necesariamente, de esencia simbólica. Y de esta forma, motivado por una caracterización de sí mismo en la que se define como hombre de “reacción”, más que de acción, y condicionado por estas manifestaciones extralimitadas a las que interpretaba como agresiones externas, se hará prematuro de un reposicionamiento en el campo simbólico y social:

Todo aquello lo supe muy tempranito porque tenía un resentimiento inteligente, no destructivo. Es difícil marcar tanto el detalle del resentimiento; no siempre lo menciono porque puede generar una mala interpretación. Pero creo que, si bien esa herida cicatriza, siempre está. Siempre estoy del lado del no poder. (Morales, 2009: 105).

Si se entiende que una “trayectoria desde el espacio de las posiciones económicas y sociales al espacio de la toma de posiciones simbólicas o signos sociales de distinción, se cumple con la intermediación del *habitus*”⁴⁹, que es la incorporación de la estructura social a través de una posición dentro del espacio social, entendido como campo de luchas; Víctor Hugo manifiesta hoy una identidad de prestigio que se proyecta en el espacio social con una clara distinción simbólica. Una identidad que se sustenta en su marcado ascenso social, no sólo desde su capital económico, sino más bien por su conquista en lo cultural: que es lo que aquí precisamente interesa. Puesto que Morales expresa, constantemente, un “sagrado respeto por el arte”; y para ser metafórico podré decir, como él mismo reconoce, que lo que ha visto “de cine, de teatro y escuchado de música, perfectamente podrá establecer un record”⁵⁰.

⁴⁸ Bourdieu, P., p. 157.

⁴⁹ González Ruíz, M., p. 9.

⁵⁰ Capasso, J., p. 199.

Aunque es necesario repasar, como vengo sosteniendo, que para llegar a su posicionamiento le fue necesario identificar, anticipadamente, aquellas relaciones de poder que operaban dentro de su campo social. En el Club, en el barrio, en Cardona en general. Para así sortear las relaciones de dominación existentes que, por entonces, se encuentran sintetizadas en aquellas figuras altaneras de esos tipos transeúntes del Club Social que, cargados de soberbia, según sostuvo Víctor Hugo, pavoneaban sus riquezas frente a las puertas del Club Democrático, acervo convivencial y simbólico de la clase media y baja de Cardona.

El poder es referencial al Club Social. Eso es una marca, no lo puedo intelectualizar para mejorarlo, pero es indudable que, establecida cualquier forma de poder, enseguida siento una especie de fiscalía, de vigilancia, de observación, levanto la guardia. (Morales, 2009: 106).

Y fue así como desde su estructura estructurante, estructuró su vida. Consciente que para desprenderse de su condición de dominado dentro de su *espacio social* debía trabajar en pos de perder lo que lo señalaba como “vulgar” y apropiarse de eso con relación a lo cual aparecía como tal⁵¹; encontró su salida en las prácticas escolares de la maquinaria cultural de las instituciones docentes.

Entonces, vuelvo a cuestionar: ¿De qué me sirve destacar este atributo simbólico en el relator uruguayo?

Mi hipótesis refiere a que esta representación de la figura de Víctor Hugo como un canon liberal fue vital en el sostenimiento de la defensa de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En el imaginario, Morales representaba un determinado *estatus* de clase que por sus conocimientos, preferencias e inclinaciones en el gusto y consumos culturales (ejemplificados en el hecho de ir infinitamente a presenciar obras al Teatro Colón, promover cuanto acto cultural existiese, saber de cine y literatura como pocos y deslindar relatos futbolísticos cargados de una mística poética sin parangón – dentro del campo periodístico–); formatearon su investidura simbólica como un actor emparentable a las prácticas de la cultura dominante. No hay mejor expresión alegórica que la que parte de sus palabras, al aseverar que por sus “inquietudes e inclinaciones personales, naturales (...)” seguramente se hubiera podido desviar de su camino de

⁵¹ Cf. Bourdieu, P., 156.

relator porque alguna labor vinculada al arte podía haber sido compatible con sus inclinaciones y gustos”⁵².

Por ello, no sería muy arriesgado sostener que para cualquier oyente que no sepa a ciencia cierta la inclinación política histórica del relator vinculado a la izquierda, o que desconozca sus intervenciones solidarias (que bajo el velo de “perfil bajo” o la humildad esconden su posicionamiento en el “no poder”), o sus manifestaciones permanentes en contra de las prácticas monopólicas del Grupo Clarín; no sería arriesgado sostener, repito, que a este oyente Víctor Hugo le signifique –de un relámpago de memoria– sólo “fútbol” y “cultura”. Le remita al gol a los ingleses e, inmediatamente, traiga sus metáforas desvariadas. Le destaque su léxico ilustre, o su postura sumamente crítica al gobierno, sustentada en una predilección no peronista⁵³. O su trayectoria histórica en radio Continental, una emisora ligada al campo y a todas las virtudes imaginarias que de ello se desprenden. Eso le significa Víctor Hugo. Porque, sin dudas, a unos tantos, a los que realmente lo conocen, a aquellos que han curioseado por los vericuetos de su trayectoria de vida, a ellos, el rioplatense les significará otra cosa: aquel uruguayo emparentado al Movimiento de Liberación Nacional – Tupamaro, les recordará, inmediatamente, sus intervenciones históricas en contra del Grupo Clarín o la publicación del libro *Un grito en el desierto*, en medio de los peores momentos de una Argentina agónica.

Pero, nuevamente, ¿qué es lo que hace que estas anécdotas sean las rememoradas? ¿Qué es lo que hace del imaginario una red ineludible dentro de la cual sólo quedan sostenidas aquellas expresiones que se definen o encajan en el espacio ideológico liberal? ¿Qué es lo que opera para que tanto Rodolfo Braceli, en el prólogo de *Un Grito en el desierto*, como el biógrafo, Julián Capasso, en la introducción de su reciente libro, se pregunten: “qué le pasó a Víctor Hugo”?

Evidentemente, esa percepción del relator como un “igual”⁵⁴, esa expresión de Morales como una figura “lavada”, paradójicamente despolitizada dentro de ciertos discursos que operaron en la esfera pública, hace pie sobre cierta expresión simbólica de

⁵² Capasso, J., p. 199.

⁵³ Pese a su constante inclinación popular, Víctor Hugo nunca se reconoció como peronista. En sucesivas entrevistas durante 2009, manifiesta su reconocimiento y adhesión a los procesos de izquierda en el Uruguay. No obstante, no reconoce las mismas “virtudes” de éstas tradiciones en la Argentina, aduciendo, en una que otra entrevista durante aquel año, que de votar en la Argentina, su candidato sería “Lilita” Carrió.

⁵⁴ En referencia a ese *otro* *significante* que siempre implica un antagonismo y a las operaciones significantes del fútbol como maquinaria productora de nacional: Previo a la defensa de la ley, “Víctor Hugo es argentino”.

su *habitus*. Es decir, no es que se construyó una figuración de aquello que Bourdieu ubicara del lado “dominante” a fuerza de distorsiones y mentiras. Todo lo contrario, el espacio ideológico utilizó aquellas figuraciones de una construcción imaginaria previa, asentada de ante mano y a través de sus posicionamientos distintivos en el espacio social, las proyectó. A través de su *habitus*, y las prácticas cotidianas en su *subespacio social*: la emisora Continental. Por medio de su relación con sus colegas de piso, ciertamente inclinados ideológicamente al conservadurismo de clase. Porque Víctor Hugo se esforzó, desde su infancia, por borrar aquellas diferencias:

A mí siempre me interesó la pintura. Recuerdo de chico ir a Montevideo, a la casa de mi tía, y visitar por lo menos una vez el Museo de Bellas Artes. Medio raro, un cardonense en el museo. Pero es otro de los legados de aquel profesor que nos decía: “Nunca van a conocer historia como aprendiendo historia del arte⁵⁵”. (Morales, 2009:53).

Y su reposicionamiento lo llevó rápidamente de Cardona a Montevideo, y de allí a cruzar el charco para constituirse como porteño simbólicamente legítimo en las tierras del “Polaco Gardel”. Nada más y nada menos que a través de una práctica radiofónica que le permitió esfumar esas diferenciaciones al despliegue de una prosa ilustre, tiempos cuidados y un lenguaje culto, digno ejemplo de incalculables horas de lectura y evidencia cierta de su pasaje por la máquina cultural escolar. Hicieron de Morales una identidad definida, por medio de su relato, dado que, como sostiene Alabarces, una identidad se construye a relatos, variados, mixturados, que operan sobre el aglomerado simbólico. Porque la práctica discursiva misma le permitió construir su propio relato de ascenso social, precisamente, por medio de relatos radiofónicos:

El 10 es Mozart, por supuesto. Si se lesiona a Brahms. Y de 2 pongo a Bach. Porque en su música está el respaldo de todo. El número 5, el organizador es Beethoven... Arquero no sé, tendría que ser algún músico con sotana, porque así ocupa más arco. ¿Chopin dónde? Chopin es el tipo de los chispazos geniales. En realidad Chopin podría ser el 10 y Mozart el 9. Pero veo en Mozart un 9 jugador, no un 9 solamente 9. Un arquero

⁵⁵ Víctor Hugo se refiere a un profesor del nivel secundario, a quien en homenaje quiso destinar un libro nunca escrito: “Buenos días, Don Ernesto”.

podría ser un pintor, porque son los tipos que más tuvieron que confrontar con la crítica. Picasso se bancó la incompreensión. Arquero, entonces. ¿Y de 8? Ahí pongo a un tipo comprendido, a un escritor, a alguien serio: Víctor Hugo. (Capasso, 2013: 200).

Y de esta forma me aproximo a la problemática central que pretendo exponer. En tomar la figura de Víctor Hugo en tanto expresión simbólica. Una figura que operó dentro de un espacio ideológico; que tuvo sus particularidades. Que estuvo atravesada por un momento histórico, en el cual se dotó de ciertos mensajes y de no de otros. ¿Cuáles fueron esos mensajes? ¿De qué manera? ¿Con qué intencionalidades? ¿Por qué interesa Víctor Hugo en tanto estima? ¿Por qué sostengo que es una estima y cómo se sustenta esta argumentación?

En principio, algo dije, por medio de la postura del relacionismo metodológico del prisma de Bourdieu. En donde nuestro mayor enclave teórico es el del *habitus*. Por suponer una estructura estructurada que implica develar cierta tradición histórica, llena de marcas significantes que fueron modelando, en este caso, su identidad. Partiendo de ciertos elementos de individualidad. Reglados por un contexto histórico y geográfico. Descriptos al hartazgo en sus libros autobiográficos mencionados.

Ahora, la noción que torna aún más interesante mi observación es la que se guía bajo el concepto teórico de *campo*. En este caso, un campo que se puede situar, en principio, en la descripción de sus años de vida en Cardona y, luego, como parte de un contexto y un posicionamiento dentro del espacio social que supone difundir discursos por medio de la práctica de *broadcasting*. ¿Y por qué la menciono? Porque la identificación de Víctor Hugo, ante la opinión pública, de la emisora Continental, contribuyó a reforzar por años la percepción de esta *distinción*. En tanto relato de diferencias, más allá, que reiteradamente de hecho, Víctor Hugo haya pretendido lo contrario. De allí es comprensible entender su reacción ante la Resolución 125⁵⁶, impulsada por el gobierno kirchnerista en 2008 y tan irreflexiblemente rechazada por el propio Víctor Hugo. Es comprensible suponer que fue su *habitus*, construido por años de distinción simbólica, la que lo situó en “ese lado” político, dentro del espacio social. Y de igual forma, también es comprensible que el hecho de la sanción de la LSCA lo

⁵⁶ Polémica medida implementada por el gobierno Nacional, bajo la Resolución 125/08, que buscaba implementar retenciones móviles al sector agropecuario. El rechazo a la medida unió a las cuatro entidades rurales (SRA, FFAA, Coniagro y CRA) en la Comisión de Enlace de Entidades Agropecuarias y, finalmente, luego de varias semanas de conflicto político y mediático, ésta fue rechazada en el Congreso Nacional por el voto “no positivo” del por entonces vicepresidente, Julio Cobos.

haya puesto en un brete contradictorio de su propia condición profesional e, incluso, de vida.

Pero, ¿cómo operó el espacio ideológico? ¿Cómo utilizó el *establishment* la figura de Víctor Hugo? No hay dato más significativo que el hecho de que por años, pese a su lucha histórica y constante con el Grupo Clarín, éste rasgo haya sido, prácticamente, invisibilizado dentro de la esfera pública. Es decir, comparativamente hablando, no hay duda de que el peso simbólico entre el gol a los ingleses y su faceta de luchador incansable ante los monopolios de turno, es inmensurable. No hace falta un análisis discursivo muy exhaustivo, ni mucho menos. Las resultantes están a la vista de todos. Hasta el mismo Víctor Hugo siempre lo dijo: “No dejan de pararme en la calle y decirme, escuchá, escuchá. Y me reproducen el gol el `86”⁵⁷.

Y vuelvo a cuestionar: ¿por qué esta estima? Porque en su esfuerzo por “sacar la cabeza”, en su miedo temprano a la inmovilidad social, en su utilización de este “resentimiento constructivo”, Víctor Hugo irá construyendo una imagen de sí mismo que lo identificará y situará, dentro del espacio de distinciones simbólicas, del lado de las fracciones dominantes. Pese a nunca apartarse de los relatos futboleros, para el *establishment*, en tanto representación significativa, Víctor Hugo siempre fue un liberal. Pese a su acercamiento a la cancha, como conglomerado de retóricas populares, el *establishment* siempre se esforzó por proyectar al abanico de significaciones sociales estos rasgos asimilables de clase. De allí derivan al éter, y en tanto tal son completamente comprensibles, expresiones del mejor estilo “Víctor Hugo se dio vuelta” o, “pese a todo, él sigue siendo argentino”. Porque esa multiplicidad de discursos que giraron dentro del espacio ideológico fueron, por años, sólo audibles para aquellos a los cuales las clases dominantes detentaban que así lo fueran.

Pero..., en dónde queda su intervención política. ¿Es Víctor Hugo todo esto que digo? ¿Qué es más: uno u otro? Esta expresión que operó en el litigio es sumamente importante para entender de qué lado se lo ubicó cuando resonaba aquella frase que Capasso sintetizaba con el “qué le pasó a Víctor Hugo”.

Este singular emprendimiento reflexivo tiene un mérito adicional. Sabido es que este hombre hace rato consiguió prestigio y popularidad y premios y

⁵⁷ Entrevista *Café las palabras*.

honores y hasta eso tan dulce que, con perdón de la palabra, llamamos éxito (...) Alguien que ha conseguido, de ida y vuelta, semejante popularidad y prestigio y buen pasar, alguien tan aprendedor de las artes del buen vivir, ¿para qué se pone a mirar a los costados? ¿por qué se mete con los temas más espinosos y peligrosos de nuestra ardua realidad?, ¿por qué se mete y compro-mete?, ¿por qué salta sin red a costa del qué dirán? (...) Nunca dejará de sorprendernos que un tipo tan disfrutador del vivir, con tanto prestigio y popularidad y buen pasar, tenga semejante capacidad para complicarse la vida. Asombra esa extraordinaria capacidad para enrolarse en lo que menos le conviene (...) Él hace lo que pregona: cada día como periodista se limpia del fácil *pecado de la comodidad*. (Braceli, R., citado de Prólogo de *Un Grito en el Desierto*, 2012:24).

4. Del pasto pueblerino al intelectualismo del individuo libre

*“La burguesía siempre desconfió,
con razón, de sus intelectuales.
Pero ella desconfía como de seres extraños que,
de hecho, nacieron de su seno.
La mayoría de los intelectuales, en efecto,
nació de burgueses que le inculcaron la cultura burguesa.
Aparecen como guardianes y trasmisores de esa cultura.
De hecho, un cierto número de técnicos del saber práctico
se hicieron, tarde o temprano, su perro guardián.
Otros, los elegidos, permanecen elitistas hasta cuando
profesan ideas revolucionarias.
A ellos los dejamos discutir, ellos hablan el lenguaje burgués.
Y lentamente los cambiamos, y cuando llegue el momento
basta una batucada en la Academia Francesa
o un Premio Nobel o alguna otra prebenda para recuperarlos”.*

Conferencia de Jean Paul Sartre, Bruselas 1972.

El 28 de diciembre de 2011, un periodista⁵⁸ de la revista *Newsweek* le preguntó a Víctor Hugo, a poco de cerrar su entrevista, con qué versión de sí mismo se veía mejor representado. Para ello mencionó los roles de locutor, periodista, analista político, “concientizador” y melómano. A esas, por su parte, el entrevistado añadió otra candencia: la de relator; sobre la cual dijo sentirse un poco artista.

Más allá de los rasgos poéticos que se pueden encontrar en esta nota, la anécdota periodística sirve como un disparador viable para repensar una nueva categorización, a las recientemente mencionadas, y que se inscribe bajo el concepto de *intelectual*. Pero, ¿quién podría exponer, a secas, que Morales es un “intelectual”? Y antes, incluso, de ello: de qué se habla cuando se habla de *intelectual*, bajo qué aspectos y sobre qué tipo de atribuciones teóricas se sostiene esto.

Sería necesario primero saber qué es un intelectual. Hay personas que piensan que es un tipo que hace exclusivamente un trabajo de inteligencia. Mala definición: no hay ningún trabajo que sea exclusivamente de inteligencia. Tampoco lo hay que no necesite de ella. Un cirujano, por ejemplo, puede ser un intelectual y sin embargo su trabajo es manual. No pienso que la profesión sea lo único que determina a lo que se llama los

⁵⁸ El autor de la nota se llama: Andrés Fidanza. La entrevista fue publicada el 28/12/11. La omisión de su nombre en el cuerpo del texto responde a fines meramente estilísticos, con el objeto de reforzar el nombre de Víctor Hugo.

intelectuales; no obstante, hay que saber en qué profesionales ellos se constituyen. Diría que se los puede encontrar en el cuadro de lo que yo llamaría las técnicas del saber práctico. En verdad todo saber es práctico. Pero no hace mucho tiempo que eso se sabe, por ello empleo esas dos palabras juntas: los técnicos del saber práctico constituyen o utilizan, por medio de disciplinas exactas, un conjunto de conocimientos que tienden en principio al bien de todos. Ese saber tiende, naturalmente a la universalidad: un médico estudia el cuerpo humano *en general* para poder curar, en no importa quien, una enfermedad cuyos síntomas habrá descubierto y para la cual conocerá sus remedios. Pero el técnico del saber práctico puede ser, igualmente, un ingeniero, un sabio, o un escritor, un profesor. En todos los casos, en efecto, se encuentra la misma contradicción: el conjunto de sus conocimientos es conceptual, es decir universal, pero no sirve nunca a todos los hombres. (Sartre, 1973: 344).

En el texto *Plaidoyer pour les intellectuels*, el cual constituye una serie de tres conferencias dictadas en Japón entre septiembre y octubre de 1965, y que luego serán editadas en las *Situations*, VIII bajo el título “Los intelectuales”; Sartre expone su propia concepción sobre el origen y la función del intelectual en la sociedad. Es la doctora Catalina Uribe Merino quien hace un análisis de éste texto en su obra *Sartre y la figura del intelectual comprometido* y afirma que el filósofo francés “se remonta al siglo XVIII” para construir el entramado histórico del concepto. Señala como, en ese momento, según nos explica, “la burguesía necesitaba afirmarse como clase a partir de una ideología. Esta ideología la construían los *especialistas del saber práctico*, que se denominaban a sí mismos *filósofos*. Los *filósofos*, que se convirtieron en los nuevos *clérigos* de la sociedad, expresaban el espíritu objetivo de su clase”. Pero después del famoso caso en Francia, en donde Alfred Dreyfus⁵⁹ es juzgado y la posterior intervención de denuncia que realiza el escritor Émile Zola genera un estallido social contra el régimen, “los filósofos que eran intelectuales orgánicos de su clase, en el sentido que Gramsci da a esa palabra, se transforman en *intelectuales*”⁶⁰. Así, luego del

⁵⁹“Los *intelectuales* aparecen por primera vez en la historia francesa a finales del siglo XIX con motivo del caso *Dreyfus*. Alfred Dreyfus era un oficial alsaciano judío, que fue condenado por traición a la patria en 1894 a deportación de por vida, con base en documentos falsificados. En 1898, el escritor Émile Zola promovió el caso *Dreyfus* con la publicación de *J'Accuse*, en la que incriminaba duramente al gobierno. Graves enfrentamientos políticos internos provocaron, por primera vez en la historia francesa, el estallido público de la oposición”. (Uribe Merino, 2006: 30).

⁶⁰ Uribe Merino, C. (2006). *Sartre y la figura del intelectual comprometido*, p. 31.

caso *Dreyfus*, no se define sólo terminológicamente la palabra, y se expande en su uso; sino también lo que empieza a popularizarse es la idea de que un artista o un hombre de letras debe dejar su arte para comprometerse al servicio de una gran causa. “Desde entonces los intelectuales intervienen en el campo político denunciando el orden establecido, interpelando los poderes y las autoridades consagradas y desmitificando las ideas dominantes”⁶¹.

A lo mencionado, sólo resta preguntarse si en general los periodistas pueden ser tomados como *intelectuales*. Interesa sobre todo porque Víctor Hugo es un periodista y el rol ejercido durante el conflicto es, eminentemente, periodístico. De las conferencias no se desprende, en sentido estricto, una denominación de los periodistas como tales. Sartre no circunscribe la figura de un intelectual a una profesión determinada de modo estricto, y por exclusión a otra; sino que enuncia aquellas características que debería tener y, en base a ello, se remite a los escritores, como ejemplo, por ser que esa profesión lo toca en su propia vida. Aclarado esto, lo que importa y se desprende de sus palabras son aquellas características que definen a los *intelectuales* en oposición a los *especialistas del saber práctico*, por cuestiones puramente ideológicas. En el estudio sobre el fenómeno Víctor Hugo y las significaciones que de él se desprenden en el momento histórico que toca analizar, la incorporación teórica de Jean Paul Sartre es sumamente enriquecedora para comprender el litigio hacia adentro del *espacio ideológico*.

Ahora, si bien no se “etiquetan” profesiones y tampoco se puede pecar de ingenuo al promover una mirada reduccionista, puesto que Sartre expone con claridad cuáles son los supuestos que definen a cada uno; podré decir que muchísimos periodistas, evidentemente, pueden ser encasillados en la concepción de *especialistas del saber práctico*, en el sentido que él le confiere a la palabra:

El técnico del saber práctico es reclutado *desde arriba*. Ya no pertenece, en general, a la clase dominante, pero ésta lo designa *en su ser* decidiendo *los empleos*; según la naturaleza exacta de su empresa (...), según las necesidades sociales consideradas según *sus* opciones particulares y *sus* intereses (...) El empleo, como puesto de poder y papel a jugar define *a priori* el provenir de un hombre *abstracto* pero esperado (...) Así la clase

⁶¹ Ídem.

dominante decide el número de técnicos del saber práctico en función del *provecho*, que es su fin supremo. (Sartre, 1973: 293).

Así el ejercicio del periodismo “mal logrado”; es decir, consagrado funcionalmente a los intereses dominantes, y por fuera de todo principio de ética y respeto por los acontecimientos, representa una proliferación y reafirmación de nuevos dogmas e imágenes míticas del mundo, que son potenciadas con el advenimiento de los medios de comunicación en tanto *holdings*. Conglomerados de multimedios concentrados que “reclutan” guardianes de la hegemonía para ser engendrados por la burguesía, “llevados por su éxito, penetrados por sus costumbres y pensamientos”⁶²; a través de una formación ideológica y técnica que es definida por la clase dominante mediante un sistema constituido *desde arriba*. “Ellos hacen pasar abusivamente por leyes científicas lo que no es, en los hechos, más que la ideología dominante”⁶³. En pocas palabras: la pretendida objetividad periodística; sacralizadores de la profesión y la libertad de prensa a ultranza, entre otras múltiples manifestaciones.

Sin embargo, a riesgo de dejar cuestiones abiertas que pretendo explicar luego, aquí importa definir a Víctor Hugo. Preparar su ante sala como fenómeno significativo del que no se puede dejar pasar aspectos concretos de su vida, que lo han marcado – como vengo exponiendo– y que forman parte de los “extractos significantes” en su figuración simbólica. En su posicionamiento frente al campo.

Sartre dice que todo técnico del saber es *intelectual en potencia*, puesto que es definido por una contradicción que no es otra que el combate permanente, en él, de su técnica universalista y la ideología dominante. Pero no es por simple decisión que un técnico se transforma en un intelectual *de hecho*: eso depende de su historia personal que ha podido desatar en él la tensión que lo caracteriza”⁶⁴. Así establece que el intelectual sufre en varios niveles una misma *contradicción*. Por ejemplo, es desde su infancia un *humanista* porque “se le ha hecho creer que todos los hombres eran iguales”. Ahora bien, si él se considera, toma conciencia de ser por sí mismo la prueba de desigualdad de las condiciones humanas”⁶⁵; entrará en una contradicción, porque su

⁶² Sartre, J. P. (1973). Los intelectuales. En *Alrededor del 68. Situación ocho* (trad. Castellana Eduardo Gudiño Kieffer). Buenos Aires: Editorial Losada, p. 293.

⁶³ *Ibíd.*, p. 295.

⁶⁴ *Ibíd.*, p. 301.

⁶⁵ *Ibíd.*, p. 297.

propia existencia refuta la idea misma de igualdad. Es el desposeído, despojado de las virtudes prometidas por un sistema universalista, el que le permiten tomar conciencia. Por estas razones, es portador de un *privilegio*, de un *poder social* emanado de su práctica. Víctor Hugo es un privilegiado en este sentido; por donde se lo mire. Él mismo lo reconoce y le asigna a ello la gracia de la suerte. Y Sartre reafirma aún más este privilegio si éste “ha salido de las clases trabajadoras”, porque “no ha podido triunfar sino por la razón de que un sistema complejo y *nunca* justo de selecciones ha eliminado la mayor parte de sus camaradas. Cuando el propio Víctor Hugo reconoce que era un poco raro ver un cardonense en un Museo de Montevideo, testifica las condiciones de desigualdad. Por ello, “es, de todas maneras, el poseedor de un privilegio injustificado, sobre todo en un sentido, si ha salido brillantemente de todas las pruebas.” Y “ese privilegio –o monopolio del saber– está en contradicción radical con el igualitarismo humanista”⁶⁶.

La contradicción con la que Jean Paul define a los *intelectuales*, –más tratándose de un hombre cuya obra es inseparable de su propia vida– parte de su propia condición. En mayo de 1967, el escritor argentino Ernesto Sábato dictó una conferencia en la escuela N°38, Camilo y Adriano Olivetti, en la ciudad de Merlo, provincia de Buenos Aires. En una clara exposición, Sábato sostuvo que los orígenes del movimiento existencialista debían rastrearse en los orígenes de la literatura occidental –entendida como novelística–, como fenómeno de surgimiento paralelo y compensatorio a la revolución industrial. En ese aspecto, afirmaba que por un prejuicio “histórico y filosóficamente falso” se decía que los novelistas se habían vuelto existencialistas mientras que, según él, era totalmente al revés:

No es que la literatura se hiciese existencialista, el problema es exactamente al revés, fue la filosofía que, por decirlo así, se hizo literaria. (Sábato, 1967: 8).

Con esa exposición, Sábato le restaba la exclusividad meritoria del existencialismo al fenómeno francés, centralizado en la figura de Jean Paul Sartre, y explicaba cómo, según su criterio, la discusión era inerte puesto que la literatura se ocupaba del hombre concreto, como objeto, ya desde su concepción. “Desde el *Quijote*

⁶⁶ Ídem.

hasta acá todo el desarrollo de la novelística es un fenómeno nuestro y es porque la novela le ha permitido al hombre un alimento espiritual que le ha sido negado paulatinamente por una civilización cada vez más racionalizada, más abstracta y más técnica”⁶⁷.

Sin recaer en la polémica, interesa de Sábato sus palabras referidas al rol social de Sartre en tanto existencia misma de contradicción; precisamente aquella con la que Sartre define a los *intelectuales*:

Hay una profunda contradicción en el pensamiento de Sartre, cosa muy extraordinaria, tratándose de un hombre de la lucidez y el talento de él. Yo lo atribuyo a un sentimiento de *culpa*. Por un lado es un endemoniado, como lo prueban sus novelas. Y cuanto más endemoniado es, tanto más culpable se siente, porque es un hombre deseoso de servir a la comunidad. (Sábato, 1967: 16).

Este sentimiento de culpa que Sábato atribuye a Sartre, es asimilable con el mismo sentimiento de culpa con que, constantemente, Víctor Hugo Morales se muestra al mundo. Tal vez consciente de ese *privilegio injustificado*, existe en él, aún, una latencia muy recurrente de aquella *marca* que lleva desde chico y que le es imposible intelectualizarla, racionalizarla. Permanentemente reniega de su propia condición atribuyéndole al destino la gracia de la suerte que pesa sobre él, al descalificar cualquier apreciación que pudiera reconocerle algún tipo de talento. Ante sus propios ojos, él mismo se ve impedido a reconocerse como un hombre talentoso. Le es imposible sostener públicamente que ha llegado a ser lo que es, en tanto fruto de una trayectoria “exitosa”, motivado por sus propios atributos. A diferencia, prefiere decir que existen dos tipos de suerte: “la suerte en sí” y la “suerte de estar preparado para los golpes de suerte”, sobre la cual él habría construido su vida.

Al igual que Sábato cuando se refiere a Sartre, podré sostener que si no se tratara de un hombre de la coherencia intelectual de Víctor Hugo, sus manifestaciones resultarían demagógicas: el hecho de escribir un libro sobre la crisis económica argentina redimiendo la dignidad, como lo es *Un grito en el desierto*:

⁶⁷ Sábato, E. (1967). *Qué es el existencialismo*. Conferencia pronunciada en la Escuela N°38, Camilo y Adriana Olivetti, Merlo, Buenos Aires, Argentina, p. 11.

Un grito en el desierto trata de sacudir a nuestra modorra, la suicida comodidad de nuestro limbo que acepta que la pobreza y el hambre son algo natural, inherente a una fatalidad congénita de la condición humana. (Braceli, R. cit. de Morales, 2012: 16).

O el intento de montar un “caminito de pintores uruguayos”, en pleno San Telmo, con la sola motivación de ayudar a sus compatriotas en el arte y la cultura, como sostiene Capasso en *Una historia de coherencia y cohesión*:

Quería abrir un caminito para pintores uruguayos (...) me equivoqué en el lugar y la época. Era el 1 a 1 y nadie andaba con 700 dólares, o sea 700 pesos, para comprar cuadros. (Revista *Brando*, 2008, cit. por Capasso, 2013: 199).

O sus manifestaciones constantes en contra del capitalismo; a favor de los movimientos de liberación del hombre:

De cualquier manera la pregunta sigue siendo: ¿cuándo va a surgir nuevamente algo que se oponga al capitalismo? El capitalismo se presenta a sí mismo como exitoso porque tiene todos los medios a su disposición, pero en realidad se trata de un fracaso absoluto para la felicidad del hombre, mayor que el del comunismo, que falló por lo que el hombre tiene de malo en sí mismo, por la condición humana, no porque se tratara de una idea equivocada. (Morales, 2009: 32).

Todas ellas, podré decir, incentivadas por un sentimiento de *culpa* sobre la cual pesa la existencia de su propia condición burguesa:

Este era el escenario local desde donde Morales tejó su dolorosa reflexión. Machaco sobre su primer mérito: no lo escribió después de que el apocalipsis saltara por los aires, lo escribió años antes (...) Relató una historia de desempleado mientras analizaba el entorno, y avisaba. Escribió, anticipó, no desde la lucidez del cinismo sino desde la lucidez angustiada del hombre que se siente uno más. (Braceli, R., en Morales, 2012:12).

¿Y por qué sostengo esto? ¿Por qué le atribuyo a Víctor Hugo esta condición culposa? Porque, como dice Sartre, en tanto condición de elegido, “permanece elitista hasta cuando profesa ideas revolucionarias”. Víctor Hugo, pese a sus creencias revolucionarias, pese a su apego histórico a la izquierda y el estima que guarda por las medidas “progresistas” de gobierno; no será suprimido por la clase dominante, la que lo dejará discutir porque, mal que le pese, después de todo, “habla el lenguaje burgués”. De esta forma el *establishment* permitió que la figura de Morales se expandiera porque le servía a sus intereses de clase. Le servía su refinada forma de hablar, la manera en cómo revivía la novelística occidental en cada relato futbolístico, su constante admiración por el arte burgués; le servía. Y de ello es imposible que alguien como Víctor Hugo, ni nadie, pueda escapar. Puesto que, como dice Pierre Bourdieu, “tal es la *paradoja de los dominados*, y no se sale de ella”⁶⁸.

Y por qué no se sale. Evidentemente, porque, siguiendo la misma concepción del intelectual sartreano, Víctor Hugo se manifiesta como un *liberal* desde su propia concepción libertaria. Hace gala de su libertad, de su independencia; de nunca haber comulgado con ningún partido político, dado que ello le hubiese reglado su cuota para expresarse libremente.

En este momento siento gran apego a mi libertad, a mi posibilidad de librepensador. Si digo una cosa trato de que no sea violenta, no me interesa molestar a quienes no piensan como yo. Pero mi idea se traduce en permanente. Cuando se abre el micrófono o escribo, soy yo sin ningún compromiso. (Morales, 2009:85)

En los hechos, ha respetado los cánones liberales: se somete laboralmente a una relación de dependencia y reivindica esta condición. Actúa en virtud de la expresión individual, porque como diría Žižek, “recordemos el caso del liberalismo: el liberalismo es una doctrina (desarrollada desde Locke hasta Hayek) materializada en rituales y aparatos (la prensa libre, las elecciones, el mercado, etc.) y activa en la experiencia espontánea (de sí mismos) que los sujetos tienen como ‘individuos libres’”⁶⁹.

⁶⁸ Bourdieu, P. (2000). Los usos del pueblo. En *Cosas dichas*. Barcelona, p. 157.

⁶⁹ Žižek, S. (2003). Introducción. El espectro de la ideología (tr. castellana Mariana Podetti). En *Ideología, un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, p. 17.

Por eso amo al periodismo, que tiene una ética individual para defender y me permite actuar de acuerdo con mis principios. (Morales, 2009:84).

No obstante, por sus orígenes, Víctor Hugo manifiesta esta condición de culpa suprimiéndose a sí mismo. Suprimiendo su trayectoria, su talento, y ligándosela a una condición externa: la suerte. Sábato dice sobre Sartre: “Se siente culpable, este feroz individualista entonces siente la necesidad de ser colectivista, este hombre endemoniado siente la necesidad de negar su arte y afirmar el sentimiento de comunidad”⁷⁰.

¿Pero entonces? ¿Qué cambió en esta composición? ¿Qué hizo de Víctor Hugo Morales una figura peligrosa ante los ojos del *establishment*? ¿Qué motivó ese “qué le pasó a Víctor Hugo”? No quisiera adelantarme a responder estas preguntas para las cuales es necesario, antes, exponer la situación de conflicto concreta. Una situación que estuvo cruzada por múltiples significaciones que actuaron en ese momento determinado y para las que deberé describir el escenario de forma específica. De todos modos, aún seguiré preguntando: ¿Por qué esta caracterización de Víctor Hugo en tanto *intelectual*?

Como dijo Sartre, se entiende que el rioplatense, por su ubicación en el campo, es portador de un *poder social* ante la propia ejecución de la práctica radiofónica: un locutor que, a través de una voz unipersonal, se transmite a todo el país, diariamente, y dentro del horario central. Existe en esa práctica un acto, inevitablemente, político. Manifiesta sus opiniones, establece críticas, señala, festeja, felicita, habilita; en fin, múltiples operaciones propias del rol periodístico que ejerce a diario. A eso, la potencialidad simbólica que se acopla a su figura de renombre, y a sus imaginarios aún latentes en el subconsciente de sus oyentes. Sumado exponencialmente a ello, su rol distintivo como canon liberal, estimado por las capas dominantes por su semejanza en atributos, expresiones e inclinaciones burguesas. Una figura que, como diría Sartre, merece ser recuperada. Pero vuelvo a cuestionar: ¿y entonces qué cambió en esta proyección significativa? Y aquí pregunto por la *función del intelectual*; al entrar en éste terreno. Una función que es eminentemente política, porque implica una serie de operaciones de denuncia, exposición, de poner el cuerpo:

⁷⁰ Sábato, E., p. 17.

El intelectual es pues un hombre que toma conciencia de la oposición, en él y en la sociedad, entre la búsqueda de la verdad práctica (con todas las normas que ella implica) y la ideología dominante (con su sistema de valores tradicionales). (Sartre, 1973: 303).

Una función que “no es otra cosa que el develamiento de las contradicciones fundamentales de la sociedad; es decir, de los conflictos de clase y, en el seno de la propia clase dominante, de un conflicto orgánico entre la verdad que ella reclama como su empresa y los mitos, valores y tradiciones que mantiene”. En ella “el intelectual testifica porque ha interiorizado su desgarramiento”⁷¹. Porque ha sobrepasado una historia personal que lo ha marcado en algún aspecto. Porque la imagen del oprimido no le es indiferente, pese a que por su impronta, cuando se abre el micrófono de los relatos cancheros, Víctor Hugo aún sea elitista. Pero no un elitista más. Un elitista que con su lenguaje ha rasgado el imaginario desde el mismo seno burgués. Desde sus propias expresiones que devenidas de una imagen mítica, se tornaron *contra* míticas. Desveladoras. Amenazantes.

Restará situarse en ese escenario significativo sobre el que operaron los discursos, evidencia palpable sobre el que se construirá el próximo capítulo.

⁷¹ Sartre, J. P., p. 303.

II. Una imagen mítica develada...

1. “El comienzo de la historia”

*La ideología fatalista, inmovilizadora, que anima
el discurso liberal anda suelta en el mundo.
Con aires de posmodernidad, insiste en convencernos
de que nada podemos hacer contra la realidad social
que, de histórica y cultural, pasa
a ser o a tornarse casi “natural”.*

Paulo Freire, “Primeras Palabras”, 1996

El politólogo estadounidense Francis Fukuyama escribió en 1992 un polémico ensayo titulado *El fin de la Historia y el último hombre*⁷². Con un tono triunfalista, sostenía una tesis contundente: la historia humana, como lucha entre ideologías, había concluido. Y para ello planteaba a la democracia capitalista como el régimen político hegemónico absoluto e ideal.

Lo que podríamos estar presenciando no sólo es el fin de la guerra fría, o la culminación de un período específico de la historia de posguerra, sino el fin de la historia como tal: esto es, el punto final de la evolución ideológica de la humanidad y la universalización de la democracia liberal occidental como la forma final del gobierno humano. (Fukuyama, 1989: 6).

Inspirado en el pensamiento de Hegel, y en las contribuciones teóricas de Alexandre Kojève, Fukuyama sentenciaba con audacia el colapso de las ideologías alternativas al liberalismo, promoviendo sobre ellas el triunfo total de la “idea” occidental del mundo. De esta manera, constituía desde su foco, una suerte de pensamiento único fruto de lo que para él era la interrupción de la evolución histórica, en términos hegelianos. El contexto histórico sobre el cual deslindaba sus líneas estaba signado por el desmoronamiento de los regímenes del “socialismo real” en Europa del Este, tras la disolución del bloque de la URSS y la representación de la caída del Muro de Berlín, luego de la finalización de la Guerra Fría. Un ambiente así era más que propicio para que figuras como la de Fukuyama difundieran su neoconservadurismo determinante. Pero, si bien, el autor de *El fin de la Historia* mostraba un vestigio de humildad al afirmar que el liberalismo había “triunfado fundamentalmente dentro de la

⁷² Parte de su tesis, ya había sido publicada originalmente en 1989, en un ensayo denominado: ¿El fin de la historia?

esfera de las ideas y la conciencia”; pronto lo rebatiría con soberbia al exponer sus “razones importantes para creer” que ese era “el ideal”, que “a la larga”, se impondría también en el mundo material. Más allá de sus apreciaciones triunfalistas, y de los excesos teóricos acarreados por su clara intencionalidad política, se puede sostener que de un modo análogo en donde sí existió un terreno propicio para que sus palabras hicieran carne, evidentemente, lo fue en los procesos violentos de concentración de la propiedad mediática al cabo del proyecto neoliberal, sobretodo en occidente, y con una particularidad bien definida en nuestro país.

Y así se entra en la década del predominio liberal, y particularmente neoconservador, que caracterizaba la producción intelectual en esa etapa del capitalismo durante los noventa. En la década del racionalismo como modelo dominante del pensamiento occidental. En la abstracción del conocimiento científico, que deriva en la cosificación del hombre mediante la razón tecno-instrumental y el sustento práctico de la revolución informática. En una década en que las ideas expuestas por Ernesto Sábato de modo anticipatorio en *Hombres y engranajes* y en la conferencia que se había titulado como libro en *Qué es el existencialismo*, se materializarían en fenomenales procesos de individualismo exacerbado. Fukuyama auguraba el fin de la historia en términos ideológicos, como lucha de expresiones políticas, pero ante sus ojos no limitaba el devenir mismo de la historia a la cual veía reglada por los procesos tecnológicos y científicos. Así, como máxima recurrente en la historia de la humanidad, la ciencia se volvía, nuevamente, liberadora. Lo que Francis Fukuyama no advertía, y que sí bien observaba Sábato medio siglo antes; era el creciente proceso deshumanizador del hombre:

Subyugado el hombre por el poderío de la ciencia y de la técnica positiva (...) creyó que todos los problemas materiales y espirituales iban a ser resueltos por la ciencia. Se necesitó llegar a una gran crisis como la que estamos viviendo —que esto es una gran crisis, tan evidente que no merece que la discutamos siquiera—, se necesitó llegar a esta formidable crisis del ser humano de hoy, para que advirtiésemos que la ciencia podrá darnos casi un ilimitado poderío sobre el mundo exterior, pero era incapaz de resolver los problemas del hombre. (Sábato, 1967: 9).

Atrás quedaban las corrientes filosóficas totalizadoras, las que pretendían la liberación del sujeto, con el devenir de la globalización, la era de la información y la hiperconectividad. Sepultado el pensamiento existencialista bajo el racionalismo de Hegel⁷³, sepultada la literatura resguardante de Sábato tras la infinitud de enlaces virtuales al cabo de un simple “clic”; la copa del neoliberalismo pedía líquido a raudales dando real evidencia, paradójicamente en la era de la ciencia, que podía disolver cualquier presupuesto físico, ya que, ésta nunca se derramaba.

La filosofía se había hecho, se había convertido en una especie de siervo de la ciencia, y aspiraba, como la ciencia, a darnos un panorama objetivo y racional de toda la realidad, incluyendo la realidad del ser humano. Eso culmina con un gran genio que es Hegel. (Sábato, 1967: 11).

Atrás quedaba la *esperanza* de Sábato como prueba de la existencia de *algo*⁷⁴ bajo el avasallamiento de productos tecnológicos industrializados que prometían disolver todos los problemas existenciales del hombre en la esfera del mercado. Atrás el auge de la novelística occidental expresa en papel, tras el surgimiento de las “bitácoras” o “blogs”, los diarios en plataforma virtual y los libros digitalizados. Quién necesitaba pensar la existencia, si la tecnología se mostraba liberadora e igualadora de toda injusticia social y hasta económica y cultural. Tras los procesos dictatoriales en Suramérica, las palabras de Sábato parecían volver a emerger con clarividencia, pero susurrado desde lo bajo. Y junto al feroz proceso de concentración de capital vino el proyecto privatista. La subasta del erario público, la nacionalización de la deuda externa privada en un panorama que había habilitado a sangre y fuego un suceso previo, casi tan literario como real, como lo fue el nefasto Proceso de Reorganización Nacional. Y así las cosas, la riqueza se concentraba. Porque mientras Fukuyama exponía su obra, allá por 1989, en nuestro país el entonces presidente Carlos Saúl Menem impulsada la Ley N° 23.696, de Reforma del Estado, con el claro objetivo de modificar los artículos 43 y 45 de la por entonces Ley de Radiodifusión, N° 22.285. La jugada, casi imperceptible a una sociedad civil apaleada por un panorama económico funesto de hiperinflación y en los albores prometeicos de la globalización, derogaba

⁷³ Y, anteriormente, por el estructuralismo.

⁷⁴ Sábato expone a la *angustia* sartreana, como prueba de la *nada*; la idea de la *esperanza* del hombre como un modo de afirmar la existencia de *algo*, y no más bien, *nada*. Véase la conferencia *Qué es el existencialismo* (1967).

con un breve extracto el inciso “e” del artículo 45 de la ley de Radiodifusión y le permitía a las empresas de medios gráficos ingresar al negocio de la comunicación; al terreno del lenguaje audiovisual. Mientras Fukuyama ansiaba triunfante el fin de las ideologías en lo conceptual, las leyes habilitaban el terreno de lo material ya que como sostienen críticos de la teoría crítica de la comunicación, “el estudio puntual de este acontecimiento se sustenta en el convencimiento de que representó un punto de inflexión en el sistema de medios argentino” ya que, “una vez concretado el pasaje de los medios “al empresariado nacional, no hubo oposición consistente a las políticas neoliberales de privatizaciones y desmantelamiento del aparato estatal que sobrevinieron”⁷⁵.

⁷⁵ Mastrini, G. (ed.) (2005). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía, p. 211.

2. Consideraciones previas para pensar el escenario en *lo político*

Se puede decir, mientras sostenemos una sonrisa fabulesca, que los sucesos de la historia suelen tener sus manifestaciones irónicas. En tiempos en los cuales desde una Washington rozagante Francis Fukuyama titulaba a un ensayo polémico *¿El fin de la historia?*, (del cual luego, triunfalista, quitaría los signos de interrogación y le agregaría el extracto “y el último hombre”); al otro lado del atlántico, un autor oriundo de los cimientos endebles de una República Socialista de Eslovenia, aún en descomposición, el filósofo Slavoj Žižek, publicaba en Londres *El sublime objeto de la ideología*⁷⁶. Mientras Fukuyama sostenía con aires de grandeza que el fin de las ideologías alternativas al liberalismo occidental había llegado, y con eso, el fin de la evolución histórica y una pretendida muerte de *lo político*; una mente nutrida en la Europa oriental, Žižek, redoblaba su apuesta teórica al licuar los postulados de la teoría marxista con los del pensamiento psicoanalítico lacaniano, como una de las bases fundamentales para el análisis e interpretación de *lo político*. Si bien el mundo daba muestras inminentes de la caída del Muro de Berlín como una expresión simbólica e unívoca de que el fin de la Guerra Fría había llegado, y con ello la interrupción de las barreras imaginarias para que el capitalismo hiciera su conquista global; desde el campo de la filosofía pensadores renombrados se oponían a entregar los legados culturales del materialismo histórico de Marx al pretendido y bregado materialismo consumista del neoliberalismo expansivo. En un mundo que, desde lo concreto, el socialismo real casi había perdido; prometía volver, éste, mediante sus apariciones espectrales...

La intervención teórica de Slavoj Žižek es contemporáneamente reciente y se introduce con la edición de *El sublime objeto de la ideología*. “Originalmente publicada en inglés en 1989, este libro se contrapuso frontalmente a una multitud de trabajos que, ganando popularidad en aquellos tiempos, defendían el fin de la historia, la defunción de la política o el advenimiento de un pensamiento único capaz de gobernar una

⁷⁶ Título original: *The sublime object of the ideology*.

globalización todavía en ciernes”⁷⁷. Dentro de sus páginas, Žižek pretende recuperar y redefinir el concepto de *ideología* –por entonces en descrédito– mediante un nuevo encuadre que pone en juego a la teoría psicoanalítica como un novedoso marco de referencia. Tal como lo adelanta el filósofo argentino, Ernesto Laclau, quien escribió el prefacio de la obra, la escuela lacaniana eslovena se nutre aquí de rasgos “sumamente originales” que son utilizados esencialmente para una reflexión *filosófica y política*.

A este trabajo, interesa primordialmente el enfoque de Slavoj puesto que permite reflexionar propiamente sobre el escenario de *lo político*. Si durante la primera parte se ha abordado con exhaustividad la construcción de la figuración de Víctor Hugo, mediante ciertos rasgos que preponderaron en tanto expresiones significantes; se pasará en éste, directamente, al enclave del *terreno político*. Pero, ¿qué entendemos por “terreno político”, en qué términos y bajo qué características? ¿Por qué comenzar a hablar de “lo político” en contraposición a la idea que desde el sentido común se tiene de “la política”?, ¿cuáles son sus diferencias?

Asimismo, interesa la noción de *ideología*, el concepto de *espectro* y su articulación con la noción de *antagonismo*, en los términos en que exponen los basamentos teóricos sobre los que se circunscribe un *orden social*. Un escenario sobre el que se exponen las figuras de los actores intervinientes en el conflicto, antes y después de la relevancia pública de la ley; entre ellos: el Grupo Clarín y el mencionado Víctor Hugo. Resulta imposible comprender cómo operaron las significaciones desprendidas de la figura de Morales sin anteponer estos conceptos. Porque, como señalé anteriormente, el escenario político es, eminentemente, ideológico y se construye simbólicamente. A su vez, la perspectiva metodológica del pensador esloveno ayudará a comprender el porqué de la existencia de ciertos pensamientos válidos en un contexto histórico determinado, a través de “la matriz generativa que regula aquella relación entre *lo visible* y *lo no visible*, entre *lo imaginable* y *lo no imaginable*, así como los cambios producidos en esta relación”⁷⁸. En definitiva, lo que su postura mostrará, a lo largo del recorrido, es: ¿Qué hay en la estructuración del espacio simbólico para que se haga percibir como un exceso perturbador a algunas preposiciones y no a otras? Clara pregunta cuándo lo que se intenta delimitar es una constante que determine por qué surgieron expresiones hacia el relator uruguayo, habilitadas desde lo simbólico, que

⁷⁷ Martínez Hidalgo, F. (2010). El sublime objeto de la ideología, de Slavoj Žižek.

⁷⁸ Žižek, S., p. 7.

nunca antes habían sido escuchadas. Es sabido que la trayectoria de Víctor Hugo es lo suficientemente extensa para haber estado expuesta a todo tipo de manifestaciones. No obstante, pese a ser una figura cuya identidad se encontró (y encuentra) atravesada por una práctica pública y política, y siendo que se le reconoce (incluso por sus detractores) la virtud de “nunca haber callado nada”; dentro del espacio ideológico éste tipo de declaraciones –en su mayoría de índole peyorativa– jamás habían sido escuchadas, o al menos, transcendidas con la relevancia pública que le brindó el entramado mediático. “En otras palabras, aquí debemos tener presente el lema de Lacan de que *nada falta en lo real*: toda percepción de una falta o un exceso (‘demasiado poco de esto’, ‘demasiado de aquello’) siempre supone un universo *simbólico*”⁷⁹. Porque, en el fondo, lo que estoy cuestionando es lo que regla, simbólicamente en el “campo de la percepción”, en eso que reconocemos como el estatuto de verdad. Un axioma que en la práctica periodística resulta fundamental y, más aún, cuando lo que está en pugna es un cuestionamiento sobre el ejercicio de la misma.

Con todo, cabe preguntarse, en primer lugar: ¿Qué se entiende cuando se habla de *ideología*? O mejor dicho: ¿qué es lo que entiende el filósofo esloveno cuando lo hace?

Es Fabiana Parra, investigadora de la Universidad Nacional de la Plata, quien en un escrito titulado “Sujeto e ideología: Notas para pensar *lo político* en S. Žižek”, expone una síntesis en la que clarifica las dificultades metodológicas sobre los que estaba sobrepasando el concepto de *ideología*; desde su iniciación en *La ideología Alemana* de Karl Marx hasta los principios de la década de los noventa cuando es retomado en tanto reflexión epistémica:

Žižek plantea en dos obras fundamentales *El sublime objeto de la ideología* (1989) y en su compilación: *Ideología: un mapa de la cuestión* (1994) que la noción de ideología sufre una crisis y una desestimación en cuanto a su utilidad producto de la expansión ilimitada del término (...). El intento formal de trazar una distinción entre ideología y no ideología se vuelve irrebasable y constituye una operación ideológica por excelencia. Para Žižek, es imposible aislar una realidad cuya coherencia

⁷⁹ Ibídem, p. 19.

no se mantenga por medio de mecanismos ideológicos (...). (Parra, 2011: 2).

Desde otro enfoque, pero pensando en la misma problemática, también el filósofo argentino, Ernesto Laclau, en su obra *Misticismo, retórica y política* –bajo el título “Muerte y resurrección de la teoría de la ideología”–, hace alusión a la misma:

En algún punto la frontera que separa a lo ideológico de lo no-ideológico se desdibuja y, como resultado, se produce una inflación del concepto de ideología que pierde, de tal modo, toda precisión analítica. (Laclau, 2002: 10).

En medio de un mundo en el cual “la imaginación popular” auguraba con mayor facilidad el “fin del mundo, o el colapso de la naturaleza” a un “cambio mucho más modesto en el modo de producción”, el esloveno propulsaba su crítica a la condición de “real” con la que se dotaba al liberalismo. Ese “real” que situaba al capitalismo como algo natural, inherente a la condición humana. Criticaba la experiencia de apreciar el pasaje del socialismo al liberalismo como una especie de liberación en el curso del cual, el mercado, era percibido como una entidad “no ideológica”, “como un estadio natural”. Evidentemente se refería, aunque sin nombrarlo, a postulados teóricos como el de Francis Fukuyama (tratados en la sección anterior), que al grito de la muerte de las ideologías, evidenciaban por lo bajo, una operación ideológica por excelencia: “La paradoja en todos estos casos es que este *apartamiento de (lo que experimentamos como) la ideología es la forma precisa en que nos volvemos sus esclavos*”⁸⁰. De este modo, desde una perspectiva posmarxista, el esloveno advierte que cualquier pretensión por sentenciar la muerte de las ideologías, cualquier intento de renunciar a la noción misma de la realidad extraideológica, trata en el fondo de soluciones a las que juzgo como “posmodernas”, rápidas e ideológicas por excelencia. El campo periodístico argentino, y la estructura de propiedad de los medios que le da soporte a sus discursos – como cualquier otro campo– se encuentra atravesado por estas operaciones ideológicas. Operaciones que determinan el límite de lo decible, lo tolerable, lo admitido y un sinfín de valoraciones sociales. No resulta fortuito comenzar la segunda parte con “El

⁸⁰ Ibídem, p. 13.

comienzo de la historia”. Más allá de cualquier alusión irónica, o de los usos del lenguaje, la intención concreta es demostrar cómo el ensayo de Francis Fukuyama no resultó inocente. Sino que más bien fue la expresión ideológica de una época. Una expresión, sin dudas, con sus consecuentes efectos materiales. La materialización del sentido hizo carne en los durísimos procesos de concentración del capital en la esfera global, y exponencialmente en la estructuración de los medios. A nivel planetario emergían airesos los llamados *holdings* mediáticos, los grupos de medios o multimedios. El caso particular de nuestro país se evidencia en publicaciones como *Mucho ruido, pocas leyes*, que a poco de comenzar el milenio, expresaban su posición de denuncia. El editor Guillermo Mastrini, sostenía junto a Martín Becerra, Mariana Baranchuk y Diego Rossi que: “en los últimos años se advierte un incremento de la producción en investigación crítica sobre las transformaciones en curso vinculada a la llamada economía política de la comunicación”. Estos estudios recuperaban “la tradición crítica de la escuela latinoamericana en la lucha por la democratización del ecosistema comunicacional y el establecimiento de Políticas Nacionales de Comunicación”⁸¹. Al analizar la estructura de propiedad de los medios de comunicación, más allá de los discursos, los autores denunciaban los grandes procesos de concentración de la propiedad a lo largo del marco normativo histórico argentino⁸². Sin embargo, las experiencias mayoritarias vividas desde lo simbólico en el país del “uno a uno”, definitivamente eran otras. Se priorizaba la “libertad de expresión” como una frase motivada únicamente por buenas intenciones. Se intentaba despojar su intencionalidad de cualquier pretensión ideológica, puesto que su uso gravitaba en un espacio en donde cualquier manifestación de ésta índole, formaba parte de un estado de creencia. Oyentes, espectadores y, lo que es más preocupante, el cúmulo hegemónico de periodistas se habían vuelto esclavos de la ideología, sus “perros guardianes”, en defensa de los intereses concentrados. Clarín se conformaba definitivamente como grupo⁸³, y haciendo gala de su triunfo “blanqueaba” su condición en su bautismo: *Grupo Clarín*. El mito de la objetividad periodística se expandía sin cuestionamientos,

⁸¹ Mastrini, G., p. 13.

⁸² “Con el proyecto de (José Gabriel) Dumón se iniciaba el proceso que acabaría con el impedimento para que las empresas periodísticas nacionales pudiesen tener licencias de radiodifusión”. (Mastrini, 2006:213).

⁸³ “A mediados de la década, la dimensión de los negocios acumulados obligó a rediseñar la estructura de la empresa: se constituyó el Grupo Clarín. Lo integraban: AGEA (diario *Clarín*), Artear (Canal 13, TN, Volver), Artes Gráficas Rioplatenses (la planta impresora), Radio Mitre (AM 80 y FM 100), Multicanal, Telerec Imagen (Tv codificada, TyC Sports, Adtime, TyC Uruguay y Telerec Deportes de Chile), Revista *Elle*, Audiotel y Buenos Aires Televisión”. (Mochkofsky, 2011: 114).

junto a los supuestos de “imparcialidad”, “desinterés” y “habla despolitizada”. Hablar de “imperialismo”, “revolución” o de la “existencia” misma resultaba ya un anacronismo, porque el espacio ideológico pedía “mirar hacia adelante” y el grueso de la prensa reducía sus problemas esenciales al desafío de la temprana incorporación tecnológica y la subsiguiente carrera por la primogénita digitalización. No obstante, la operación ideológica actuaba por excelencia: se desoía al “espectro” y los mensajes se disipaban.

Pese a ello, a pensadores como Žižek les interesaba la recuperación del concepto de ideología, y en tanto tal, el apremio teórico le pedía delimitar la base sobre la cual trazar los límites de una “realidad cuya coherencia” no se mantuviera “por medio de mecanismos ideológicos”⁸⁴. Si el término de ideología debía ser recuperado, necesitaba comprenderse que su utilización lo había rebasado todo: “incluso la base extraideológica neutral” sobre la cual se intentaba proporcionar el criterio para medir la distorsión ideológica. En ese marco, Žižek, volvía a preguntarse:

¿Hemos de concluir, entonces, que es intrínsecamente imposible aislar una realidad cuya coherencia no se mantenga por medio de mecanismos ideológicos, una realidad que no se desintegre en el momento en que le sustraemos el componente ideológico?

Todo depende de nuestra persistencia en esta posición imposible: aunque no haya una línea clara de demarcación que separe la ideología de la realidad, aunque la ideología ya está operando en todo lo que experimentamos como ‘realidad’, sin embargo debemos sostener la tensión que mantiene viva la *crítica* de la ideología. (Žižek, 1994: 24-26).

La posición de denuncia que encuentra para salir de este aprieto, y la cual permite mantener una distancia analítica, se reduce a la existencia de un lugar *vacío*, un lugar que no puede ser ocupado por ninguna realidad definida positivamente. Porque no se puede comprender la noción de ideología sin antes entender cómo se estructura la realidad social y cómo sobre ésta opera la ideología. Y es aquí en donde vuelvo a hablar sobre el *espectro*.

⁸⁴ Žižek, S. (1994), p. 24.

Hacia 1993, Jacques Derrida presentó en la conferencia *Whither Marxism?* (¿A dónde va el marxismo?), el libro *Los espectros de Marx*. De una obra literaria plagada de fantasmas y espectros, e inspirado como Žižek en refutar ciertos excesos teóricos de la época, el francés exponía la tesis de que el marxismo no había muerto. Sino todo lo contrario. De ello, a modo sintético, dan cuenta las palabras de Galo Cevallos:

El marxismo no ha muerto, sigue vivo; o mejor, está muerto pero vivo. Está aquí y allá; más allá de toda temporalidad. Está presente, pero no ahora sino en un tiempo dislocado, más aún, ha dislocado el tiempo, lo ha vuelto loco, lo ha «sacado de quicio». Está presente como fantasmalidad, como un espectro, es un sobre-vivo. (Cevallos: 1997: 126).

Inspirado en el término “espectro”, y quizás un tanto conmovido y emparentado por la genialidad con la que el Derrida había bosquejado una teoría de influencias literarias, Žižek transpolaba su uso y lo definía como un lugar en dónde “buscar el último recurso de la ideología, el núcleo preideológico, la matriz formal, sobre la que se habían “sobreimpuesto diversas formaciones ideológicas: en el hecho de que no hay realidad sin el espectro”⁸⁵. Mediante esta operación encontraba, finalmente, el lugar vacío. El espacio apartado de cualquier tipo de positividad desde donde realizar su reflexión metodológica. Y es mediante la introducción de la escuela lacaniana al análisis de la ideología, tal como lo advierte Laclau, en donde sus rasgos teóricos se vuelven sumamente originales. Para Žižek, siguiendo a Lacan, “lo que experimentamos como la realidad no es la ‘cosa en sí’, sino que está ya desde siempre simbolizada, constituida, estructurada por mecanismos simbólicos”. Ahora bien, “el problema reside en el hecho de que esta simbolización, en definitiva, siempre fracasa, que nunca logra ‘cubrir’ lo real, que siempre supone alguna deuda simbólica pendiente, irredenta. *Este real (la parte de la realidad que permanece sin simbolizar) vuelve bajo la forma de apariciones espectrales*”⁸⁶. En otras palabras, y para decirlo más sencillo, la realidad nunca es directamente “ella misma”, sino que siempre se manifiesta a través de una simbolización fracasada, incompleta y las apariciones espectrales emergen de esa grieta que separa a la realidad de lo real. Lo que está postulando el filósofo, al igual que la

⁸⁵ Ibídem, p. 31.

⁸⁶ Ídem.

escuela francesa y siguiendo sus categorías, es una distinción entre el concepto de la *realidad* y lo *real*. La “realidad” forma parte del universo de lo simbólico y está mediada por sus procesos de nominalización: en definitiva, el lenguaje. Lo “real”, en cambio, es un vacío, un “núcleo” reprimido que escapa a los procesos de simbolización; tanto en la constitución de la sociedad como en la del sujeto. Como la “realidad” nunca se agota en éstos procesos, porque fracasa, ya que no logra cubrir por completo lo “real”, siempre vuelve bajo la forma de una aparición espectral.

El “núcleo” preideológico de la ideología consiste, entonces, en la *aparición espectral que llena el hueco de lo real*. Esto es lo que no tienen en cuenta todos los intentos de trazar una línea clara de separación entre la “verdadera” realidad y la ilusión (o de fundamentar la ilusión en la realidad): si (lo que experimentamos como) la “realidad” debe emerger, algo debe ser excluido de ella; es decir la “realidad”, como la verdad, por definición, nunca está “completa”. *Lo que el espectro oculta no es la realidad, sino lo “primordialmente” reprimido en ella.* (Žižek, 1994: 31-32).

Ahora se ve cómo la teoría de Slavoj Žižek sobre la ideología proporciona un aparato conceptual que permite concebir el espacio social. Tomaré los conceptos presentados por el filósofo esloveno a los fines de situar una mirada, un marco de referencia. Si la “realidad” misma está, inevitablemente, mediada por procesos de simbolización que confieren a la existencia propiamente humana, las descripciones de la figuración que se hicieron sobre Víctor Hugo, en tanto imagen significativa, comienzan a tener una epistémica correspondencia. No obstante, resulta necesario seguir estableciendo el marco teórico para comprender a ciencia cierta los procesos acontecidos.

La apuesta a la discusión me lleva, en segundo lugar, al concepto de *antagonismo*. ¿Pero qué significa esta noción? ¿Qué idea tiene Laclau del espacio social? ¿Y qué implicancia teórica sostiene este concepto que vengo adelantando en su uso al anticipar su importancia en el entendimiento de la modelación simbólica de Víctor Hugo, y su interminable batalla con ese *gran otro*, representado en el Grupo Clarín?

En 1985 el filósofo argentino Ernesto Laclau publicó en Londres, junto a Chantal Mouffe, su obra fundamental: *Hegemonía y estrategia socialista*. Al igual que su par esloveno, el escrito también se edita por primera vez bajo tinta inglesa. La propuesta teórica de Laclau emerge de éste libro y lo esencial se traza en el capítulo tres. Con un aporte conceptual muy interesante, el pensador argentino llevará a cabo un revisionismo anti-esencialista de la obra de Marx. Laclau comprende que el marxismo clásico sostiene una postura esencialista y, en tanto tal, buscará reformular ciertos conceptos. La travesía teórica le valdrá el rótulo, al igual que el pensador esloveno, de ser catalogado como un posmarxista; pese a que haya reusado de esa caracterización. A los fines analíticos, interesan de él las influencias que tuvo sobre Slavoj Žižek en cuanto a la comprensión de la estructuración del terreno político, a la idea que tiene del espacio social y a su concepción que niega todo enfoque esencialista de las relaciones sociales al afirmar el carácter precario y simbólico de las identidades por sostener “la imposibilidad de fijar el sentido de los ‘elementos’ en ninguna literalidad última”⁸⁷. No obstante, primeramente centraré en el concepto de antagonismo y eso llevará a hablar, irremediabilmente, de cómo éste concibe “lo social”.

Se dirá, entonces, que para Laclau la sociedad no resulta ser una totalidad ya plenamente constituida, sino que la reconoce como un “objeto imposible” que no puede ser definido positivamente. “No existe un espacio saturado que podamos concebir como una ‘sociedad’, ya que lo social carecería de esencia”⁸⁸. Lo que le impide autodefinirse, cerrarse a sí misma, es la idea misma de *antagonismo*. Por lo tanto, existe en esta propuesta una apertura de lo social y frente a la misma aparecen los distintos órdenes sociales. Al igual que Žižek, quien atribuye al *espectro de la ideología* la concepción de lo “real”; el pensador argentino dirá que “el antagonismo escapa a la posibilidad de ser aprehendido por el lenguaje, en la medida que el lenguaje sólo existe como intento de fijar aquello que el antagonismo subvierte”⁸⁹. Así las cosas, el concepto mismo aparece como un límite de lo social, y también, de la ideología; es la experiencia del límite de aquello innombrable, de lo que impide constituirse plenamente: “La sociedad no llega a

⁸⁷ Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI, p. 132. (Título original: *Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics*, Londres, 1985).

⁸⁸ Ídem.

⁸⁹ Ibídem, p. 169.

ser totalmente sociedad porque todo en ella está penetrado por sus límites, que le impiden constituirse como realidad objetiva”⁹⁰.

Ahora bien, este aporte supone salir de la idea de lo social en tanto totalidad fundante para entrar en el campo de la *articulación*⁹¹, de las prácticas articulatorias. Entender a la realidad como una contingencia, no en su literalidad positiva, lleva a deconstruir el proceso de articulación de aquellas relaciones contingentes de las que se desprenden, como diría Laclau, identidades que son precarias. Precarias en cuanto a su fijación de sentido:

El carácter simbólico de las relaciones sociales implica que éstas carecen de una literalidad última que las reduciría a momentos necesarios de una ley inmanente. La sociedad y los agentes sociales carecerían de esencia, y sus regularidades consistirían tan sólo en las formas relativas y precarias de fijación que han acompañado a la instauración de un cierto orden. (Laclau, 1985:134).

Para decirlo de una manera más sencilla: la instauración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la esfera pública y política se realiza en medio de un cierto orden social, pre-configurado, mediante operaciones ideológicas, en las cuales ciertas expresiones son tomadas como válidas y otras no, es decir, ciertas proposiciones gozan de un estatuto de verdad y son admitidas mientras que otras resultan perturbadoras. Comprender esto supone admitir que la “realidad” está mediada por procesos de simbolización que determinan, finalmente, qué es considerado o no como un exceso. Víctor Hugo con sus “alocuciones procaces” rompe cierta estructura discursiva. La irrupción de dicha ley obviamente que también lo hace. Y el hecho de que la defensa misma de la política pública venga de quien se supone debe velar por la estabilidad del *statu quo*, por el mantenimiento de las redes de orquestación mediática; resulta aún más intolerable y hasta ofensivo. Por lo que todo esto lleva a preguntarse: ¿Cómo se produjo? ¿Por qué su intervención resultó un exceso, una perturbación o, como solía decirse en aquellos tiempos, una “crispación”? Las respuestas del mediante las dejaré para más adelante, lo que quiero graficar aquí es la existencia de estas

⁹⁰ Ibídem, p. 170.

⁹¹ “Llamaremos *articulación* a toda práctica que establece una relación tal entre elementos, que la identidad de éstos resulta modificada como resultado de su práctica”. (Laclau, 1987:142-143).

condiciones de posibilidad. Responder a la pregunta de cuáles son los mecanismos conceptuales que habilitan el entendimiento de dichos sucesos. Porque existe una apertura de lo social, porque ésta idea supone concebir un orden como no saturado, sino más bien, producto de una falta. Una falta que debe ser superada y es allí en donde entra el juego de la ideología. La idea misma de que el conflicto es una “anormalidad” dentro del sistema que debe ser superada. ¿Pero cómo se logra no percibir estas operaciones? ¿Por qué molesta, al cabo, la intervención política de Víctor Hugo?

Al seguir bajo las influencias de Jacques Lacan, expresadas por medio de las contribuciones teóricas de la escuela eslovena y de la propuesta teórica de Laclau, se ve que tanto el sujeto como lo social necesitan suprimir esta falta. La idea misma de un vacío se hace insoportable y se requiere taparlo, “saturarlo”; y es allí en donde entra el terreno de lo simbólico, el área de incidencia de lo propiamente humano. Para lo social se construye un *orden social*, como un intento precario de fijar el sentido. Una pretensión, a la larga, fallida, puesto que un régimen social, por la existencia misma del antagonismo, siempre supone la apertura de sus significaciones; por la esencia misma de la falta originaria. Esa imposibilidad de plenitud social es lo que las prácticas hegemónicas van a intentar llenar, por medio de la ideología. Y es allí en donde entra la disputa, el conflicto por materializar el sentido. Žižek era elocuente al sostener que “una ideología se apodera de nosotros realmente cuando no sentimos ninguna oposición entre ella y la realidad”⁹². Y es en esta expresión en dónde toma relevancia el concepto de *fantasía* como una respuesta de fácil salida para las prácticas periodísticas.

Como sostuve anteriormente, el filósofo esloveno comprende que la realidad nunca es la “cosa en sí” ya que está mediada por procesos de simbolización. En su obra inicial, *El sublime objeto*, expone la tesis de que: “El nivel fundamental de la ideología no es el de una ilusión que enmascara el estado real de las cosas, sino el de una fantasía que estructura nuestra propia realidad social”⁹³. Si se considera que lo social es producto del universo simbólico y siempre en éste germinará la existencia de lo “real” que impide su totalización; las prácticas hegemónicas, por medio de la ideología, intentarán saturar constantemente esta falta. Y es aquí en donde toma sentido el concepto de fantasía como último aporte a la idea de configurar el orden social, el terreno de lo eminentemente *político*.

⁹² Žižek, S. (1994), p. 79.

⁹³ *Ibidem* (1989), p. 6.

Siguiendo la lectura que la investigadora Fabiana Parra realiza sobre los escritos de Žižek, puedo esclarecer el concepto y utilizarlo como herramienta de análisis. Según su visión, la ideología consistiría en una fantasía cuya función sería modelar una imagen de una sociedad no escindida. Lo interesante de este aporte, de la matiz que la teoría psicoanalítica eslovena le confiere a la idea clásica de la ideología, es su distanciamiento del supuesto *representacionista* en su noción originaria. Para Žižek, y en sintonía con Laclau, lejos de ser expresión errónea de los sucesos sociales, la ideología se estructura como una formación discursiva que es soportada por una práctica social que, desde el vamos, ya es ficticia. Para decirlo de otro modo, deja de existir el concepto como una suerte de telón que encubre una realidad tras bambalinas, para exponer la idea de que tanto la sociedad como el sujeto se constituyen en torno a un conflicto fundacional (*el antagonismo*) que no puede ser nominalizado por la propia práctica del lenguaje. La influencia lacaniana manifiesta sus indicios y hace de la ficción una estructura propia de nuestra realidad social⁹⁴, al exponer a través del concepto de *fetichismo* cómo la distorsión es conceptualmente inherente a la condición humana. El cinismo, es entonces, una operación ideológica por excelencia. ¿Pero cómo lo logra? Parra sostiene que la noción de fantasía es “la contrapartida necesaria del antagonismo”⁹⁵ porque estructura a la realidad en una imagen completa, ocultando su escisión originaria.

La noción estándar con respecto al funcionamiento de la fantasía en el contexto de la ideología es la de un escenario fantasmático que opaca el verdadero horror de la situación; en lugar de una verdadera descripción de los antagonismos que recorren nuestra sociedad, nos permitimos una percepción de la sociedad como un todo orgánico, que se mantiene unida gracias a las fuerzas de la solidaridad y la cooperación. (Žižek, 1989:173).

Para explicarlo de otro modo, el filósofo sostiene que la noción fantasmática oculta el horror que el hombre, y la sociedad, tienen ante lo “real”. Borra la falta, al suprimir el conflicto y crear una ilusión de una sociedad armónica. El ejemplo que

⁹⁴ Es decir, la realidad tiene estructura de ficción. No depende de “hechos” para mantener su consistencia, sino de la posición retórica del enunciante.

⁹⁵ Parra, F. (abril, 2011). Sujeto e ideología: Notas para pensar *lo político* en S. Žižek. VIII Jornadas de Investigación en Filosofía.

toma, y que mejor expresa su interpretación de la era moderna, se ampara en la noción de “lucha de clases”. La “lucha de clases” viene a ser la expresión del *antagonismo*, la imposibilidad de subvertir el conflicto. Existe en ésta una imposibilidad de totalizar el campo social, una barrera que impide asignarle a los fenómenos un lugar concreto en la estructura social, en el orden simbólico. Y es en este terreno en donde se comprende la “consecuente consideración de este concepto que nos obliga a admitir que no hay lucha de clases ‘en la realidad’: la ‘lucha de clases’ designa el antagonismo que impide a la realidad (social) objetiva constituirse como una totalidad encerrada en sí misma”⁹⁶.

“¿Qué es la lucha de clases? –El proceso antagonista que constituye a las clases y determina su relación. –¡Pero en nuestra sociedad no hay lucha de clases! –¡Ya ves cómo funciona! ”. (extr. McGuffin de Hitchcock, citado por Žižek, 1994: 31-32).

De este modo, la reflexión de Žižek comienza a abrir el panorama. Tanto en su uso como herramental teórico, así como también en un razonamiento que permite, al contraponer las nociones de *fantasía* y *antagonismo*, fundamentar las fisuras simbólicas que luego dan permeabilidad a los conflictos. Tamaña exposición, permite argumentar porqué una política pública puede, como dice Sarlo, “rasgar” el imaginario, el cúmulo de significaciones sociales que gravitan en una raigambre cultural.

Y puesto que es así, Víctor Hugo debía haber seguido siendo refinado, locuaz, oportuno –como el resto de los periodistas– para que el *establishment* mediático siguiera alimentando su avaricia. Debía haber seguido tejiendo esa fantasmática red encubridora de todo tipo de antagonismo. Suprimiendo *lo político* y aniquilando cualquier augurio de conflicto. Y más, venido al caso, si ello implicaba a la misma práctica periodística. Morales debía haber seguido, después de todo, siendo “culto”, ligado al parámetro, respondiendo a sus propios intereses de clase y no subvertido a esas simbolizaciones siempre nuevas, que emergen, de la siempre imposible y necia pretensión de acallar el conflicto...

⁹⁶ Žižek, S. (1994), p. 32.

3. De las declaraciones testimoniales a la amenaza concreta de materializar el sentido

*“Pocas veces un periodista asumió
con tanto compromiso personal una ley,
y nunca ninguno se atrevió a enfrentar visceralmente
al mayor grupo de medios de la Argentina.
Qué pasa por la cabeza del hombre que sorprendió
a sus colegas e irritó a su audiencia”.*

“Clarín no es mejor que Hadad”, diario *Perfil*, 2009.

El 27 de septiembre de 2009, en medio de un ambiente caldeado para el ejercicio del periodismo argentino y mientras el proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se encontraba en pleno tratamiento en el Congreso de la Nación, el director del diario *Perfil*, Jorge Fontevecchia, y el periodista del momento, Víctor Hugo Morales, se permitían mediar una entrevista. De larguísima extensión sobre la que se indagarían aspectos de actualidad, recayendo en preguntas personales y otras tantas insidiosas, *Perfil* lograba instalar la figura de Víctor Hugo como una rareza con coherencia dentro del terreno periodístico. Hacía rato que el uruguayo había sorprendido al tomar una posición que indirectamente lo acercaba al kirchnerismo cuando aún se respiraban los rescoldos significantes del conflicto por la Resolución 125 y en su accionar se desvanecía aquella impetuosa postura crítica al gobierno. Durante las últimas semanas su posición en torno a la defensa de la ley se había fortalecido y sus duras declaraciones generado revuelo en el campo periodístico y en una audiencia acostumbrada a enfrentarse a *otro cuerpo de doxa*. La palabra del momento era “crispación”. Y los medios hacían de su abuso la simpleza para explicar la razón de diversos acontecimientos políticos. El aire estaba “crispado” porque como el mismo Morales sostenía: el gobierno era un gobierno “calentón”, que irritaba a la opinión pública. Aunque el discurso periodístico dominante acostumbraba a atizar el fuego de las declaraciones gubernamentales sobre una temperatura que le resultara monetariamente redituable en su afán por vender diarios, discursos y noticias; la inserción del temario de una ley que modificara las reglas de juego, de su propio juego, se tornaba intolerante. El *establishment* mediático alistaba periodistas, devenidos en especialistas del saber práctico con la intención de esparcir por una sociedad confundida, acostumbrada al hastío de la sobreinformación, el cúmulo de

significaciones míticas que pudieran seguir garantizándole su perpetuación de poder. Y es que este Cuarto Poder ya no era tal⁹⁷, o al menos esa pretensión asomaba sobre el imaginario, por lo que cualquier manifiesto desnaturalizador representaba un riesgo, “un ataque sistemático a la prensa” y debía ser anulado. Personalidades radiales históricas, paladines televisivos y otros tantos “menesterosos de apoyo mediático”⁹⁸ salían a diario al cruce de la ley y de aquellos que osaban a defenderla. Los diarios matutinos hegemónicos fijaban agenda con reiteradas portadas alusivas. El objetivo, en su mayoría; el mismo: desgarrar en lo simbólico cualquier pretensión de credibilidad que el gobierno –apoyado por numerosas organizaciones sociales, sindicatos, académicos, personalidades de la cultura, el espectáculo, entre otros– pudiera consolidar en un proyecto al que se le estaba dando tratamiento. Si bien la intención de sancionar una nueva normativa que regulara el espectro audiovisual, al dejar sin efecto a la obsoleta Ley de Radiodifusión sancionada durante la última dictadura (22.285), había sido anunciada hacía tiempo⁹⁹ –llevando al gobierno a varias acciones en busca de su legitimación– Víctor Hugo, como otros, aún seguía en su zozobra y bien así lo expresaba en la entrevista. Su batalla histórica proclamada en contra de los monopolios mediáticos (particularmente Clarín), en manos del gobierno, le parecía surrealista, como un dejo de fábula que prometía enseñar, al fin y al cabo, que en el juego del poder las moralejas siempre son las mismas. La desconfianza no era en vano: hasta el 2008 el Poder Ejecutivo Nacional había gozado de buenas relaciones con el Grupo, obteniendo de éstas mutuos beneficios. Pero su apoyo explícito a la ley, la interiorización en su marco normativo, su trabajo por inmiscuirse más allá de los límites que la profesión lo demanda, habían hecho de Víctor Hugo una personalidad lo suficientemente peligrosa para un *establishment* que no quería descubrirse tras su velo. El mensaje durante una década –y aún más– había sido bien explícito: el periodismo es el portavoz inefable de la verdad y cualquier duda al respecto implicaba un ataque directo a la libertad de expresión. Muchos periodistas, en su rol de pregoneros modernos de los mitos burgueses y ligados a sus intereses patronales por sus propias condiciones de clase, o

⁹⁷ Nos referimos a la estructuración del espacio simbólico, no así a sus condiciones materiales.

⁹⁸ Expresión que utiliza Víctor Hugo Morales en alusión a políticos de la oposición en una editorial sobre la “democratización del fútbol”. Canal YouTube.com (agosto de 2009). Víctor Hugo Morales sobre el monopolio de la televisión del fútbol. En Radio *Continental* a través de 6, 7, 8, min. 0.20.

⁹⁹ El 18 de marzo de 2009, la presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, anunció en el Teatro Argentino de La Plata el envío al Congreso Nacional del anteproyecto de ley para regular la comunicación audiovisual. Con esta iniciativa, se pretendía remplazar el viejo decreto-ley de radiodifusión sancionado por Jorge Rafael Videla durante la más cruenta dictadura cívico-militar argentina.

por la amenaza de exclusión a la misma, garantizaban con su ejercicio las condiciones de existencia. El mandato ideológico había sido claro: el fin de la historia había llegado y con éste el entronamiento de los medios. Era permisible hablar de “la política”, pero no sobre *lo político*. El conflicto fundacional de la sociedad, y lo que a sus relatos mediáticos respecta, debía ser tapado. Prohibido. Una ley de esta envergadura lo ponía en jaque. Desafiaba a tomar postura, ya fuera en su ataque o defensa. Hacía del ámbito de lo privado una discusión pública de rutina. Hablar sobre el ejercicio del periodismo no estaba ya reglado a intelectuales, académicos y periodistas; y la tendencia a expresarse a favor del gobierno aumentaba en los ámbitos sociales. Los tiempos políticos comenzaban a habilitar un contradiscurso muy poderoso, donde figuras como la Víctor Hugo, Jorge Lanata y programas como el de 6, 7, 8 comenzaban a ser claves en esa penetración. Porque Víctor Hugo, habido de buena parla, de relatos memoriosos y un animal político de vieja cepa, se mostraba cada vez más convencido al apoyar una iniciativa gubernamental de un gobierno al que había criticado con vehemencia. “El quiebre político, entonces, tuvo una consecuencia provechosa para el oficialismo: a la edad en que los mortales se jubilan, Víctor Hugo se consolidó como el pedagogo más influyente y masivo de una pelea contracultural. Y fue la única voz que, a diferencia de 6, 7, 8, habló a una audiencia que no estaba previamente convencida”¹⁰⁰.

Elisabeth Noëlle-Neumann fue una politóloga alemana que desarrolló una teoría interesante sobre el proceso de formación y propagación de la opinión pública. Saliéndose de la definición clásica que se venía sosteniendo desde los supuestos democráticos¹⁰¹, e inspirándose en ciertas ponencias de Asch, Milgram y Tocqueville, presentó en el Congreso Internacional de Psicología de Tokio, en 1972, la teoría de *La espiral del silencio*. Ocho años después publicaría su libro en alemán, y a los cuatro

¹⁰⁰ Fidanza, A. (28 de diciembre de 2011). La voz del relato, Revista *Newsweek*, pp.

¹⁰¹ Noëlle-Neumann sostiene que: “Ninguna de las cincuenta definiciones de la opinión pública recogidas por Harwood Child en el famoso segundo capítulo de su libro *Public Opinion* se fija explícitamente en el poder de la opinión pública”.

posteriores, su versión en inglés. En ellos se manifiesta su pensamiento, del cual me haré en estas páginas.

La visión general de Noëlle-Neumann se integra a la idea clásica de la opinión pública, a la que entiende como el resultado de un proceso de intercambio entre los individuos y su entorno social. A ésta, le añade un aspecto psicosociológico, un aspecto novedoso y prácticamente olvidado en las concepciones que se venían formulando durante el siglo XX: el temor al *aislamiento*. Según la autora, el ser humano tendría una capacidad inherente para observar el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas en su entorno social, de percibir las reacciones de sus pares ante dichas opiniones como una suerte de carácter movilizador o restrictivo que impulsaría ciertos puntos de vistas por sobre otros. El individuo, pensado desde una concepción íntegra a su entorno, por el temor que significa el aislamiento, como producto de que sus opiniones no se conciban con las dominantes; por el temor a que lo aparten o a dudar sobre su propia capacidad de juicio, tendería a guardar silencio.

La teoría de la espiral del silencio se apoya en el supuesto de que la sociedad –y no sólo los grupos en que los miembros se conocen mutuamente– amenaza con el aislamiento y la exclusión a los individuos que se desvían del consenso. Los individuos, por su parte, tienen un miedo en gran medida subconsciente al aislamiento (...) Este miedo al aislamiento hace que la gente intente comprobar constantemente qué opiniones y modos de comportamiento son aprobados o desaprobados en su medio, y qué opiniones y formas de comportamiento están ganando fuerza. La teoría postula la existencia de un sentido cuasiestadístico que permite realizar esas estimaciones. Los resultados de sus estimaciones influyen en la inclinación de la gente a expresarse, así como en su comportamiento en general. Si la gente cree que su opinión forma parte de un consenso, se expresa con confianza en conversaciones públicas y privadas, manifestando sus convicciones con *pins* y pegatinas, por ejemplo, pero también mediante la ropa que visten y otros símbolos públicamente perceptibles. Y, a la inversa, cuando la gente se siente en minoría se vuelve precavida y silenciosa, reforzando así la impresión de debilidad, hasta que el bando aparentemente más débil desaparece, quedando sólo un núcleo duro que se aferra a sus valores anteriores, o

hasta que la opinión se convierte en tabú. (Nöelle-Neumann, 1995:259-60).

La idea Neumann sobre los procesos formativos de la opinión pública resulta atípica en cotejo a las formulaciones que se venían sosteniendo desde una concepción, por así decirlo, *iluminista*, para la cual al ciudadano le correspondía el rol de “responsable” e “informado”. Nada mencionaban sobre el temor del individuo ante las opiniones de sus pares, a aquellas que podríamos catalogar como “dominantes” y a las reacciones de éstos en su entorno social. Pero, ¿cuáles serían estas ideas “dominantes”, cuáles entiendo como tales? Existen opiniones que preponderan por sobre otras, frases que se repiten, conceptos que ganan pregnancia en el imaginario social, como un marco de constelaciones de valores de una cierta sedimentación cultural de sentidos, fijadas por rasgos de época y circunscriptas en un espacio ideológico. Éstas provienen, mayoritariamente, de la agenda mediática, como constructos significantes. Suscribo a la idea de que son los grupos mediáticos concentrados quienes instauran esta idea perforativa de agenda; sucesivamente: los diarios en papel titulan, las radios y programas televisivos periodísticos los levantan y reproducen y; en torno a ello, el sujeto utiliza estas opiniones como parámetro en sus ámbitos de discusión. “Sabemos que los medios de comunicación constituyen la fuente más importante para la observación constante que el individuo realiza del medio”¹⁰². Con más o menos aspectos críticos, dependiendo de variables personales que aquí no hacen al caso. Lo importante es ver que dentro de este cúmulo de preposiciones formuladas desde la batería mediática, en este apartado, me enfocaré en aquellas que se entienden como mitos. Tratamiento que se suscitaré luego. Lo que importa ahora es el por qué del concepto de Neumann. Que evidentemente resulta de entender que durante dicho suceso, algo particular aconteció con Víctor Hugo, con su audiencia y sus colegas de piso. Algo particular que desde la teoría de *La espiral del silencio* me veo movilizado a explicar. Para ser preciso, interesa ese “elemento de controversia” que señala Nöelle-Neumann, como requisito esencial para que pueda haber aislamiento.

Es así que aquel septiembre Fontevecchia lograba capturar en esa entrevista la síntesis de un fenómeno revelador en términos de aislamiento:

¹⁰² Nöelle-Neumann, E. (1995). En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona: Paidós, p. 275.

(...) Y lo mismo vos, en este momento estás cosechando críticas porque tanta libertad, como cualquier exceso, resulta pornográfica. Ofende porque contrasta con la carencia de ese grado de libertad que el observador percibe en sí mismo. Es atávico, el que saca la cabeza demasiado corre riesgo de que se la corten.

-Puede ser (...) Es muy difícil confrontar con la pérdida del halago que significó una audiencia que te mima y que se convierte de pronto en una audiencia crispada, que se enoja y te deja cosas terribles en los contestadores telefónicos. Es muy duro. Y además, el nivel de crispación es muy alto: mucho más de lo que uno podría imaginar para estos temas. Parece que no estamos preparados para conversar de esto sin confrontar violentamente.

(...)

-Continental es una radio muy ligada al sentimiento del campo, que es visceralmente antikirchnerista. ¿Podría llegar a perder rating tu programa porque la audiencia de Continental está más en contra del Gobierno que de Clarín?

- Sí, perfectamente puede suceder. Mucha gente que ha sido hinchada del programa está enojada conmigo. Yo voy a los teatros, a los cines, estoy muy en contacto con la gente, no estoy en una burbuja, yo voy por la calle y mucha gente me felicita, pero mucha, que es la que más continuamente ha sido oyente, está enojada (...)

-“The New York Times” sostiene que no le da a su público lo que quiere leer sino lo que debe leer. ¿Para vos, la mayor autonomía que puede tener un comunicador es la de desafiar a su propia audiencia?

-Si alguna vez decrece la audiencia, lo que voy a sentir es que me saqué de encima la audiencia que no me interesaba, porque el que deje de escucharme por lo que yo pienso ahora es porque no se bancó al personaje que quería cuando pensó distinto. Quiere decir que nunca me estimó: estaba de acuerdo conmigo. (...). (Fontevicchia, “Clarín no es mejor que Hadad”, 2009).

“No cabe duda de que la amenaza de aislamiento existe y que la gente sabe qué opiniones suponen un alto riesgo de activación de esa amenaza al ser expresadas

públicamente”, expresa Noëlle-Neumann¹⁰³. De ello no hay dudas: ese oyente arquetípico de radio Continental que, en varios casos, incluso venía perfilado desde temprano con el programa de Magdalena Ruíz Guiñazú, comenzó a molestarse con las declaraciones de Víctor Hugo. Encontró en su programa una opinión contraria al perfil editorial de la emisora, un discurso que no se correspondía con sus creencias, ni tampoco con los análisis que hacían el resto de los periodistas. Se encontró con un choque a su afinidad, puesto que Continental tenía una trayectoria, una tradición discursiva y una posición política bien marcada. “Cuando las opiniones y las formas de comportamiento se han impuesto, cuando se han convertido en costumbre o tradición, no podemos seguir reconociendo en ellas un elemento de controversia”¹⁰⁴. Eso había acontecido como resultante del conflicto entre el gobierno Nacional y “El campo”¹⁰⁵ en el litigio por la resolución 125. Víctor Hugo se había expresado a favor de la postura de “El campo” y había arremetido discursivamente contra el gobierno en un posicionamiento que, dado su entorno de pertenencia, era el esperable. No obstante, distinto fue el caso de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, quiebre que produjo al tomar una postura polémica, no esperable, para su ámbito de pertenencia. En base a ello, Noëlle-Neumann sostiene que “el elemento de controversia, requisito esencial para que pueda haber aislamiento, sólo se activa tras una contravención, cuando se ha violado una opinión pública, una tradición o una moral firmemente establecida”¹⁰⁶. Y que esto “es especialmente importante cuando, en una situación de inestabilidad, el individuo es testigo de una lucha entre posiciones opuestas y debe tomar partido”¹⁰⁷. Pero, ¿puedo sostener a ciencia cierta que hubo un “momento de inestabilidad”, al menos, en la esfera de aquello que entendemos como opinión pública?

La periodista Cynthia García, colega de Víctor Hugo en *La Mañana*, cree que el kirchnerismo logró con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual lo que no puedo hacer con “la 125”:

¹⁰³ Ibídem, p. 262.

¹⁰⁴ Ibídem, p. 89.

¹⁰⁵ El 12 de marzo de 2008, y luego de que las cuatro entidades agropecuarias de la Argentina (la Sociedad Rural, la Federación Agraria, las Confederaciones Rurales Argentinas y CONINAGRO) se nuclearan en La Mesa de Enlace tras el anuncio del gobierno Nacional por impulsar las retenciones móviles, el periodismo hegemónico comenzó a utilizar el concepto homogéneo y simplista de “El campo” para enunciar las acciones del colectivo. Obviamente, había detrás de este término una clara intención ideológica.

¹⁰⁶ Noëlle-Neumann, E. (1995), p. 89.

¹⁰⁷ Noëlle-Neumann, E. (s.f.). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública, p. 201

Creo que el kirchnerismo logró instalar en la sociedad lo que no logró con la 125. Logró instalar en la sociedad que Clarín era una fuerza política, que actuaba en términos políticos, con candidatos electorales concretos. Y que para ejercer esa presión política instalaba falacia mediática. Esa frase que estaba reservada a las charlas académicas y que era: “atacan como partido político y se defienden con la libertad de expresión”, quedó visibilizada. La sociedad la entendió. Me parece que un programa, como el de Víctor Hugo o 6, 7,8 fueron claves para generar esa penetración, fue un contra-discurso muy poderoso porque había un tiempo político que lo permitía. Y creo que la sociedad entendió que la pelea por la ley de medios era la pelea por la liberación de la palabra, por romper con esa hegemonía. En todo caso, aún adhiriendo a Clarín, saber quién era Clarín. Porque también, una de las cosas que a mí me interesaba decir era que esta ley no iba a Clarín, por una cuestión de derrotar a un enemigo que es Clarín. Iba contra el dominio monopólico del mercado comunicacional y para eso había que visibilizar que en toda la región los medios hegemónicos ejercen poder político y representan a los intereses de la derecha. No es casual. Y una de las cosas que despertó colateralmente la ley de medios es la visibilización de la realidad mediática regional. Eso también era un discurso contracorriente de algunos periodistas en medios alternativos, en revistas, programas de derechos humanos, radios comunitarias. En la centralidad de la información eso no estaba. Y para mí fue siempre muy difícil instalarlo. El debate sobre la ley de medios, a mí en lo personal, en el programa de Víctor Hugo, me sirvió para instalar un montón de temas que tienen que ver con la comunicación entendida desde otros paradigmas que no son los del mercado comunicacional clásico, eso es, correrse de esa coyuntura. Y a través de esos contenidos contra-discursivos creo que se empezó a romper la hegemonía para gran parte de la sociedad, para toda la sociedad. En todo caso cada cual decide de que lado ubicarse. (Cynthia García, entrevista 13-3-2013).

Como sostiene Cynthia García, el hecho de que la defensa de ésta viniera de una figura cuya representación no estaba signada al oficialismo, reforzada a su vez por la percepción de “periodista independiente” que había sido instalada en base a una línea

discursiva de una posición sostenida frente a los monopolios por más de veinte años, más sus figuraciones simbólicas analizadas en los capítulos precedentes; hicieron que Víctor Hugo ayudara al plafón político de la ley sin pertenecer al kirchnerismo. Estos aspectos, junto a su *modus operandi*, lo dotaron de una considerable capacidad productora de sentidos. Despertaron nuevas pasiones en su figura, sobre todo de aquellos sectores contraculturales que mencionaba García. La juventud lo tomó como modelo y adoptó de su lucha un eje. El periodista Matías Martín lo resume al iniciar una entrevista con el uruguayo: “Víctor Hugo está de moda”¹⁰⁸. Por lo que puedo sostener que en el espacio ideológico existía esta condición de “inestabilidad” señalada por Noëlle-Neumann, porque el Gobierno tomaba, al impulsar el temario de la ley, un sinfín de expresiones y luchas históricas provenientes de un campo popular de la comunicación. Más específicamente de la academia, sindicatos, organismos de Derechos Humanos, los medios alternativos y comunitarios. Con la expresión de Víctor Hugo, aquellos discursos que se habían sumido al silencio de la opresión ideológica dominante, por más de 30 años, comenzaban, en paralelo, a tornarse audibles. Porque la hegemonía cultural comenzaba a romperse y con ella a resurgir otros paradigmas. Era la vuelta del espectro...

No obstante, dentro de su entorno de pertenencia, en este caso la emisora Radio Continental, las cosas fueron más escabrosas. La mesa periodística que conformaba el equipo de *La Mañana*, salvo contadas excepciones, no adhería a los aspectos de la ley. La visión ideológica de periodistas tales como Daniel López¹⁰⁹, Paulina Rubio, Marcelo Stiletano¹¹⁰ y Jorge Elías mantenía sus diferencias con Víctor Hugo. Ni hablar de las relaciones con Magdalena Ruíz Guiñazú en el pase entre programas. Rispidez que llevó a altos niveles de visibilidad pública con la eclosión final de aquel 20 de octubre de 2011:

La actitud del Gobierno frente a los medios de comunicación disparó ayer un **fuerte e inesperado debate**, cuyos protagonistas fueron el candidato presidencial Ricardo Alfonsín, Magdalena Ruiz Guiñazú y Víctor Hugo Morales. El escenario fue el estudio principal de Radio

¹⁰⁸ Canal YouTube (s.f) Entrevista a Víctor Hugo Morales por Matías Martín. En *Vértigo*. Cf. Bibliografía.

¹⁰⁹ Anónimo (s.f.). Daniel López, gerente de noticias de Radio Continental: "La Ley de Medios está impulsada por un espíritu revanchista". En MediosLentos.com

¹¹⁰ Anónimo (3 de mayo de 2009) Cruces por la nominación de 6, 7,8 como Programa Periodístico de TV. En Diario *La Nación*.

Continental (...) La discusión llegó hasta un punto en que quedó planteada una clara divisoria de aguas: Morales del lado del Gobierno y del otro Ruiz Guiñazú junto a Alfonsín denunciando los manejos discrecionales del oficialismo. (Diario Clarín, viernes 21-11-2011, p.18).

Noëlle-Neumann entiende a la “opinión pública como la opinión dominante que impone una postura y una conducta de sumisión, a la vez que amenaza con aislamiento al individuo rebelde y, al político, con una pérdida de apoyo popular”¹¹¹. La evidencia de la pérdida de apoyo popular en el seno mismo del *target* de audiencia de Radio Continental, fue notable. Los mensajes en el contestador durante las emisiones diarias de aquellos dos meses demuestran el descrédito que a los oyentes les resultaban las declaraciones del propio Morales. Un Morales convencido, pero muy consciente de las consecuencias de asumir esa posición:

Porque a veces es una suerte pensar como pensás, porque es una suerte poder estar de acuerdo con Clarín cuando te dolería mucho hacerle algo a Clarín. (Víctor Hugo Morales en Perfil, “Clarín no es mejor que Hadad”).

Un Víctor Hugo sometido desde ese entonces a un proceso de aislamiento. Un aislamiento que la audiencia expresaba mediante el cambio de *dial*, la pérdida de estima, reacciones a través de la contestadora u otra serie de improperios en la vía pública. Toda una amalgama cuyo fundamento se inscribe en la teoría de *La espiral del silencio* y el concepto de ideología de Slavoj Žižek. Sumado a ella, la incómoda relación de trabajo con otras personalidades de la radio (como las que he mencionado) impresas en su *habitus*, en sus condiciones de existencia. Pero, al fin y al cabo, ¿qué motivó a Víctor Hugo a tomar esta decisión? Las respuestas del por qué se amparan en el terreno personal, en aspectos emocionales y morales, así como en su historia de vida. En eso que llamamos “esfera propia del sujeto”. Lo que evidencia de esta situación, a los ojos de Noëlle-Neumann, es una clara preeminencia en su disposición a expresarse sobre la tendencia que pudiera haberlo llevado a permanecer callado. Porque la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual suponía demasiada carga histórica, personal, para que el periodista no tomara partido. Y esto supuso una ruptura, un resquebrajamiento. De suma

¹¹¹ Noëlle-Neumann, E. (s.f.). *La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública*, p. 201

importancia para el ámbito de la Comunicación y la Cultura. Para el debate periodístico y el rol de los periodistas. Para graficar una foto de época de un suceso inédito en la historia del periodismo argentino.

Y con esto cabe preguntarme sobre el poder político de la opinión pública. Si comencé la segunda parte de esta obra indagando sobre el escenario de lo propiamente político, sobre el terreno sobre el cual se expresaron los actores involucrados, resta esta consideración. Siguiendo a Noëlle-Neumann: “¿Cómo se transforma la suma de opiniones individuales, tal como las define la investigación de la opinión pública, en el tremendo poder político conocido como «opinión pública»?” O, para ser más preciso: “¿Cómo puede una distribución de frecuencias ordenada estadísticamente derribar un gobierno o atemorizar a un individuo?”¹¹² Las respuestas suponen antes acuñar ciertos conceptos como la idea de que los grupos mediáticos son actores del sistema político. Supone expresar la idea de que en su operatoria son magníficos propulsores de mitos. Porque, al igual que la politóloga alemana, me separo del ideal de la teoría democrática que ve al ciudadano informado y responsable, para complejizar el entramado social. Puesto que “a menudo se sobrevaloran las opiniones apoyadas por los medios de comunicación influyentes”¹¹³, a lo que agrego: concentrados. Como resultante de ese fenómeno que Noëlle-Neumann describe como “ignorancia pluralista”.

¹¹² Noëlle-Neumann, E. (1995), p. 256.

¹¹³ *Ibíd.*, p. 274.

4. Una imagen mítica develada...

*“Se hace política con los mitos,
no a pesar de ellos”.*

Beatriz Sarlo, *La audacia y el cálculo*.

En las últimas horas del 17 de septiembre de 2009, el canal de cable del Grupo Clarín, *Todo Noticias*, más conocido como TN, lanzó a sus cinco millones de espectadores una publicidad institucional sumamente controvertida:

*Con la aprobación de la nueva “Ley de Medios K”, varios canales pueden desaparecer.
TN es uno de ellos. TN, todos nosotros... ¿tendremos noticias?*

Horas antes había vomitado desde sus pantallas el epígrafe “TN puede desaparecer” en el *prime time* de sus noticias. El motivo era que la Cámara de Diputados había dado media sanción al proyecto de ley durante aquella madrugada y las amenazas concretas de su aplicación se hacían cada vez más evidentes. Con esta nueva estrategia, el Grupo Clarín iniciaba una contraofensiva para explicarles a sus tele espectadores y oyentes lo que hasta entonces no había hecho: contar, a su entendimiento, lo que iría a suceder con sus canales y señales de aplicarse, efectivamente, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (a la que ellos con desprecio llamaban “Ley de Medios K”). A lo largo de los días, la intensa campaña institucional iría ganando matices y tornándose cada vez más “agresiva”, al incorporar en nuevas producciones a otros actores del espectro audiovisual, también pertenecientes al Grupo, como el caso de Radio *Mitre* y la señal de cable *Volver*. La emisión de éstos mensajes generó en varios periodistas reconocidos, entre ellos Jorge Lanata y el propio Víctor Hugo, una reacción que supuso entrevistas cruzadas, editoriales e informes periodísticos en los programas de los que cada uno formaba parte. Slavoj Žižek había señalado tiempo atrás que el *cinismo* era la operación ideológica por excelencia y Roland Barthes, con mucha más anterioridad, que la sociedad moderna constituía un campo propicio para la propagación mítica. El Grupo Clarín, desde su operatoria, hacía de la teoría académica su lustre pragmático y aprovechándose de su condición

dominante en el espectro gráfico y audiovisual, se disponía a reforzar lo que más sabía hacer: influir sobre el proceso de toma de decisiones del sistema político en un sentido favorable a sus propios intereses. Desde sus soportes, y por medio de frases seleccionadas con quirúrgia, propició todo tipo de mitos en virtud de atemorizar e intentar confundir a una población con discursos minuciosamente trabajados. Al otro lado, un Víctor Hugo Morales prestaba oído a estos mensajes y aplicaba, desde una táctica metódica, un proceso explicativo con el objeto de desbaratar dichos efectos. Curiosamente, quien décadas atrás había sido un emblema mítico del relato futbolístico, se situaba ahora, como uno de los máximos referentes en la difícil tarea de develar aquellos discursos “congelados” del habla mítica.

Se comenzará este apartado exponiendo la obra de Héctor Borrat, quien es doctor en Derecho y Ciencias Sociales en la Universidad de la República Oriental del Uruguay y, a su vez, doctor en Ciencias de la Información en la Universitat Autònoma de Barcelona. Oponiéndose a las síntesis teóricas que ubicaban al periódico en su faceta “mediadora” o “pacifista”¹¹⁴, el uruguayo publicó en 1989 un artículo denominado: *El periódico, actor del sistema político*. La tesis fundamental de la obra se sustrae en la idea de que el *periódico independiente de información general y periodicidad diaria o semanal*, en tanto medio de comunicación masiva, es un *actor político* puesto en relaciones de conflicto con otros actores del sistema social. “Explicitar y desarrollar ese supuesto puede ser entonces una manera diferente de perfilar al periódico y, en términos más amplios, a los medios de comunicación de masas”¹¹⁵. La sociología del conflicto adquiere en Borrat un estatuto esencial para el análisis político –de la misma forma que el antagonismo lo hacía con Laclau y el espectro de lo reprimido en Žižek –, puesto que en este juego de interacciones es el periódico quien despliega sus estrategias para *influir*

¹¹⁴ “Hasta ahora, los comunicólogos han presentado despareja atención a la sociología del conflicto cuando tratan del periódico, sea en particular, sea como parte de la institución de los medios. DAVIDSON (1974) prefiere presentar el periódico como pacificador; PADIOLEAU (1984;1985), como institución misionera; (...). GOMIS (1974) lo identifica como intérprete y mediador, (...).” (Borrat, 1989: 70).

¹¹⁵ Borrat, Héctor (1989). *El periódico, actor del sistema político*, p. 67

sobre el proceso de toma de decisiones. Dicho de otro modo, lo que el uruguayo sugiere es despojarse de una idea arcaica que sitúa a los medios de comunicación como meros “observadores imparciales” de una supuesta “realidad objetiva”, alcanzable y conmensurable a través del “reflejo” de sus relatos. A diferencia, Borrat contrapone la visión de que el periódico independiente “excluye toda relación de dependencia estructural respecto de cualquier otro actor que no sea su empresa editora”¹¹⁶. Es decir, los medios de comunicación masiva se separaban de esa concepción “romántica” e impoluta, en cierto modo, que los enrolaba exclusivamente como defensores de la libertad de expresión en pos de los derechos ciudadanos. A diferencia, su propia dependencia, o mejor dicho: su dependencia con su empresa editora, pasaba a ser el principal móvil de interacción dentro del sistema social; dejando al margen los valores de la ética y esos tipos de constructos significantes de buena prensa con los que había gozado el periodismo durante buena parte de su existencia. Al ser un actor político más dentro del espacio social, y puesto en relación con otros actores –también políticos–, el periódico o medio de comunicación tiende a influir en un sentido favorable a sus propios intereses. Influir sobre el proceso de toma de decisiones; no ocupar el poder institucional ni tampoco velar por su permanencia. Lo interesante de este aporte, es que al estar inmerso en este juego de relaciones, el periódico no sólo ejerce influencia, sino que también es afectado por la influencia de otros actores. Pero, ¿para que sirven los aportes de Héctor Borrat a esta altura? En la que hemos descripto el espacio ideológico, las operatorias sobre el mismo y las lógicas sobre las que se circunscribían sus mensajes. Diré que Borrat es esencial para comprender la lógica del conflicto. Su teoría se cimenta sobre la sociología del conflicto. Lo entiende como inherente al sistema social y, por ende, fundante. De forma similar a la de los teóricos argentino y esloveno. Puesto que como sostiene el uruguayo: la relación del periódico alcanza una “coerción decisiva” cuando esos *otros* son los titulares del gobierno.

Siguiendo a Borrat, Mirta Kircher amplía el ámbito de influencia del periódico y expresa sus facetas culturales. Añadiendo el concepto simbólico, afirma que:

Precisamente, la prensa, en tanto vidriera pública, se convierte en un lugar inestimable para pensar la política y la sociedad, pero también, permite visualizar la peculiaridad del objeto, inscripto permanentemente

¹¹⁶ Ídem.

en un campo de relaciones que involucra poderes, actores, fuerzas políticas y en la producción y puesta en circulación de temas y argumentos destinados a intervenir en el debate político y cultural. Desde esta perspectiva deviene una fuente primordial para el estudio de proceso de configuración de las ideas políticas a partir de las formas discursivas del pensamiento. (Kircher, 2005:116).

Kircher le inscribe la dimensión simbólica que está sugerida, pero no explícita, en el texto de Borrat. Es el aspecto que faltaba para establecer el cierre que lleva a analizar aquellos procesos de producción simbólica, e intentar entender su procesamiento, asimismo, dentro de dicho universo. Y es aquí en donde se abre el *holding* mediático Clarín, en tanto *Grupo*, puesto que es claramente encasillable a la descripción ampliada que establece Borrat: como un *grupo de interés* (y añadido, acentuado desde el advenimiento de Héctor Magnetto¹¹⁷) en búsqueda de sus objetivos; para los cuales, necesita, *narrar y comentar* la actualidad política, social, económica y cultural ante la audiencia de masas. Es decir, necesita penetrar en lo simbólico, convertirse en un genuino acumulador de capital significante. Ser “vidriera pública”.

Pero si voy a utilizar la concepción de Borrat sobre los medios de comunicación, me interesa antes plantear ciertos interrogantes: ¿cómo entra su relación con Víctor Hugo? ¿Cómo es su incidencia en el período analizado; es decir, en aquellos dos meses previos a la aprobación de la ley? ¿Cómo establece sus estrategias, mediante qué mecanismos?

Como corolario de lo visto, diré entonces que Clarín es un actor del sistema político, que intenta influir sobre el proceso de toma de decisiones mediante un sentido favorable a sus propios intereses. Para ello, necesita *narrar y comentar* las situaciones de conflicto, puesto que es un actor más sujeto a relaciones multilaterales. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual claramente implicaba una situación de conflicto. Sin embargo, en este caso, y tal como lo advierte Borrat, sería el mismo Clarín quien quede en medio del ojo de la tormenta. Con sus más de 260 licencias, la gran mayoría incluso fuera de la norma hasta entonces vigente, era el primer

¹¹⁷ “Rogelio Frigerio, que mantuvo su poder sobre la orientación del diario justamente hasta 1981, cuestionaba las ideas ultraliberales del ministro (Martínez de Hoz) y en esto *Clarín* mantuvo una coherencia con el ideal desarrollista. Cuando Ernestina se deshizo de Frigerio y sus hombres, entre 1981 y 1982, (...). Magnetto era ya el hombre de mayor confianza de Ernestina. El desplazamiento de Frigerio y, sobre todo, su éxito empresarial con Papel Prensa le ganaron tal crédito ante la dueña que ésta lo premió con una participación accionaria en *Clarín*”. (Mochkofsky, 2011: 84-85).

destinatario, en términos directos o indirectos¹¹⁸, de la ley. Por su condición oligopólica dominante y hegemónica sobre el campo audiovisual desplegaría sus estrategias más agresivas a fin de no perder la magnitud de su *estrategia global de lucro e influencia*.

Dicho esto; presencia de interrogantes: ¿Cómo ejecutó su estrategia? ¿Mediante qué características? ¿Cómo eran esos discursos, en tanto representaciones simbólicas, que describía Kircher? Žižek expone, siguiendo a Peter Sloterdijk en *Crítica de la razón cínica*, que el modo de funcionamiento dominante de la ideología es cínico: “El sujeto cínico está al tanto de la distancia entre la máscara ideológica y la realidad social, pero pese a ello insiste con la máscara”¹¹⁹. La fórmula del cinismo no es la histórica de Marx que velaba “ellos no lo saben, pero lo están haciendo”; sino que “*ellos saben muy bien lo que están haciendo, y lo hacen de todos modos*”¹²⁰. De esa forma pone en evidencia que el cinismo es la nueva forma en que se presenta la ideología en la era actual.

A todo lo expuesto, expongo lo siguiente: Partiremos, en un inicio, de la idea de un mensaje institucional que es impulsado por un grupo mediático, en este caso, el Grupo Clarín. Que en tanto *grupo de interés* despliega una estrategia comunicacional cimentada a través de un *mito*; en los términos teóricos de Roland Barthes. Elijo ese mito porque la potencia arrolladora con la cual se desplegó sobre la esfera pública provocó una reacción considerable y, asimismo, repercutió en la atención de dos periodistas¹²¹, sumamente reconocidos y de gran trayectoria, como lo fueron Víctor Hugo Morales y Jorge Lanata. Tomar este marco de análisis permite visibilizar ciertas concepciones. En principio, entender al Grupo Clarín como un actor político, como un actor dentro de un sistema político, tal como establece Héctor Borrat. Pero no como cualquier actor político, sino como el grupo mediático oligopólico más influyente en el imaginario argentino; el cual despliega toda una estrategia comunicacional dentro del universo de lo simbólico para seguir favoreciéndose con todas esas “virtudes” que le permitieron (y le permiten) su posicionamiento hegemónico en el campo social. De esta manera, diré que dicho mensaje institucional es transversal a todos los soportes del Grupo, es decir, es gráfico y audiovisual: tanto radial como televisivo. En este despliegue de mensajes lo que se establece es una operatoria fomentada en el cinismo, en conceptos de Žižek, dado que las estrategias que desarrolla el Grupo se basan en la

¹¹⁸ Dependiendo de la visión que se tenga sobre el tema.

¹¹⁹ Žižek, S. (1989). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, p. 57.

¹²⁰ Žižek, S. (1994), p. 15.

¹²¹ “Entre otros”. Elegimos esas dos figuras por su capacidad de producción de sentidos y, sobre todo, por las relaciones cruzadas entre ambos a lo largo de sus sucesivos programas.

mentira, la hipocresía, el ocultamiento, la desinformación, y en la reiteración de éstas estrategias; todo ello bajo un manto de plena conciencia. Parafraseando al esloveno, diré que el Grupo sabe bien lo está haciendo, pero lo hace de todos modos. Lo ilustrador de este ejemplo, de este mensaje institucional, es el hecho de que en base al embate del Grupo Clarín sobre la esfera pública, en un tema tan sensible como la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se provoca una reacción consecuente en Víctor Hugo, por su trayectoria histórica e historia personal. Que, en lo analítico, deriva en un desglose significativo dual¹²².

Esta idea implica, por un lado, encontrar al Grupo Clarín en tanto actor político y en tanto propulsor de mitos, de mitos expresados hacia la esfera pública. Y por el otro, encontrar a un Víctor Hugo, que imbuido en esta configuración simbólica, es decir, en toda esta configuración que lo dota de simbolismo en tanto “relator por excelencia del habla hispana”, “que habla como escribe”, mediante aportes poéticos a sus relatos futboleros. Tomando toda esta carga simbólica, todo este capital simbólico del que fue alimentándose durante años; confronta contra el Grupo Clarín, quien por supuesto resulta ser un actor político (¡y vaya actor!), también con una carga simbólica muy grande (¡inmensa!). Entonces, al arremeter sobre el grupo Clarín lo que se establece es un binomio significativo en donde podemos situar al Grupo en tanto mistificador, en tanto productor de mitos, de un lado, y; del otro, a un Víctor Hugo (¿subalterno?), a un solitario “peleando con un cuchillito de madera”¹²³, desde un habla que *permanece política* que empieza a efectuar un acto de develamiento. Este acto de develamiento es profundamente político. Analizar la forma en que se dan estos mensajes y cuáles son los elegidos, supone avanzar sobre el marco teórico de Roland Barthes.

Aunque, antes, resta preguntarse: ¿Cómo fue este acto de mitificación y, cómo, el de *de-velamiento*? ¿Cómo se dio esa confrontación (en un principio sólo manifiesta por Víctor Hugo¹²⁴) y en qué términos es representativa del momento de época; es decir, de aquellos meses previos a la sanción de la ley? O, en otro término: ¿se puede decir que el ejemplo suscitado ayuda a comprender las relaciones de poder entre el Grupo

¹²² En términos de recorte analítico.

¹²³ “¡Es una locura Matías lo que ha pasado! Desde el mismo momento en que yo me pronuncié a favor de la ley de medios que llevo 10 ó 15 años, peleando contra ese monstruo con un cuchillito de madera, desde ese mismo momento dijeron que se dio vuelta”. Palabras de Víctor Hugo al ser entrevistado por el periodista Matías Martín en el programa *Vértigo*, 12 de abril de 2010.

¹²⁴ El Grupo Clarín en ningún momento hará su declaración manifiesta en contra del relator uruguayo. La forma operativa se cimenta sobre el propio uso del cinismo y la construcción de los discursos míticos. A diferencia, Víctor Hugo expone con nombre y apellido, en cada editorial sobre el tema, cómo el Grupo actúa en consecuencia.

Clarín y un periodista, en este caso, Víctor Hugo? ¿Con qué fines? Creo profundamente que el ejemplo es clarificador. Existen otros ejemplos que, por temas de extensión, serán sólo nombrados. Creo, asimismo, que esta relación de poder es sustancial al estudio de la comunicación y la política y, en tanto tal, sugiere abrir el panorama a tratamientos futuros. Aunque antes preferiría, a riesgo de no ser cauteloso, presentar el marco.

“El mito es un habla”, había dicho Roland Barthes en 1957 al publicar *Mitologías* y dejar al descubierto que en el fondo, como sostenía Hans Christian Andersen, “*El rey está desnudo*”¹²⁵. En una sucesión de textos escritos mensualmente entre los años 1954 y 1956, Barthes “creyó posible desarrollar una operación desmitificadora que mostrara esos discursos congelados como eternidad y naturaleza, por lo tanto, como ideología”¹²⁶:

El punto de partida de esa reflexión era, con frecuencia, un sentimiento de impaciencia ante lo ‘natural’ con que la prensa, el arte, el sentido común, encubren permanentemente una realidad que no por ser la que vivimos deja de ser absolutamente histórica: en una palabra, sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto el abuso ideológico que, en mi sentir, se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo *evidente – por – sí – mismo*. (Barthes, 1957:6).

El pensador francés dejaba expuesto en un trabajo notable para la década lo que él entendía como mito, cómo éste se estructuraba semiológicamente y –lo que es más importante– su uso político en las sociedades modernas. Saliéndose de las concepciones motivadas desde el sentido común, Barthes recopilaba numerosos ejemplos para concluir en lo fundamental del libro: “*El mito, hoy*”¹²⁷. Al partir de la idea, como dije,

¹²⁵ Fábula danesa publicada en 1837 y también conocida como *El traje nuevo del emperador* (*Keiserens nye Klæder*), cuyo mensaje pone en cuestionamiento un concepto de verdad masivamente aceptado, así como también la vulnerabilidad de la mentira que se acoge tras toda estrategia de poder.

¹²⁶ Sarlo, B. (2011), p. 51.

¹²⁷ Entiéndase “hoy” por la contemporaneidad de edición del libro, 1957.

de que el mito es un habla, el autor presentaba las condiciones particulares que requiere el lenguaje para convertirse en habla mítica. Lo importante de este análisis era, en principio, la desestructuración semiológica que emprendía al tomar el esquema saussuriano y adaptarlo a su propia reflexión. A mi foco, su aporte me sitúa como analista de éstos discursos sociales en el período analizado. Permite observar bajo el esquema bartheano los hechos acontecidos durante esas semanas previas a la sanción definitiva de la ley en el Congreso de la Nación y, asimismo, diagramar las características de los actores implicados. Posibilita analizar aquellos discursos que considero que han operado en su habla mítica. Centrándome en aquellos propagados por el principal multimedios de la Argentina en su rol de actor político y como parte interesada de los hechos. Presta a fundamentar por qué la operatoria de Víctor Hugo Morales comenzó a ser realmente una amenaza en el campo mediático. Al ayudar a demostrar cómo el periodismo, en general, y Clarín, en particular, se alimentan del mito a fin de “fundamentar como naturaleza, lo que es intención histórica” y como “eternidad, lo que es contingencia”, como una “forma de acción específica de la ideología burguesa”. Permite comprender por qué nuestra sociedad contemporánea es “objetivamente el campo privilegiado para las significaciones míticas”, esto es, de las operaciones ideológicas. Todo ello permite su aporte. Sin embargo, no es mi intención extenderme a tales límites. Sino que el enfoque pretende arrojar luz a los acontecimientos que específicamente se dieron en aquellos meses previos a la sanción de una ley, centrándome en el mes de septiembre, al describir las matices discursivas, las características de esos mensajes; específicamente, utilizar el ejemplo del institucional como un panorama representativo de lo que venía sucediendo en aquellos días. En donde, de un lado, un periodista y relator decidió abrir el micrófono y exponer su pensamiento al aire. Un pensamiento que implicaba una diferenciación sobre un cuerpo de *doxa* marcadamente atravesado por un grueso de concepciones fomentadas desde un discurso periodístico con una clara traza ideológica¹²⁸. Este discurso, sus operaciones y los modos en que fueron propagados sus mensajes; merecen ser analizados. En su forma y contenido. Y es por ello que debe preguntarse, ante todo: ¿Qué es un mito? O mejor dicho: ¿Qué entiende Barthes por “mito”?

¹²⁸ Entendemos el cuerpo social como un campo de disputas, sobre el cual las prácticas hegemónicas operan en el intento por acallar la disidencia. Es decir, que no se notara la existencia de mensajes contraculturales no quiere decir que no existiesen. Lo explica la presencia misma del espectro.

Bien se dijo que el semiólogo le profiere un estatuto de habla. Pero “claro que no se trata de cualquier habla: el lenguaje necesita condiciones particulares para convertirse en mito” (1957:118). De esta observación derivará la idea principal, y que tomaré como primer concepto, de que es un sistema de comunicación, un modo de significación; en definitiva, una *forma*.

Sería totalmente ilusorio pretender una discriminación sustancial entre los objetos míticos: si el mito es un habla, todo lo que justifique un discurso puede ser mito. El mito no se define por su objeto de su mensaje sino por la forma en que se lo profiere. (Barthes, 1957:118).

Barthes explica que el mito no depende del objeto, sino de la forma. Ahora bien: ¿Todo objeto puede ser tomado como mito? Barthes dirá que sí: “todo puede ser de soporte para el habla mítica (...) cualquier materia puede ser dotada arbitrariamente de significación”. Cualquier soporte es permeable “porque el universo es infinitamente sugestivo. Cada objeto del mundo puede pasar de una existencia cerrada, muda, a un estado oral, abierto a la apropiación de la sociedad, pues ninguna ley, natural o no, impide hablar de las cosas”¹²⁹.

Asimismo, Barthes expondrá la idea esencial de que “la mitología sólo puede tener fundamento histórico”. “El mito es un habla elegida por la historia”, ya que esta “hace pasar lo real al estado del habla”. Su existencia, entonces, quedará sujeta a los períodos históricos. Y aunque existen mitos muy antiguos, mitos que se transmiten por generaciones, la historia definirá, al fin y al cabo, el nacimiento, la muerte y sus condiciones de existencia. Entonces no es lo mismo hablar de mitos en el Medioevo, como tampoco lo es en la Modernidad o en la etapa llamada Posmoderna. Tampoco es lo mismo hacerlo en Oriente que Occidente. Más allá de las generalidades, al análisis respecta un momento histórico escindido por los acontecimientos de época. Delimitado por el espacio ideológico, por cierta estructura de pensamiento. Más precisamente, el decaimiento del neoliberalismo cuya llegada había traído aparejado los procesos de concentración de capital expresados exponencialmente en los fenómenos de convergencia. Sobre esa herencia histórica se propagaban los discursos en la etapa previa a la inserción de la ley en el temario público. Por así decirlo, a grandes rasgos. La

¹²⁹ Barthes, R. (1957). *Mitologías*, p. 118.

intención es graficar éstas condiciones de posibilidad en una Argentina atravesada por ciertas representaciones en torno a los periodistas, los medios y su ejercicio desde una base material híper concentrada en pocos grupos. En fin, un cierto imaginario social imperante durante aquellos meses de septiembre y octubre de 2009. No quiero ser exhaustivo al describir los mecanismos o sus características. Me basta con que el lector, a unos años de enfrentarse a estas páginas, pueda ser capaz de situarse en contexto. Imaginar las condiciones de posibilidad, las estructuras de pensamiento.

Pero, la duda que surge es: ¿pueden existir mitos en nuestros días?

Barthes sostiene que sí. Y los separa de aquellas concepciones que uno imagina más cercanas a las épicas griegas, a los dioses romanos. Los mitos de Barthes son palpables simbólicamente, por ejemplo, en el ejercicio diario de la prensa. Están en el “aquí”¹³⁰ y “ahora”. En la exposición constante de los mensajes periodísticos. Entonces, si el mito es el habla elegida por la historia, puesto que ella construye sus condiciones de existencia y posibilidad, si el mito ha suprimido toda su riqueza; no hay dudas de que en este hecho hay una relación directa con el ejercicio de la práctica periodística. El periodismo, esencialmente, evapora la presencia de la historia, la vuelve presente, contingente, vacía los hechos de sentido y los expone, reiteradamente, con el nombre de acontecimientos. Puesto que es la práctica de actualidad y el avance ininterrumpido de la agenda lo que borra la historia y a sus vestigios les profiere la mediocridad de la contingencia. Cabe decir, entonces, que hay en el ejercicio mismo del periodismo una relación fecunda del mito. El periodismo es, por definición, un habla mítica por excelencia en las sociedades contemporáneas, porque como el semiólogo francés sostiene: “la prensa se encarga de demostrar todos los días que la reserva de significantes es inagotable”¹³¹.

Por lo que, dicho todo esto, se vuelve a preguntar: ¿cómo son?, ¿qué características tienen?

Barthes sostiene que cualquier materia puede ser utilizada como soporte del habla mítica. Incluso una pieza audiovisual, como lo es el caso del mensaje institucional de TN. Pero debe cumplir ciertas características. Una de ellas implica que sea un habla intencionada, *motivada*; “la palabra mítica está constituida por una materia ya trabajada

¹³⁰ Ibídem, p. 126.

¹³¹ Ibídem, p. 130.

pensando en una comunicación apropiada”¹³². Por lo cual, debe ser un mensaje trabajado, intencionado, dirigido. Veamos el siguiente ejemplo:



Sobre un fondo negro una voz en *off* anuncia: *Con la aprobación de la nueva “Ley de Medios K”, varios canales pueden desaparecer. TN es uno de ellos. TN, todos nosotros... ¿tendremos noticias?* Describo los elementos de la forma en el *spot* publicitario: la voz de un locutor, de un registro grave, que inspira misterio –puesto que no es un tono agudo, amigable, sino todo lo contrario– nos informa de la inminente aprobación de una ley, a la que cataloga como “kirchnerista”, y que podrá hacer “desaparecer” varios canales. No especifica cuántos, ni cuales, sino que alude a un término ambiguo, como es el de “varios”. Asimismo, el concepto utilizado por el institucional refiere a la palabra “desaparecer”, no dice, por ejemplo, “cerrar”, tampoco “vender”, “clausurar”, u cualquier otra palabra. La tipografía que acompaña en paralelo al audio se caracteriza por una coloración blanca que se desvanece, podría decir, en una suerte de representación onírica. El fondo utilizado es de color negro, cuya expresión podría derivar en el mal, el misterio, lo impuro, la muerte, o cualquier otra significación que pueda darle (es decir, no es, por ejemplo, un fondo celeste cuyos atributos podrían ser otros). En medio de la pantalla el logo del canal TN que aparece justo cuando la publicidad interpela un “*todos nosotros*”, genérico y ampliado, haciendo juego con las siglas del canal. Luego, el cierre, apela a la incertidumbre: *¿tendremos noticias?* Siguiendo a Barthes, hay varias cuestiones que debo tratar de ésta

¹³² *Ibíd*em, p. 119.

multidimensionalidad¹³³. En principio, como el francés sugiere, se dirá que el mito “tiene carácter imperativo, de interpelación” directa hacia los sujetos:

Salido de un concepto histórico, surgido directamente de la contingencia (...) me viene a buscar a mí: se vuelve hacia mí, siento su fuerza intencionada, me conmina a recibir su ambigüedad expansiva. (Barthes, 1957:128).

“Siento su fuerza intencionada”, sugiere el semiólogo francés, lo que fundamenta en este ejemplo la utilización del formato, los colores, el tono y el registro de voz, los tiempos, las matices, en fin, toda una serie de recursos estilísticos que no son para nada inocentes. Sino que fueron pensados para significar algo. Para interpelarme y generar un efecto determinado. El Grupo Clarín sabía a ciencia cierta lo que resultaba la aprobación de una ley de tales características en el temario público, también sabía, de manera cínica, lo que estaba haciendo. Y, en tanto tal, operaba en consecuencia: como un verdadero actor político. “Me viene a buscar a mí”. No hay dudas de esta evidencia en la composición del texto publicitario. Un “*todos nosotros*” y un “*¿tendremos noticias?*” no son términos arbitrarios, inmotivados, en definitiva, inocentes.

Se sabe que en la lengua el signo es arbitrario: nada obliga “naturalmente” a la imagen acústica *árbol* a significar el concepto *árbol*: el signo, en este caso, es inmotivado. (...) La significación mítica nunca es completamente arbitraria, siempre es parcialmente motivada, contiene faltamente una dosis de analogía. (...) La motivación es necesaria a la duplicidad misma del mito, el mito juega con la analogía del sentido y de la forma: no hay mito sin forma motivada.

A lo que luego Barthes agrega:

La motivación es fatal y no por eso menos fragmentaria. En primer lugar, no es “natural”: la historia es la que provee sus analogías a la forma. Por otra parte, la analogía entre el sentido y el concepto siempre es parcial: la forma deja de lado muchos análogos y sólo retiene unos pocos. (...)

¹³³ Ibídem, p. 127.

Pero, en general, el mito prefiere trabajar con ayuda de imágenes pobres, incompletas, desde el sentido ya está totalmente desbastado, listo para una significación: caricaturas, imitaciones, símbolos, etc. Por último, la motivación es elegida entre otras posibles: pueda dar (...) muchos otros significantes (...): la prensa se encarga de demostrar todos los días que la reserva de significantes es inagotable. (Barthes, 1957:130).

“Salido de un concepto histórico”, en este caso, la palabra “desaparecer”. Porque “el mito es una palabra *robada y devuelta*”¹³⁴, puesto que la historia es la que provee sus analogías a la forma. Jorge Lanata había sostenido en una de sus editoriales que la utilización del concepto “desaparecer” en la Argentina, en su uso político, en la pura defensa de intereses económicos, se tornaba poco feliz. Porque es una palabra *robada* por el mito y *devuelta* a la pura utilización instrumental. En el medio ha sufrido una deformación, una depuración histórica, como fruto de una operatoria fundante del mito: “*el mito no oculta nada*: su función es la de deformar, no la de hacer desaparecer”¹³⁵. Porque, como bien decía Barthes, en el mito el concepto deforma al sentido. Lo sentencia. Es su móvil...

Ahora bien: ¿qué refieren los términos “concepto” y “sentido”?

Para responder a esta pregunta, se necesita entender que “el mito es un sistema particular por cuanto se edifica a partir de una cadena semiológica que existe previamente: es un *sistema semiológico segundo*”¹³⁶. El *signo* saussureano, la palabra propiamente dicha, se vuelve meramente significativa en el segundo sistema. “Las materias del habla mítica (...) por diferentes que sean en un principio y desde el momento en que son captadas por el mito, se reducen a una pura función significativa: el mito encuentra la misma materia prima; su unidad consiste en que son reducidas al simple estatuto del lenguaje”¹³⁷. Y así encontramos un esquema que se acopla a otro preexistente, el saussureano, y el significativo del mito se vuelve ambiguo –como la palabra “varios”– y puede ser tomado en sus dos facciones: “es, a la vez, sentido y forma, lleno de un lado, vacío del otro”¹³⁸. Y aquí es donde está el punto capital del mito, como se dijo, en su *forma* y en el hecho de que ésta “no suprime al sentido, sino

¹³⁴ *Ibíd.*, p. 129.

¹³⁵ *Ibíd.*, p. 126.

¹³⁶ *Ibíd.*, p. 121.

¹³⁷ *Ibíd.*, p. 122.

¹³⁸ *Ibíd.*, p. 123.

que lo empobrece, lo aleja, lo mantiene a su disposición”¹³⁹. Dicho de otro modo, y para hacerlo más sencillo, Barthes comprende que existe en el mito un esquema semiológico segundo, que se alimenta siempre del primer esquema, el *signo* lingüístico, que puede ser una palabra, frase, una imagen, y va más allá, porque como hemos dicho, cualquier soporte es permeable al habla mítica.

Sabemos ahora que el significante en el mito puede ser considerado desde dos puntos de vista: como término final del sistema lingüístico y como término inicial del sistema mítico. Necesitamos, por lo tanto, dos nombres: en el plano de la lengua, es decir, como término final del primer sistema, al significante lo designaré *sentido* (...); en el plano del mito lo designaré *forma*. Respecto al significado, no hay ambigüedad posible: le dejaremos el nombre de *concepto*. El tercer término es la correlación de los dos primeros: en el sistema de la lengua es el signo. Pero no podemos retomar esta palabra sin que se produzca ambigüedad, ya que, en el mito (y ésta es su principal particularidad), el significante se encuentra formado por los *signos* de la lengua. Al tercer término del mito lo designaré *significación*: la palabra se justifica tanto más por cuanto el mito tiene efectivamente una doble función: designa y notifica, hace comprender e impone. (Barthes, 1957:123).

Porque el *concepto* es el móvil que profiere al mito. Los conceptos del mito son históricos, hay una historicidad en la palabra “desaparecidos” en el contexto del Proceso¹⁴⁰, en un suceso lamentable de la historia argentina, sólo que al ser tomado por el mito es deformado. “Pero esta deformación no es una abolición: (...), el concepto tiene necesidad de ellos: se los ha amputado a medias, se les ha quitado la memoria, no la existencia”¹⁴¹ y se los reduce a su pura significación.

Veamos otro ejemplo:

Mujer mirando a cámara. – Acá vive Niní Marshall, Tato Bores, Pepe Biondi, Rolando Rivas..., Tita Merello. Hace 15 años que alguien los cuida. Los cuida del paso del tiempo, del deterioro, los cuida del olvido.

¹³⁹ *Ibíd.*, p. 124.

¹⁴⁰ “Proceso de Reorganización Nacional”. Autodenominación con que la Junta Militar designó a la última y más sangrienta dictadura cívico-militar en la República Argentina. 24 de Marzo de 1976.

¹⁴¹ Barthes, R., p.127.

Ahora me dicen que el canal *Volver* va a tener que cerrar. Por una ley..., no sé... No entiendo...

Voz en off. – *Volver* será la primera víctima de la nueva Ley de Medios. Y no será la última. No perdamos la memoria. (Publicidad institucional del Grupo Clarín, 30 de septiembre de 2009, Agencia Ge).

El mito es un *valor*, su sanción no consiste en ser verdadero sino en expresar sólo percepción. Hay allí una suerte de *detención*¹⁴², porque “en la superficie del lenguaje algo ya no se mueve”. Cuando el Grupo Clarín apela en el institucional del Canal *Volver*, al supuesto de que “acá viven Niní Marshall, Tato Bores, Pepe Biondi, etc.”, expresa con sus mitos un posicionando definido como garante de la historia sociocultural de los argentinos. Su posición hegemónica, en el aspecto gráfico y audiovisual, lo sitúa como un actor político capaz de influir directamente en el terreno propicio de las producciones culturales¹⁴³. La historia, como dice Barthes, se evapora en éstos mensajes: “ahora dicen”. El mito ha robado, en este caso, hasta la voluntad de personalidades históricas de la cultura argentina, porque “el mito es siempre un robo del lenguaje”¹⁴⁴. Pepe Biondi y Tita Merello les pertenecen. Porque *Volver* “los cuida del olvido”, “del deterioro”, “del paso del tiempo” y lo manifiesta a través de su soporte audiovisual como una verdadera expresión del habla mítica. De su vitrificación. Hay en esta operación una cuota aberrante de cinismo. Un cinismo puesto en la simple y pura operación ideológica de la cual no se salvan ni siquiera los muertos.

Y es aquí en donde se entra en la contrapartida de la operación mítica. Porque he estado hasta entonces pendiente de la operatoria del mito, de sus efectos sobre el lenguaje y de las características que éste fecunda. En otras palabras, se puso el énfasis en su producción. No obstante, debo preguntarme en torno a cómo es recibido el mito. El propio Barthes reflexiona sobre ello y establece que, según ponga atención en el sentido o en la forma, se puede realizar tres tipos diferentes de lectura: la del productor de mitos¹⁴⁵; la del mitólogo, el que descifra el mito y comprende su deformación; o la del lector de mitos, que ve un todo inextricable de forma y sentido.

¹⁴² *Ibíd.*, p. 129.

¹⁴³ Kircher, M. (2005). *La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica*. En *Revista de Historia* Nro. 10, p. 117.

¹⁴⁴ Barthes, R., p. 133.

¹⁴⁵ Barthes pone el ejemplo del “periodista que parte de un concepto y le busca una forma”. (1957:131).

A mi entender –y como lo vengo sosteniendo– el ejercicio de Víctor Hugo Morales durante aquellos meses previos a la sanción de la LSCA determinó una actitud plenamente des-mistificadora, situándose en un segundo nivel. Barthes sostiene que “las dos primeras maneras de situarse son de orden estático, analítico; destruyen al mito, ya sea pregonando su intención, ya sea desenmascarándola. La primera es cínica, la segunda es desmitificante”¹⁴⁶. Porque Víctor Hugo, durante el período analizado, e incluso antes, estableció un rol activo en la desmitificación de los mitos propulsados por el Grupo Clarín, al que situó en el primer nivel, en su posición cínica. Porque a la intención permanente del mito por intentar *despolitizar* la historia, mediante la expresión de la contingencia, se erigió el relato del periodista decidido a correr los velos. A desestructurar esos mensajes del habla mítica. A ponerlos en duda; llamar a la reflexión. Ahora bien, ¿cómo lo hizo?

Se partirá del siguiente ejemplo, el que resulta gráfico de su operatoria, al situarnos en el mensaje que el Grupo Clarín había puesto en circulación en septiembre de 2009 a sus oyentes de Radio Mitre. En contrapartida, Víctor Hugo se dedicaba en su programa a contrarrestar sus efectos:

Víctor Hugo Morales. — “¿Por qué las radios de la Capital se preocupan tanto de su llegada a todo el país y no las radios de Jujuy? ¿O la radio de la Patagonia? ¿Por qué la cabeza de Goliat? ¿Por qué decirle a la gente “no vas a escuchar más: o Continental, o Mitre, o lo que sea”?

Reproducción de Institucional de Radio Mitre. — Si el Senado aprueba la Ley de Control de Medios, Radio Mitre sólo será escuchada en la Ciudad de Buenos Aires y sus alrededores. Vos, que nos elegís en diferentes puntos del país, ya no podrás hacerlo. Sí, entendiste bien, la ley que supuestamente dará más voces prohíbe que en tu ciudad se retransmita más del treinta por ciento de nuestra programación. Además también prohíbe que sea en los horarios centrales. Si el Senado aprueba la Ley de Control de Medios no podrás elegir a Ernesto, Chiche, Deborah, Zloto, Nelson, Bonelli, Tarico, el Mitre Informa Primero, Mirol. En los años pasados no hubieras disfrutado de Magdalena, Ibarra, Jorge Guinzburg, Adolfo Castelo, Fantino, Dady, Santo Biasatti. Si el Senado aprueba la

¹⁴⁶ Barthes, R., p. 131.

Ley de Control de Medios, tu libertad de elegirnos desaparece. Tu libertad de elegir otra radio de Buenos Aires, también. Pedile al senador de tu provincia que respete tu libertad de elegir. *Radio Mitre. Todas las voces. Toda la gente.*

Víctor Hugo Morales. — Y todos los intereses en cuestión, por supuesto. Me pareció de mal gusto porque no pueden opinar en este momento, Rodolfo Castelo... Me animaría a pensar de Castelo, de Ibarra que estuvieran tan involucrados en este proyecto, pero no lo sabemos, ni de un lado, ni de otro. No parece del mejor gusto utilizar, apelar a todo. A todos. Están defendiendo intereses. Están defendiendo plata. Están defendiendo que: “nosotros sí estemos en cada provincia pero a las otras provincias no”. En materia de trabajo lo que están diciendo cada una de las cadenas es que “si emitimos desde aquí cada una de las otras radios tiene dos o tres empleados, contra los veinticinco o treinta que tiene que tener una radio”. Diez radios, veinte radios, estamos hablando de doscientos cincuenta, quinientos, setecientos cincuenta puestos de trabajo en todo el país.

Clarín (por entonces) es sumamente consciente, porque es cínico, y vuelve a reiterar su estrategia. Porque como sostiene Barthes, el mito es reiterativo. Entonces alude otra vez al pasado, toma un concepto del pasado: la representación de lo que Castelo implicó al imaginario argentino, y lo despoja de su historicidad. Se apodera de su representación, se la roba. Y a través de un habla despolitizada lo hace tomar partido en una oposición implícita a la ley. Aunque Castelo no tenga posibilidad de expresarse, aunque no tenga la posibilidad de fijar una posición marcada; del mensaje queda la latencia de su resistencia. De una virtual oposición a su aplicación. Y Clarín es cínico y vuelve a operar con el mensaje: “*Si el Senado aprueba la Ley de Control de Medios, tu libertad de elegirnos desaparece*”, sugiere al generar una significación que interpela a sus oyentes. Les provoca atención y los pone en alerta. Clarín los hace oler la censura, el despotismo del Estado sobre la prensa, la persecución de los periodistas; pero en un sentido deformado, en su propio uso instrumental. Porque Clarín petrifica el sentido, lo hace recuperar su generalidad y lo considerada eterno: “el gobierno quiere avanzar sobre la prensa independiente”¹⁴⁷. Vuelve a jugar, apela a lo universal: “*Radio Mitre.*

¹⁴⁷ Volanta de titular de portada. Edición del diario *Clarín* del 28 de agosto de 2009.

Todas las voces. Toda la gente". Sin embargo, del otro lado Víctor Hugo Morales detecta esa operatoria, esa pretensión cínica del multimédios y rebate: "Y todos los intereses en cuestión". Y pone claramente la atención en la diferenciación entre sentido y forma. Habla del uso político, y del mal gusto, que se hace de la figura de Castelo e Ibarra porque como sostiene: éstos no pueden opinar. Recibe la impostura del mensaje y devela su intención: "Están defendiendo que nosotros sí estemos en cada provincia pero a las otras provincias no". Víctor Hugo se da cuenta de que lo que el Grupo Clarín desea en el fondo es seguir conservando su posición oligopólica en el interior del país y lo remarca, lo expone, desbarata sus efectos:

Víctor Hugo Morales. —Después está la publicidad de TN. TN desaparece. Esto: primero que no es verdad. De ninguna manera esto podría ocurrir. Desaparecía, en todo caso, de las manos que tienen otras doscientas sesenta y cuatro empresas.

Reproducción de Institucional de TN. — Con la aprobación de la nueva "Ley de Medios K", varios canales pueden desaparecer. TN es uno de ellos. TN, todos nosotros... ¿tendremos noticias?

Víctor Hugo Morales. — Tenemos dos monstruos, si usted quiere. Éste, que no ha reparado en ningún tipo de mentiras en la información, en las tapas de los diarios de los últimos tiempos, que emite este tipo de publicidades absolutamente engañosas que a mí me dan vergüenza, como hombre de radio. Tenemos ese monstruo del que usted sabe muy poco porque ni siquiera sabe que es un monstruo. Lo tiene sentado al lado, se lo está por comer, se lo está por devorar, si le hace falta, y usted no sabe que esto ocurre. Y si usted quiere, vea al gobierno también como un monstruo. A ese lo puede cambiar. Al otro, al que está instalado sin que usted ni siquiera se dé cuenta, que lo ha robado de todas las maneras posibles durante todos estos años. A ese lo va a tener toda la vida, si la ley no prospera. Este es mi modesto aviso.

Y el Grupo Clarín sigue operando con su institucional: "*TN puede desaparecer*". Despoja la historia y omite por medio de este mito su propia complicidad con la última dictadura cívico-militar en la cual desaparecieron miles de personas. Porque, como Barthes sostiene, "el mito no oculta nada y no pregona nada: deforma; el mito no es ni

una mentira ni una confesión: es una inflexión”¹⁴⁸. Clarín no tiene ningún empecho por utilizar la palabra “desaparecer”, con su horroroso pasado, puesto que inflexiona el lenguaje, lo deforma a su propia utilidad. Y deja gravitando la idea de una “desaparición de las noticias”, de la idea misma de periodismo crítico. Se muestra como víctima y expone: “¿tendremos noticias?”. No obstante, Víctor Hugo, desde un lenguaje político, sitúa a los dos actores bajo la metáfora de los “monstruos” para expresar su inmensidad. De un lado, al gobierno, del otro al multimedios. Y a través del relato exhibe un discurso que no suele reproducirse en la esfera pública: la idea misma de que los grupos mediáticos guardan un poder equivalente (e incluso superior) y transversal a los gobiernos. La idea de que el sufragio no altera su conformación y, en cambio, sí lo hace con el poder político. La idea misma que Borrat expone al entenderlos como actores políticos ligados a la influencia. Y cabe preguntarse, entonces: ¿por qué no son permeables estos tipos de mensajes? La respuesta refiere al espacio ideológico. La misma lógica del espacio ideológico supone que los periodistas no hablen en contra de otros medios, de otros periodistas. Al hacerlo, Víctor Hugo altera cierto equilibrio, cierta concepción y se vuelve peligroso. Y es aquí en dónde se vuelve a cuestionar: ¿por qué esos mensajes míticos son efectivos, por qué se reciben, se consumen, se reproducen? Barthes dice, preguntándose sobre las tres formas de leer el mito, que “si se quiere vincular el esquema mítico a una historia general, explicar cómo responde al interés de una sociedad definida, es decir, pasar de la semiología a la ideología, hay que situarse, evidentemente, en el nivel del tercer enfoque: el propio lector de mitos es quien debe revelar su función esencial”¹⁴⁹. Y eso lleva, irremediabilmente, a tratar un aspecto del mito que aún no se ha suscitado:

Estamos en el principio mismo del mito: él transforma la historia en naturaleza. Entonces se comprende por qué, *a los ojos del consumidor de mitos*, la intención, la argumentación ad hominem del concepto, puede permanecer manifiesta sin que parezca, sin embargo, interesada: la causa que hace proferir el habla mítica es perfectamente explícita, pero de inmediato queda convertida en naturaleza; no es leída como móvil, sino como razón. (Barthes, 1957:132).

¹⁴⁸ Barthes, R., p. 132.

¹⁴⁹ *Ibíd.*, p. 131.

Los mensajes que emite el Grupo Clarín son recibidos como verdades, dado que como Barthes sostiene: “el mito es leído como un sistema factual cuando sólo es un sistema semiológico”¹⁵⁰. ¿Y por qué son leídos como verdades? Porque la propia práctica periodística está sustentada por mitos que son habilitados por el propio espacio ideológico. “La objetividad periodística, es un mito persistente”,¹⁵¹ que hace de que los medios de comunicación obtengan un reconocimiento social que los legitima como interlocutores válidos en su cruzada “independiente”, fuera de todo interés político. Es decir, a contramano de la obra de Borrat, el mito de la objetividad periodística asciende al periodismo a un estatus que le permite operar a conveniencia. Le permite tornarse casi “indiscutible”, puesto que desde esa misma concepción los periodistas estarían habilitados a reflejar una realidad que, en verdad, se construye. Los lectores de diarios, televidentes de programas periodísticos y oyentes radiales son vulnerables a ésta forma de significación. Porque el mito se produce a diario y “para el lector de mito, la salida es muy diferente: todo sucede como si la imagen provocara *naturalmente al concepto*”¹⁵².

En realidad, lo que permite al lector consumir inocentemente el mito es que no ve en él un sistema semiológico, sino un sistema inductivo. Allí donde existe una equivalencia, el lector ve una especie de proceso causal: el significante y el significado tiene, a sus ojos, relaciones de naturaleza. (Barthes, 1957:133).

Porque “el mito es siempre metalenguaje; la despolitización que opera interviene a menudo sobre un fondo ya naturalizado, despolitizado, por un metalenguaje general, adiestrado para *cantar* las cosas y no para *actuarlas*”¹⁵³. Este fondo ya naturalizado, despolitizado, se cimenta a diario con el ejercicio práctico del periodismo. Las portadas que van desde el 29 de agosto al 12 de octubre de 2009, sólo en sus portadas, aluden las siguientes expresiones mistificadoras: “*Presentan la ley para controlar los medios*” (28/08); “*Ley de Control de Medios: la Iglesia pide que se postergue*” (29/08); “*Pide Cobos que no se vote la ley con apuro*”; “*Media sanción al proyecto oficial de medios*” (17/09), “*Alerta de los empresarios por el efecto de la ley de medios*” (27/09), “*El*

¹⁵⁰ Ibídem, p. 133.

¹⁵¹ Cf. Rodríguez Borges, R. F. (1998). *La objetividad periodística, un mito persistente*. En Revista Latina de Comunicación Social, 2.

¹⁵² Barthes, R., p. 132.

¹⁵³ Ibídem, p. 142.

kirchnerismo quiere retener el control hasta 2013” (29/09); “*Ley de medios: el campo cuestiona el apuro oficial. Criticó también la forma y la metodología ’impuesta por el kirchnerismo al debate en el Congreso. Y llamó a defender la libertad de expresión como garantía de la democracia*” (6/10); “*Marcha contra la ley de medios. Pidieron que no haya mordazas*” (7/10); “*Kirchner ya tiene la ley de control de medios*” (10/10); “*La oposición ya busca cómo revisar la ley de medios*” (12/10).



Detrás de esos titulares, de las notas internas del diario escritas por periodistas tales como Ricardo Kirchbaum, Julio Blanck, Marcelo Bonelli, Van Der Koy, etc., y de la réplica que se hacía a través de las señales de radio y televisión del Grupo, giraban los conceptos: de *censura* (“está en juego la libertad de prensa”, “cada dos años se van a revisar las licencias”); una presunta *desprolijidad e ineficiencia del Estado* (“es una ley hecha a las apuradas”), la *opresión* del Estado, su *despotismo* o una suerte de *dictadura*

(“Ley de Control de Medios”); la *corrupción*: (“ es una ley hecha con trampa”, “los medios no pueden desinvertir en un año, van a tener que vender a precio vil”); las *asociaciones ilícitas* (“va a haber un monopolio de las telefónicas”); la *deuda pública* (“esto va a un fenomenal conflicto judicial”) y el *desempleo* (“van a dejar gente sin trabajo”), entre otros. Porque como se dijo, el *concepto* es el móvil que hace proferir al mito. “Al pasar de la historia a la naturaleza, el mito efectúa una economía: consigue abolir la complejidad de los actos humanos, les otorga la simplicidad de las esencias, suprime su dialéctica”¹⁵⁴. Ante los ojos de Clarín, y cínicamente a sabiendas de lo que estaba haciendo, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no era tal, sino que era una simple “Ley de Medios” en donde la intencionalidad era el “Control” y su origen tenía nombre y apellido: “Ley de Medios K”. Borraba de un plumazo las luchas históricas de actores tales como La Coalición por una Radiodifusión Democrática¹⁵⁵ por medio de la propagación del habla mítica.

A contramano, vayamos a un editorial que Víctor Hugo exponía en su programa *La Mañana* muchísimo tiempo antes, en abril de 2009:

Víctor Hugo Morales. — Ahora se viene hablando muchísimo de la Ley de Radiodifusión; bueno, no tanto en el fondo porque hay buen un sector del periodismo que nada dice porque nada puede decir al respecto, porque naturalmente está en contra por sus intereses. El mensaje más contundente, desde la política, en contra del proyecto, vino de dos fuertes personalidades de la oposición: “Lilita” Carrió y Gerardo Morales. Hoy vamos a escuchar lo que dijo Lilita. Parece atinado defender la libertad de expresión contra lo que sea, como ella dijo, no obstante algunos ya le hemos agradecido la intención y decimos que si es por nosotros, que no se moleste, porque no está en juego la libertad de los periodistas sino en todo caso la libertad de la que gozan los medios, sus dueños, una libertad que muchas veces se agota en el dueño de la empresa, y ahí termina, que nada tiene que ver con nosotros, los periodistas. Para entendernos mejor vamos a empezar escuchando a Lilita Carrió:

¹⁵⁴ Barthes, R., p. 142.

¹⁵⁵ Coalición conformada en 2004 por un grupo de universidades, sindicatos de prensa, organizaciones sociales, radios comunitarias, pequeñas radios comerciales y organismos de derechos humanos, entre otros, la cual presentó en el Foro Argentino de Radios Comunitarias los “21 puntos básicos por el derecho a la comunicación”, como una serie de pautas de iniciativa ciudadana a fin de propulsar una nueva ley de radiodifusión que remplazara a la entonces vigente Ley de Radiodifusión, N° 22.285.

Reproducción audio declaraciones Lilita Carrió: ‘No tenemos ningún problema en defender a llamados grupos económicos si es para defender la libertad de expresión.’

Víctor Hugo Morales. — Parece fantástico lo que dice Lilita. Sin embargo quiero dejar un solo ejemplo, por ahora, para permitir un razonamiento más cómodo y que pulveriza, desde mi punto de vista, el razonamiento que presenta Lilita Carrió. Una nueva ley que limite los monopolios es lo mejor que puede sucedernos a los periodistas. Yo invito a pensarlo de esta manera, tomen, mentalmente, todas las empresas periodísticas del multimedio más mencionado como destinatario de la ley. Tomen las radios del grupo. Ahora tomen sus canales. Y después tomen sus diarios. Ahora sus agencias de noticias. Y ahora las decenas y decenas de empresas que el multimedio posee. Imagine a continuación a sus periodistas, a los más destacados que usted quiera, a los que son de los más importantes de muchos años que hemos tenido a esta parte. Ahora imaginenlos hablando a favor de la Ley de Radiodifusión. O imaginenlos, nada más, declarando en otros medios que están a favor. Y esto es imposible. Entonces, el sólo hecho de no encontrar una sola voz a favor del proyecto, en esos medios, te demuestra que quizás, desde nuestro punto de vista, a la señora Carrió y a la oposición que lo que en realidad sucede es que esos periodistas no tienen la libertad de decir lo que quieren. Esa es la libertad de prensa que dice la oposición que quiere defender. Y yo francamente insisto en pedir que no lo hagan, por lo menos, no en nombre de todos los periodistas. Nos hace tanto daño que podemos pensar por lo contrario. Si hay periodistas, perteneciendo a los medios implicados, están en contra del proyecto, por otras cuestiones, pero no lo pueden decir tampoco. Los multimedios son lo suficientemente dañinos para nuestra profesión, para que no sonemos creíbles, tengamos la posición que tengamos frente a un hecho como este, por ejemplo, de la Ley de Radiodifusión. Libertad son muchos medios. Libertad es que si me echan de este trabajo, porque molesta lo que digo, pueda en contra, rápidamente, otro sitio donde expresarme. Los medios concentrados nos quitan el trabajo, nos condicionan, nos limitan. Ahí está uno de los reales enemigos de la libertad de prensa. Por lo cual, yo discrepo, respetuosamente, con lo que ha dicho Lilita Carrió, que parece un mensaje de mucha personalidad, de mucha fuerza, que tiene un gran

énfasis, pero nada más, pensando en lo que no pueden decir cientos de periodistas que trabajan en determinados medios sobre la Ley de Radiodifusión, no pueden decir si están a favor de la misma, pero tampoco casi pueden decir si están en contra. Pensemos si realmente es ayudar a la libertad de prensa.

Barthes establece con sabiduría que “para juzgar la carga política, de un objeto mítico y el vado mítico que se amolda a ella, nunca hay que situarse desde el punto de vista de la significación, sino desde el punto de vista del significante, es decir de la cosa oculta. Y en el significante, es preciso situarse en el punto de vista del lenguaje-objeto, es decir, del sentido”¹⁵⁶. En este caso, Víctor Hugo se ubica permanentemente del lado del significante. Deja de lado la forma y remite al contenido. Remite con permanencia al lenguaje-objeto: el proyecto de ley. Y en tanto tal, lo utiliza como herramienta de análisis¹⁵⁷. Asimismo, expone una postura crítica y desmaraña el espacio ideológico motivado por su lucha personal con el mayor multimédios de la Argentina. Al sostener que “*no está en juego la libertad de los periodistas sino en todo caso la libertad de la que gozan los medios, sus dueños, una libertad que muchas veces se agota en el dueño de la empresa*”, lanza sobre el espacio ideológico una certeza que perturba. El grueso de los periodistas, sometidos a la condición oligopólica de los grupos mediáticos concentrados, está imposibilitado a realizar declaraciones semejantes, por el hecho mismo de perder la propia fuente de trabajo. Sin embargo, Víctor Hugo se sitúa en una operatoria desmitificante, en una actitud plenamente política. Y sostiene que “*libertad son muchos medios*”. Corre el eje de la discusión y, en tanto tal, establece un acto político. Porque, como Barthes arguye, “el mito es un habla despolitizada”¹⁵⁸. Porque, a los ojos del semiólogo francés, y siguiendo a Marx, hasta el “objeto más natural contiene, por más débil y despiadada que sea, una huella política”¹⁵⁹. Suscribo a ésta idea y con ella finalmente entiendo por qué se sostiene que cualquier soporte es permeable al habla mítica. Por más natural que sea, la presencia misma del ser humano vuelve a ese objeto político. Y, finalmente, la relación entre metalenguaje y mito se

¹⁵⁶ Barthes, R., p. 143.

¹⁵⁷ Cynthia García declara en la entrevista la conformación de un *tándem* periodístico con Víctor Hugo Morales en virtud de inmiscuirse en los vericuetos más profundos de la normativa.

¹⁵⁸ Barthes, R., p. 141.

¹⁵⁹ *Ibíd.*, p. 142.

vuelve utilitaria. “Los hombres no están, respecto del mito, en una relación de verdad, sino de uso: despolitizan según sus necesidades”¹⁶⁰.

No obstante, “si el mito es un habla despolitizada, existe por lo menos un habla que se opone al mito: el habla que *permanece política*”¹⁶¹.

...Y alguien tomó la palabra y dijo: “si quiere venir, venga”. Y bueno, me da mucho estar aquí, para decir que conozco muy bien a quienes usan la libertad de prensa para lanzarse a todos los negocios. Los conozco del fútbol, los conozco por el robo que durante 15 años hicieron al fútbol. Una estafa que no solamente iba contra el fútbol, sino que era una estafa que tenía que ver con millones de personas que quedaban afuera de la posibilidad de ver el fútbol. Por supuesto la gente más modesta. Era una doble estafa. Yo veía solamente la que cometían contra el fútbol. Ahora comienzo a ver, cuando se leen los *raiting* de televisión, etcétera, la estafa que se cometía contra millones de personas que no tenían la posibilidad de ver lo que más aman, el fútbol. El único divertimento al que pueden aspirar millones de personas. Yo puedo ir al cine, al teatro, a donde quiera, por ahora, y gracias a Dios: Pero millones de personas que también tienen el mismo espíritu festivo que yo y no pueden ir a ningún lado. Pero por lo menos pueden quedarse en su casa a ver a Independiente, a Racing, a ver a su equipo favorito. El fútbol les permitió comprar radios para ir destruyendo, poco a poco, los mensajes de los comunicadores que estaban enfrentados con el negociado que hacían durante 15 años con el fútbol. Les permitió comprar radios que financiaban con lo que ganaban de las ganancias espurias que les daba el fútbol por televisión. Radios que perdían dineros a raudales pero no importaba, porque lo que querían generar eran transmisiones y transmisiones para poder, de esa manera, hacer flaquear a los otros, a los que no podíamos manejarnos de la misma manera porque no teníamos dinero gratis salvo el que vendíamos a través de la publicidad. Y se lanzaron a todo tipo de negocios parecidos a los del fútbol, quién no conoce el negocio de las AFJP. Claro es muy difícil hablar. Todos los periodistas en su conjunto, y bien hacemos, seguimos los rastros de cualquier elemento de corrupción que aparezcan en los gobiernos, en este

¹⁶⁰ Ídem.

¹⁶¹ Ibídem, p. 143.

y en los del pasado. Pero los rasgos de corrupción que aparecen en las empresas privadas los perdemos de vista, porque hay una gran complicidad.

En determinado momento, con el contratito del fútbol que eran cinco papeles que nunca vio ningún dirigente y que después estaban apurados por mostrárselo a los dirigentes: “Vengan que les queremos mostrar el contrato”, les decían. Con ese papelito fundaron cadenas de cable, de televisión por cable en todo el país, y sobre todo, dijeron: “Tenemos un negocio tan bueno que lo vamos a poner a cotizar en la bolsa”. Por supuesto, con el conglomerado de otros negocios, se trata de 264 empresas, ni más ni menos. De eso estamos hablando. Y con ese papelito del fútbol, con ese contrato, por cierto, mal habido, sin licitación, sin nada, se lanzaron al negocio de las acciones de la bolsa ¿Quiénes compraron? Una buena parte, 400 millones, casi, las AFJP, con el dinero de los jubilados. Acciones de más de 20 pesos, casi 30, que hoy día deben valer 6 o 7 pesos no conozco la cotización hoy día. Una diferencia de un dinero de los jubilados que se tragaban entre las AFJP, las diez, porque no quedó ninguna afuera, y el conglomerado periodístico en cuestión. Me apuro un poco porque sé que en cualquier momento me van a decir que tengo que redondear.

Vayamos a la discusión de la ley. Esto que les da tanto trabajo a algunos diputados que no pueden, antes del 10 de diciembre, estudiar, porque lo que quieren es que pase la oportunidad. Estamos frente a la posibilidad maravillosa de que esto se convierta en ley. Seguramente esto es perfectible. Se habla de las telefónicas. Supongo que tendrán el buen gusto de corregir cualquier línea que efectivamente pueda poner donde había un monopolio a otro monopolio, no creo que sean tan zonzos de privarse que la ley se vote para favorecer a nadie, porque esto es tan grande para impedírselo ellos mismos.

Se habla del control parlamentario que podría llegar a tenerse a través de esta ley por parte del Poder Ejecutivo. Los gobiernos cambian, a los gobiernos los podemos cambiar, siempre los podemos cuando no nos gustan. Pero lo que no podemos cambiar son esos poderes que desconocemos, que la gente no sabe que existen, que están por encima, efectivamente, de los poderes de los partidos políticos y de los gobiernos, bien que lo saben. El Comfer es inmensamente más poderoso que

cualquier órgano, que por otra parte va a tener control parlamentario, que se pueda instituir con esta ley. El Comfer puede, por ejemplo, decir no va más Cablevisión y Multicanal y lo hace sobre algo que firmó un ex presidente muy poderoso de la República. Fíjense ustedes lo que se puede hacer. Es tan perverso el Comfer, el organismo del Comfer, creado por los militares que no existe nada más importante que quitárselo de encima. Nada puede ser peor que el Comfer, si el Comfer ejecuta todo lo que puede ejecutar desde el poder que tiene, y responde sólo al Poder Ejecutivo. La integración del Comfer es: un militar de la aviación, un militar del ejército, un militar de la marina. Esa es la conformación natural. Ahora lo que es el Comfer es un organismo dependiente estrictamente del Poder Ejecutivo, a través del cual el Poder Ejecutivo podría hacer lo que quisiese. Pues este gobierno se lo quita de encima y da la posibilidad de que haya un organismo donde haya control y discusión parlamentaria. A mí me parece absolutamente saludable, si lo pueden mejorar y que sea solamente parlamentario, todavía mejor, para sacarle, si es posible, lo que corresponde al Poder Ejecutivo.

Finalmente uno se da cuenta a qué se oponen los diputados que se oponen. Para quienes están trabajando, al servicio de quién están en estos momentos. Si hay aspectos absolutamente conversables de esta ley para mejorarla y para llegar al 10 de diciembre, y se los digo como periodista, con la inmensa alegría de que tenemos una ley que nos va a regir de una manera completamente a la perversión de la dictadura.

He comprado una revista, de humor, y cierro señores. Porque dije: “Voy a estar muy tenso, yo me pongo nervioso, detrás del micrófono soy un titán, detrás de una cámara, pero no delante de la gente”. Me horroriza estar delante de la gente. Entonces dije: “Voy a terminar con un poquito de humor”. Y una revista de humor dice hoy: “La prensa libre ante el desafío de la mordaza política. Por qué el periodismo independiente debe defender su derecho inalienable a voltear gobiernos, impulsar *lobbies* empresariales, operar, crear imperios monopólicos y apropiarse de hijos de desaparecidos.

Lo que le quiero pedir a los señores diputados es que esto, que es una broma, no sea parte de nuestra realidad a partir del 10 de diciembre, muchas gracias. (Víctor Hugo Morales, debate en el Congreso de la Nación, septiembre de 2009).

“Toda vez que el hombre habla para transformar lo real y no para conservar lo real como imagen, cuando liga su lenguaje a la elaboración de cosas, el metalenguaje es devuelto a un lenguaje-objeto, el mito es imposible”, afirma Roland Barthes, y sigue: “La revolución se define como un acto catártico destinado a revelar la carga política del mundo: la revolución *hace* el mundo y su lenguaje, todo su lenguaje es absorbido funcionalmente en ese hacer”¹⁶². Lo que se demuestra con este ejemplo, es la carga política que tiene Víctor Hugo Morales con la normativa de Servicios de Comunicación Audiovisual. El lenguaje que emplea en defensa del proyecto de ley habla el objeto, no sobre lo que fue dicho. Es decir, refiere al contenido; no a la forma, a lo que otros dijeron de la ley. El discurso periodístico durante aquellos meses previos primero ahondó en una omisión total del tema, naturalmente, como sostuvo Víctor Hugo, porque estaba en contra de sus intereses. Una vez que el anteproyecto dejó de ser tal e ingresó al Congreso de la Nación el silencio se hizo insostenible y los grupos multimediáticos salieron en su cruzada. A contramano, Morales venía desarrollando su operatorio *des*-mitificante; “des” en el sentido que le da Barthes, como representativo de un movimiento operatorio. Entonces, al mito de “está en juego la libertad de expresión”, Víctor Hugo oponía la idea de “no está en juego la libertad de los periodistas, sino en todo caso, la libertad que gozan los medios, sus dueños, una libertad que muchas veces se agota en el dueño de la empresa”. Diferenciaba con su discurso a los medios de los periodistas. Asimismo, al mito de que el gobierno iría atrás de la prensa libre, el uruguayo oponía la idea de que también son los medios concentrados los que quitan trabajo, condicionan a los periodistas, limitándolos y como uno de los enemigos reales de la libertad de prensa. O cuando se sostenía que se hablaba del “control parlamentario de que podría llegar el Poder Ejecutivo”, contraponía el organismo del Comité Federal de Radiodifusión. O la “vulneración de derechos adquiridos” a los que refutaba con el argumento de que nadie tiene derecho a una ley permanente. En otras palabras: a la idea abstracta de “periodismo independiente”, fomentada por el Grupo Clarín, se opuso una distinción clara entre “medios o directores de medios” y “periodistas”. A la actitud reiterativa del Grupo, des-informante, opuso una postura metódica, explicativa. A la discusión por la forma (“Ley de Medios K”, “Ley de Control de Medios”), en la lógica misma del mito, contrapuso la discusión por el contenido: “La ley me impactó. La leí

¹⁶² Barthes, R., p. 144.

mucho. Porque tampoco quería fácilmente decir que sí a algo que, por supuesto, me seduce desde la base porque es antimonopólica¹⁶³”:

Marcelo Longobardi. —Bueno, te cuento lo que yo haría con la ley. La verdad que te invité para escucharte, no para hablarte, pero ya que me preguntaste a mí te voy a decir lo que yo pienso voy a agarrar una hoja (...) Yo dividiría nuestra actividad en dos grandes capítulos. Vamos a llamarlo así: la distribución y los contenidos ¿Qué es la distribución? Los tipos que tienen los cables, los fierros, los aparatos, el que llega a la casa con el cable, etc. ¿Quiénes son los que hacemos contenidos? Y, nosotros. Vos, yo, nuestras empresas que hacemos periodismo. Yo trazaría una línea muy firme entre quien hace distribución y quien hace contenidos. Y ahí tenés gran parte del tema resuelto. Porque si vos sos el dueño del Cablevisión, el dueño de Multicanal...

Víctor Hugo Morales. —Bueno, pero la ley contempla esto.

Marcelo Longobardi. —Pará, el dueño de Telefónica o Telecom vos tenés la obligación de llegar a la casa del tipo, con un cable de fibra óptica, cuanto más avanzado mejor. No podés meter adentro de tu cable ni el menor comentario. Lo dijo acá Julio Barone, me encantó el ejemplo. “Si vos sos dueño de la Panamericana no podés ser dueño de Ford”. Me pareció fantástico ¿Qué haría con las telefónicas? Les daría un plazo para dentro de 3 años para que puedan competir con los cables y llevar a tu casa un caño lo más grueso posible, lo más barato posible que te lleve a tu casa la más cantidad de cosas posibles.

Víctor Hugo Morales. —Pero las quitaron a las telefónicas.

Marcelo Longobardi. —Las quitaron...

Víctor Hugo Morales. —Por la presión mediática de los que no teniendo argumento; vos fijate cómo fueron cambiando los argumentos. El primero de todos era: “Este es un monopolio de las telefónicas”. El gobierno, muy hábilmente, porque no era verdad que fuera, le daba la oportunidad de que entraran, pero de ninguna manera tendía la ley al monopolio de las telefónicas. Pero el gobierno les dijo, con gran habilidad: “Es ese el problema, te lo quitamos”. Y cometieron un error quizás.

¹⁶³ Extracto de la entrevista que Marcelo Longobardi le realizó a Víctor Hugo. La misma fue emitida el miércoles 30 de septiembre de 2009 por el Canal C5N.

Marcelo Longobardi. —¡Tremendo! Gravísimo error...

Víctor Hugo Morales. —Pero eso fue para darle a todos los suplicantes mediáticos y al establishment periodístico, compuesto por esta runfla de asociaciones de cables, de periodistas, etc., todas manejadas por el Grupo Clarín o por el Grupo Manzano y Vila.

Marcelo Longobardi. —No integro ninguna...

Víctor Hugo Morales. —Va por mi cuenta, Marcelo. Para que ese sector mediático que lanzó una cuestión cultural muy fuerte contra la ley, aprovechándose de la imagen muy negativa que tiene el gobierno. Para que la gente pensase que era una ley hecha con trampa. La trampa era: “Es monopolio de las telefónicas y con las telefónicas viene Kirchner”. Tuvimos un mes discutiendo esto. Y estuvo bien el gobierno, estuvo hábil y dijo: “¿Ese es el problema? Lo quitamos”. Después cuál era el problema: qué cada dos años podían revisar..., lo quitamos. Ya no queda inconveniente. Ya no hay refugio, prácticamente, para los que están contra la ley porque la desinversión en un año, que es una de las vergüenzas a las que ahora recurren. Que no se puede obligar a los monopolios a deshacerse de los medios que le sobran en un año ¿A Microsoft cuánto le dieron? En los Estados Unidos, que es un espejo en estos temas interesantísimos. Un año ¿A ITT cuánto le dieron? Dos años y tuvo que saltar en siete u ocho empresas. Porque lo que están pidiendo ahora, los senadores que van contra la ley y los periodistas, es: “Denos tiempo para ver como armamos la trampa, no queremos un año”. Porque en un año, que es como se hace una ley antimonopólica, en un año no alcanzamos a hacer las ficciones societarias que nos permitan ser dueños de los que somos. Es una vergüenza, cada uno de los pasos que han dado aquellos que se han manifestado contra la ley.

E incluso tiempo antes, cuando el gobierno Nacional había decidido avanzar en la “democratización de la televisación del fútbol”¹⁶⁴, Víctor Hugo argüía: “El Estado no va a invertir un peso extra en el fútbol”; “el gobierno puede terminar con la estafa de la

¹⁶⁴ “En abril de 1991, Clarín creó la sociedad Televisión Satelital Codificada, en asociación con la empresa Torneos y Competencias (TyC), y cerró un contrato con la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) para transmitir la exclusividad de los partidos oficiales de fútbol argentino de primera división (...) El contrato causó polémica, porque el fútbol, que podía verse por televisión abierta y gratuita hasta entonces, en adelante sólo se vería por TyC Sports, televisión codificada y paga”. (Mochkofsky, 2011: 112). “Luego, el 11 de agosto de 2009, el gobierno hizo un acuerdo con la AFA para liberar la televisación de los partidos”. (189).

que nada dicen los políticos de la posición y la tropa mediática”; “el tal juicio pienso que no va a existir, porque el grupo no se animará, finalmente, a hacerle juicio a los clubes de su propio país”; “una de las cosas que me importaba terminar era con la estafa perpetrada por Torneos y Competencias y el Grupo Clarín (...) sobre el avance sobre otros negocios que no son los periodísticos”; etc.

Entonces, esto abre la siguiente pregunta: ¿Por qué lo hacen? Es decir, ¿por qué la práctica en general, los grupos multimediáticos oligopólicos o monopolísticos, los diarios, periodistas dominantes, etc. fomentan el habla mítica? ¿Por qué, si de todos modos, tarde o temprano va a ser desbaratado? Si no es Víctor Hugo, podría haber sido un Jorge Lanata, un 6, 7, 8, o casualmente un Dolina, un Juan Pablo Vartsky, una Isabel Vernacci o un Matías Martín? ¿Por qué el habla mítica hace este esmero?

En principio, por el *carácter impresivo* del mito: “lo que se espera de él es un efecto inmediato. Poco importa si el mito es después desmontado; se presume que su acción es más fuerte que las explicaciones racionales que pueden desmentirlo poco más tarde. Esto quiere decir que la lectura del mito se agota de un solo golpe”¹⁶⁵. Por lo cual, evidentemente, Víctor Hugo sabe, porque es consciente, de que su empresa es la de un hombre peleando frente a un monstruo con un cuchillo de madera. Como él sostiene. Sabe que en cada momento el Grupo Clarín se lo puede a devorar y ante una agachada “hacerlo de goma”. Lo sabe. Porque es (y era) consciente de sus 265 licencias y del poder de fuego. Hecho que lleva al segundo factor a tener en cuenta.

Y así, por el carácter dominante de estos grupos, el mito justifica su operatoria. Por la condición dominante en el espectro gráfico y audiovisual de los grupos multimediáticos, en general, y del Grupo Clarín, en particular. La economía política nos enseña en libros como *Mucho ruido, pocas leyes*, de Guillermo Mastrini¹⁶⁶; o en *Neoliberalismo y Comunicación de Masa*, de Heriberto Muraro, cómo es la lógica de los mensajes hegemónicos. Cómo es imposible imaginarse, por la misma estructura de propiedad, a los periodistas hablando a favor o en contra de la ley en los mismos medios en los que tienen pertenencia.

En tercera instancia, porque parafraseando a Roland Barthes, “cualesquiera sean los accidentes, los compromisos, las concesiones, las aventuras políticas, cualesquiera sean los cambios técnicos, económicos o aun sociales que la historia nos aporta, nuestra

¹⁶⁵ Barthes, R., p. 133.

¹⁶⁶ Ed.

sociedad es todavía una sociedad burguesa”¹⁶⁷ y, en tanto tal, sostendré que “este mecanismo es, justamente, la forma de acción específica de la ideología burguesa” porque es “el instrumento más apropiado para la inversión ideológica que la define”¹⁶⁸.

Y entonces, lo que se hizo aquí constituye una verdadera proeza epistemológica al situar, de un lado, a un periodista y, del otro, a un grupo multimediático con más de 260 licencias. En las que en cada una de ellas se desarrolló una estrategia comunicacional anclada en directivas editoriales bien definidas; en las que por cada señal multiplicaban las voces que, aunque con matices, el cúmulo de ellas reproducía el mensaje político del Grupo, su intencionalidad, su juego de influencia. Sé que por esta redada podré ser tildado de desprolijo, o que la mera comparación no tiene estatuto metodológico. Que es imposible comparar el poder aprensivo de un grupo multimediático al de un periodista. Lo sé. Pero cuando comencé este trabajo quería preguntarme por Víctor Hugo, por sus representaciones y por un suceso determinado en la historia argentina. En la que actores políticos, en cuanto a representaciones simbólicas, entraron en juego y aportaron a la construcción simbólica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Y, de la que ambos –y es innegable oponerse a ello–, tanto Víctor Hugo como el Grupo Clarín, fueron notoriamente modificados.

¹⁶⁷ *Ibídem*, p. 138.

¹⁶⁸ *Ibídem*, p. 141.

III. ¿De intelectual comprometido a nuevo intelectual?

I. Conclusiones. Víctor Hugo Morales: ¿de intelectual comprometido a nuevo intelectual?

*“Un intelectual que no comprende lo que pasa en su tiempo
y en su país es una contradicción andante,
y el que comprendiendo no actúa
tendrá un lugar en la antología del llanto
pero no en la historia vida de su tierra”*

Rodolfo Walsh (Programa del CGT, 1º de mayo de 1968)

El filósofo argentino, Ernesto Laclau, establece que la construcción del terreno político es una construcción discursiva, de la que resultan relaciones contingentes entre identidades que, en cuanto a su fijación de sentido, son precarias. La sociedad es un objeto imposible que carece de esencia y, por ende, no puede ser definida positivamente. Al arribar el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en la agenda pública y política del gobierno Nacional, el grueso de la opinión pública desconocía, con certeza, qué era o qué regulaba en concreto una “Ley de Medios”. Es decir, la “Ley de Medios” o “de Radiodifusión” o “de Servicios de Comunicación Audiovisual” era en cierto modo, para “muchos”¹⁶⁹, sólo un *significante vacío*, que algunos apenas “tocaban de oído” y otros, en el peor de los casos, desconocían completamente su existencia. Porque convengamos que la agenda periodística, a través del habla mítica, hace “borrar” la memoria de ese público al que se entiende, mayoritariamente, de una “ignorancia pluralista”. Entonces, suponer esto, es decir, que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual era un *significante vacío*, remite inmediatamente a la reconstrucción de aquellas significaciones que confluyeron en dicho terreno de disputa, un terreno de batalla simbólica que las prácticas hegemónicas intentaron saturar.

Esta obra, de redacción ensayística, suponía preguntarse por el grado de incidencia del locutor y periodista, Víctor Hugo Morales. No importaba cuantificar su

¹⁶⁹ La utilización del término “muchos” hace referencia a esa capacidad cuasi-estadística de la que dispondría un sujeto social, en términos de Noëlle-Neumann. Dicho sujeto, al estar permanentemente bombardeado por constructos mediáticos desde la esfera pública, tendería a darle prioridad a aquellos que se mantienen dentro de la “zona caliente” de la agenda mediática. Hasta ese momento, los “tópicos” que manejaban los medios hegemónicos en tanto agenda, distaban mucho de un tema tan controvertido como la Ley de Radiodifusión.

influencia, tarea que, desde el vamos, hubiera considerado imposible. Tampoco comparar su incidencia con respecto a terceros, ya fueran: programas, diarios u otros periodistas. Se reconoce *de facto* la importancia que Víctor Hugo tuvo en la construcción simbólica de la ley, del cual derivaron por aquellos meses una infinidad de notas periodísticas, citas, titulares, pastillas, producciones radiales y audiovisuales e innumerables entrevistas en los más variados soportes. Lo que preguntaba era el porqué de esa incidencia y la forma en cómo ésta había operado. La inquietud estaba motivada por lo que consideraba un suceso pregnante a la opinión pública y sumamente interesante al estudio de las Ciencias de la Comunicación y la Política. De esta forma, se dispuso a componer el trabajo en base a dos ejes que intentaron graficar, cada uno, una problemática específica. El primero, modeló a lo largo de sus páginas lo que se denominó como *figuración* simbólica de Víctor Hugo Morales, es decir, aquellas representaciones dotadas de significación que hicieron de él una *identidad*, una personalidad destacada en el campo periodístico y de la cultura. Al delinear aquellos *elementos de individualidad* que, a modo de perogrullo, respondían porqué Víctor Hugo era Víctor Hugo. Laclau nos había advertido que todas las identidades sociales o políticas son construcciones discursivas que se definen relacionamente. Entendía que lo que implicaba Víctor Hugo al imaginario argentino se ajustaba al corte teórico de Laclau y, en tanto tal, ¡vaya curiosidad!, me pregunté por su relato. Fue así que al comprender cómo, unido a retóricas cancheras mediante su práctica radiofónica, Morales fue constructor de narrativas pregnantes y eficaces, gracias a las virtudes provistas por el fútbol en tanto *maquinaria cultural posmoderna*; en las que a través de sus asociaciones libres repuso editoriales —cargadas profundamente de sentido— en defensa de la ley. Asimismo, en línea, cómo estos relatos encontraron retrasmisiones en los más diversos programas y por qué su figura se referenció como la del pedagogo más influyente de esa batalla contracultural. Una suerte de *marca registrada* en la que su relato funcionaría como una especie “centro luminoso” en defensa de la ley, para ser utilizada, inclusive, por aquellos sectores que tiempo atrás lo habían criticado con

dureza¹⁷⁰. Entendí el porqué de su prestigio y de la vigorosidad de sus representaciones antes del conflicto, porque su imagen había estimado en las clases dominantes la expresión de muchos de sus atributos. En otras palabras, Víctor Hugo generaba empatía porque hablaba el lenguaje burgués. Porque había triunfado dentro de sus reglas y resultaba ser una imagen esperanzadora para una ideología presuntamente universalista. No obstante, también comprendí porqué pese a que el *establishment* logró en el espacio ideológico hacerse de lo que Víctor Hugo motivaba, en virtud de alimentar sus propios intereses; éste siempre resultó ser potencialmente una amenaza.

Pero para entender esto debí, paralelamente, y como dije, preguntarme por el espacio ideológico y fue allí en donde se abrió el segundo eje. Porque era necesario graficar el terreno de *lo* eminentemente *político* en tanto juego de relaciones entre actores con cierta carga política. Y allí entró Žižek, Laclau y Fukuyama para mostrar que la disputa en la quedó embarcada el relator uruguayo fue, eminentemente, ideológica. Porque había un espacio ideológico previo que se construía en base a una estructuración discursiva sobre la cual gravitaban todo tipo de simbolismos. Llamaron la atención aquellos que giraban en torno al mito de la objetividad periodística, el cual había habilitado todo tipo de prácticas y discursos en la discusión de una normativa que no venía más que a modificar las condiciones materiales de existencia. Las condiciones materiales de la estructura de propiedad de aquellos medios, como creadores y difusores de mensajes. Comprendí aquel axioma de Laclau de que para lo social se construye un orden social como un intento precario de fijar el sentido. Un intento, desde el vamos, fallido, puesto que como dije al abrir estas líneas: la sociedad no puede definirse esencialmente. De esta forma, el castillo de naipes que sentenciaba “el fin de la historia” mostró sus pies de barro con la presencia del *espectro*. Y con él numerosas pretensiones sustentadas en base a la mitología burguesa. El ejercicio periodístico dejaba de ser totalmente objetivo y comenzaba a resquebrajarse junto al imaginario impoluto que lo había albergado por más de una década. Había una lucha contracultural previa, invisibilizada, colectiva pero también con rasgos personales. Me importó un

¹⁷⁰ Hasta 2009 (y recién a partir del tratamiento de la LSCA), para el imaginario periodístico, Víctor Hugo Morales era visto como un “opositor” al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. Esa representación se había erigido, principalmente, por el posicionamiento que el periodista había tenido frente al conflicto por la Res. 125 y a otra serie de declaraciones en las cuales también tomó posicionamiento político, como lo fueron los presuntos casos de corrupción en *Skanska*, la denuncia a la venta de terrenos fiscales por el matrimonio presidencial y las adulteraciones en los índices del INDEC, entre otros.

rasgo de entre otros; el de Víctor Hugo. Y así se demostró que frente a un habla mítica, siempre hubo un *habla que permanece política*, como argüía Roland Barthes. Sostuve en la introducción de esta obra que se problematizaba nuestro objeto con la intención de entender un proceso. Preguntarse sobre el *habla política* de Víctor Hugo es una excusa para preguntarse sobre *todas* las hablas políticas. Las visibles y las que no lo fueron tanto. No era intención crear héroes, tampoco mitos vivientes. Ahora, ello no era impedimento para recalcar sus méritos, operatorias o para reconocer sus virtudes. Por lo cual, vuelvo a cuestionarme: ¿por qué *su* habla permaneció política? En principio, diré que con ella, Víctor Hugo, nos advirtió sobre el *espectro*¹⁷¹. Habló, figuradamente, sobre un *antagonismo* fundante. Terminantemente prohibido al discurso oligopólico del mapa mediático argentino. Advirtió sobre esa absurda pretensión de totalizar la problemática social. Y le dio a ésta un condimento con sabor a periodismo. Arrastró, como dijo Orlando Barone, a una “parte del periodismo que aún estaba dudosa”¹⁷². Porque Víctor Hugo traía consigo una “vieja lucha y una prédica personal”¹⁷³ bien establecida. Ya Sartre había dicho en el *Ser y la nada*, allá por 1943, que “el coeficiente de adversidad de las cosas, en particular, no puede constituir un argumento contra nuestra libertad”. Víctor Hugo había demostrado que su adversidad tenía nombre y apellido y, en tanto tal, comprendió el camino de su libertad. Y así diferenció a los medios de los periodistas. A sus dueños de los periodistas. Y graficó dos monstruos en donde para el imaginario de muchos sólo cabía uno.¹⁷⁴ Progresivamente, los medios de comunicación comenzaron a hacerse audibles en tanto factores de poder a través de las redes de un imaginario que, paulatinamente, dejaba escapar nuevas significaciones. Y de ellas se hizo Víctor Hugo para graficar la ley. Para explicar sus condiciones de posibilidad. Y a medida que iba inmiscuyéndose más en torno a ella, tomaba más *consciencia de la oposición, en él y en la sociedad, entre la búsqueda de la verdad práctica y la ideología dominante*. Comprendí, entonces, porque antes, durante aquel conflicto entre el gobierno Nacional y lo que “la prensa” había bautizado como un todo

¹⁷¹ No es nuestra pretensión personalizar una lucha e invisibilizar el papel de innumerables actores sociales históricos como expresión de la misma demanda. Sobre todo la de los miembros de la Coalición Por una Radiodifusión Democrática, quienes presentaron los *21 puntos por el Derecho a la Comunicación*, trabajados desde 2003 por 300 organizaciones sociales y cooperativas, organismos de derechos humanos, sindicatos, universidades, asociaciones de radiodifusores y radios comunitarias.

¹⁷² Canal YouTube.com. Alocución de Orlando Barone en 6, 7, 8. Víctor Hugo Morales – Carla Castello, min. 3.45.

¹⁷³ Canal YouTube.com (18 de mayo de 2010) Entrevista a Víctor Hugo Morales por Felipe Pigna. En *¿Qué fue de tu vida?*

¹⁷⁴ Desconociendo que, en palabras de Sartre, él ya se había convertido en uno. Ver: Sartre, J. P. (1973). Los intelectuales. En *Alrededor del 68. Situación ocho* (trad. Castellana Eduardo Gudiño Kieffer), p. 301.

simbólicamente homogéneo, en “El campo”, sus declaraciones lo habían situado del lado de la centroderecha¹⁷⁵. Y también porqué no era extraño que así sucediese. Puesto que de esta forma lo había advertido Sartre al postular que *la ideología burguesa es el modo de vida del intelectual, el medio por el cual ve el mundo, y su contradicción consiste en que debe liberarse de esa ideología para desmitificarla*¹⁷⁶. En este sentido, Víctor Hugo venía de Radio Continental, era un melómano aficionado al Teatro Colón y un tipo culto sin parangón en el ambiente futbolístico. Entendí, pues, porqué esos atributos hicieron fantasear al *establishment* con la recuperación de su figura. A un sector que especuló con sus prédicas y metáforas, con la posibilidad de alistarlas para ser llamado desde arriba. Necesitaban un barrilete, mejor si era cósmico. Y, entonces, esos sectores pudientes le levantaron el pulgar, descubrieron sus dientes con complicidad y cadencia. Pero, no obstante, ese hecho generó incomodidad en Víctor Hugo. El filósofo español José Ortega y Gasset, en su obra *El hombre y la gente*, había dicho que el atributo más esencial del ser humano es la posibilidad de *recogerse dentro de sí mismo*, para *retirarse virtual y provisoriamente del mundo*¹⁷⁷ en eso que él llamo como *ensimismamiento*. Luego de volverse al mundo para desentenderse de *la ocupación directa de las cosas*, para ocuparse un momento de sí, el hombre emerge y se vuelve hacia el afuera. Y al hacerlo, nos relata el español, lo hace en calidad de protagonista, con un *sí mismo* que antes no tenía”. Y ahí sí, se puede decir, que está preparado para *proyectar la acción futura*. Reconocer las palabras de Ortega y Gasset nos ayuda a comprender que el conflicto de la 125 le había permitido a Víctor Hugo ensimismarse, volverse tras sus pasos y así ver el comportamiento de *ese* periodismo que antes integraba”.¹⁷⁸ Comprender sus excesos, los desmadres cometidos en el ejercicio diario de una práctica que a gritos voraceaba actualidad. Porque pedían cómplices, perros guardianes que defendieran negocios al grito cínico de la libertad de prensa. Y así “al cruce de vereda”¹⁷⁹ pasaron factura. No le habían sentenciado su defensa por la “nacionalización de las AFJP” con el rótulo imaginario del “se dio vuelta”. No lo habían hecho. Pero un proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual resultaba peligroso. Eso lo entendí, bien entendido. Porque existía en éste

¹⁷⁵ Canal YouTube.com (18 de mayo de 2010) Entrevista a Víctor Hugo Morales por Felipe Pigna. En *¿Qué fue de tu vida?*

¹⁷⁶ Sartre, J. P. (1973), p. 32

¹⁷⁷ Ortega y Gasset, J. Ensimismamiento y alteración. En *El hombre y la gente*, p. 8.

¹⁷⁸ Canal YouTube.com (18 de mayo de 2010) Entrevista a Víctor Hugo Morales por Felipe Pigna. En *¿Qué fue de tu vida?*

¹⁷⁹ Expresión utilizada por Víctor Hugo durante la entrevista con Felipe Pigna.

la posibilidad concreta de materializar el sentido, de modificar el mapa estructural de medios. Afectar el mapa era afectar bolsillos, influencias e intereses. Eso lo explicó Héctor Borrat y lo replicó Víctor Hugo. Entonces, al cabo de todo este recorrido, es donde decido abrir una duda que nos guíe hacia el tercer eje. Y por ello, me pregunto: ¿Qué grado de compromiso —si es que de alguna manera puede expresarse— expuso Víctor Hugo Morales al debate público por la LSCA? Es sabido que su posición enfrentada al Grupo Clarín constituye una condición histórica. Se conocen las consecuencias que esa determinación le ha suscitado a su carrera. Ahora, no deja de llamar la atención el hecho de que mientras se estuviera discutiendo el proyecto de ley en la esfera pública, el mismo Víctor Hugo reconociera, reiteradamente, la necesidad de buscar alternativas de trabajo ante la existencia potencial de un despido en una emisora que lo había sabido acoger durante gran parte de su carrera. No dejan de llamar la atención las operatorias mediáticas en su contra. Las notas y tapas de Noticias. Las notas en el diario Clarín. El libro mismo de Pablo Sirven.¹⁸⁰ Datos de esta envergadura merecen atención porque hablan mucho de su compromiso y, aún más, del grado de exposición al que ha llevado su lucha. Esto nos lleva a suponer que, antes de la materialización concreta de la ley, Víctor Hugo *seguía elitista aún* cuando profesaba *ideas revolucionarias*. Luego, durante su tratamiento y después de su aprobación definitiva, las cosas palpablemente fueron diferentes. Pero, ¿por qué lo fueron? ¿Qué hubo de trasfondo en este posicionamiento político?

Es Catalina Uribe Merino quien recuerda que a raíz de las revueltas estudiantiles de 1968, Jean Paul Sartre se había visto inducido a reflexionar sobre el papel del intelectual y, en tanto tal, a modificar su concepción. En lo que era una nueva autocrítica, Sartre manifestaba, luego del Mayo Francés, que el intelectual “debe dejar de considerarse como *testigo ejemplar* de los aspectos contradictorios de la condición humana”, puesto que de este modo, sólo ayuda a oprimir a quienes desea liberar. Más que hablar; el *nuevo intelectual* concebido por Sartre, debe intentar, con los medios a su alcance, *dar la palabra al pueblo*.¹⁸¹ Suscitado por la idea del trasfondo político y en la injerencia por determinar su grado de compromiso, vuelvo a preguntarme: ¿Víctor Hugo dio la palabra a su pueblo? Ante todo, creo que es muy difícil responder a este tipo de

¹⁸⁰ Pablo Sirven es un periodista de La Nación que el primero de mayo de 2013 presentó el polémico libro “Converso. Historia íntima de la brutal transformación personal, profesional y económica de Víctor Hugo Morales, el relator más polémico de la Argentina”, durante una jornada en La Feria del Libro.

¹⁸¹ Uribe Merino, C. (2006), p. 34.

pregunta. No obstante, siento por otra estar motivado en arriesgar una respuesta. Y entonces diré que en cierto modo Víctor Hugo le confirió la palabra a su pueblo” o, mejor dicho, a sus oyentes y a varios periodistas. Al expresarse como una voz disidente en medio de una emisora con una clara línea editorial contraria y develarle a este oyente lo que las operaciones ideológicas pretendían ocultar. Entender que el relator uruguayo expuso el cuerpo en defensa de la ley, arriesgando incluso su fuente laboral, por hacer visible problemáticas que iban en contra de sus propios empleadores, supone un posicionamiento del intelectual sartreano. Porqué, como el mismo Víctor Hugo sostiene, “*Clarín* nunca se ocupó de él hasta 2009”, siendo que éste los había denunciado por el tema del fútbol durante casi toda su vida.¹⁸² ¿Pero esos hechos hablan sólo de lo que algunos sintetizan en su coherencia? En eso que, por ejemplo, al mismo Capasso lo lleva a titular *Una historia de coherencia y convicción*. Si bien adhiero a la idea de que Víctor Hugo expresa coherencia en cuanto a su lucha histórica contra el Grupo Clarín, Grondona, TyC (es decir, ciertos factores de poder) referenciada en su trayectoria; no puedo decir lo mismo en tanto su concepción, por así decirlo, de intelectual. Es decir, Víctor Hugo, por el hecho de ser, ante los ojos de Sartre, un pequeño burgués, no podrá dejar de serlo nunca; por su propia concepción. Porque esto hace de él *hacia el mundo*. En otras palabras, no podrá nunca rehusar a su contradicción puesto que sigue hablando desde una emisora elitista, vinculada al sentimiento del campo, en la cual muchos de sus oyentes históricos tienen algún tipo de lazos con las clases a las que él mismo desdeña y desea suprimir. Un sector que como el mismo Fontevicchia expresa: es visceralmente antikirchnerista; por extensión de su antiperonismo y; por una extensión aún más profunda de su antipopulismo. Por ello, comprender que el relator uruguayo no puede rehusar a ésta condición, mal que le pese, porque como explica Bourdieu, en *Los Usos del Pueblo*, tal es la paradoja de los dominados y de esa no se sale. Y entonces, mientras que por un lado seguirá hablando el lenguaje burgués, yendo al Teatro Colón, deslindando metáforas típicas de la novelística occidental; en fin, disfrutando de toda práctica hedonista que le confiera la burguesía. Por el otro, por su misma contradicción, por la concepción misma del intelectual, ya no responderá al mandato de nadie, y será libre. Y eso le permitirá ser solidario con aquellos jóvenes deseosos de un nuevo paradigma de medios. Eso le permitirá, como lo hizo, solidarizarse con éstos a los que

¹⁸² Naveiro, J. (7 de agosto de 2013). Víctor Hugo y Saintout, en La Plata. En *Tiempo Argentino*, p. 7.

vio embanderarse en una causa de batalla que, indefectiblemente, pretendía “hacer volar por los aires” a los medios de comunicación concentrados; tales como el Grupo Prisa, y que al mismo Víctor Hugo dan trabajo. Jean Paul Sartre afirmaba que el *nuevo intelectual*, en lugar de limitarse a ser la mala conciencia de los otros, debe anunciar también *un mundo posible*. Porque su misión es suprimirse como intelectual. Decía que los intelectuales clásicos nunca podrían ponerse a sí mismos en tela de juicio, puesto que encontraban siempre una buena conciencia en su mala conciencia; se limitaban, según Sartre, a hacer sentir su disconformidad, buscando apaciguar su conciencia intranquilizada mientras, por otra parte, seguían siendo cómodos funcionarios de un sistema. Puedo decir que, en cierto modo, Víctor Hugo en una etapa de su vida se encontró cómodo con el sistema. Y así lo expresó con un dejo de culpa. Admitió haber escrito *Un grito en el desierto* en medio de una década que, en lo personal, le había conferido grandes atributos económicos¹⁸³. Así, mientras escribía un libro para el pueblo, percibía por otro lado las virtudes de un capitalismo concentrado que dejaba sin trabajo a los mismos que él retrataba en sus páginas culposas. No obstante, el “durante” y el “después” de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual marcó un *antes* y un *después* en el espacio ideológico y en la propia vida del relator uruguayo. Y ese “se dio vuelta” rasgó profundo. Por lo que finalmente llego a cuestionarme si lo que Sartre denomina como *nuevo intelectual* cuaja símilmente en la labor de Víctor Hugo. Porque entiendo que durante dicho proceso dejó de considerarse un mero testigo de los hechos, en términos testimoniales, al exponer su cuerpo, suprimirse como intelectual y dejar de hablar *el lenguaje burgués*. Con sus acciones Víctor Hugo dejó de ser aquel relator por excelencia del habla hispana para reducirse imaginariamente en un mero “se dio vuelta”, cómo síntesis de la entrega de sus valores al dinero. Entendí, a su vez, que con esta lucha pudo apartarse, definitivamente, de aquella *resistencia alienante* que apremia a todo intelectual, llevándolo, así, a perder su atractivo como símbolo irrestricto de un periodístico refinado ante los ojos del *establishment*. Víctor Hugo pasaba con su *praxis* a constituirse, enteramente, en una amenaza real y concreta por enunciar un mundo *de lo posible*. Quizás, entonces, no resulte ahora tan ambiciosa aquella expresión de Sartre que decía que “a través de la lucha del intelectual contra sus propias contradicciones, en él y fuera de él, la sociedad histórica asume un punto de vista sobre sí misma”. Sé que la

¹⁸³ Víctor Hugo reconoce que los años 94, 95 y 96 fueron los “años más extraordinarios de su vida económicamente”. Canal YouTube.com (14 de mayo de 2012) Víctor Hugo Morales en Basta de Todo junto a Matías Martín. En Radio Metro.

lucha de Víctor Hugo no fue aislada, sería una locura sostenerlo. Pero también sé que con sus acciones, evidentemente, revivió aquel deseo de “revancha del sujeto contra las estructuras”. Aquel deseo tan difunto como el propio Sartre. En definitiva, Víctor Hugo revivió cierta forma de intervención de los intelectuales, al reeditar el axioma de “aquel hombre de cultura que pone su notoriedad al servicio de un compromiso público”. Porque creo que las páginas que anteceden avalan dicha expresión, aunque en este caso no puede negarse esa suerte de tinte criollo, que el propio Víctor Hugo, le vino a aportar al compromiso del intelectual sartreano.

Bibliografía.-

Alabarces, P. (2007). Introducción: de las hipótesis a las metodologías, (pp. 25-38), Fundaciones: gauchismos y criollismos, (pp. 39-54) y Maradonismo, o la superación del peronismo por otros medios, (pp. 133-160). En *Fútbol y patria. El fútbol y las narrativas de la nación en la Argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2ª ed.

Alabarces, P. y Rodríguez, M. G., *Futbol y patria: la crisis de la representación de lo nacional en el futbol argentino*, trabajo realizado en el marco de la Programación científica 1995-97 de UBACyT (CS 503), Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
Recuperado de: <http://www.efdeportes.com/efd10/pamr10.htm>

Barthes, R. (1999). Prólogo a la primera edición, Prólogo a la edición de 1970 y El mito, hoy, (pp. 5-6 y 117-152). En *Mitologías*. México D.F.: Siglo Veintiuno, 12ª ed., (Título original: *Mythologies*, 1957).

Borrat, Héctor (1989). *El periódico, actor del sistema político*. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/41078/89080>

Bourdieu, P. (2000). Los usos del pueblo, (pp. 152-172). En *Cosas dichas*. Barcelona, 2ª reimp. (Título original: *Choses dites*, París, Minuit, 1987).

Capasso, J. (2013). *Víctor Hugo. Una historia de coherencia y convicción*. Buenos Aires: Al arco Ediciones.

Castañón Rodríguez, J. (2010). *El idioma español en la Copa del Mundo de Fútbol, 2010*. Recuperado de: <http://www.idiomaydeporte.com/articulos/el-idioma-espanol-en-la-copa-del-mundo-de-futbol.php>

Cevallos, G. (diciembre de 1997). Los espectros de Marx (Reseñas). En *Íconos: revista de ciencias sociales*. Quito: FLACSO sede Ecuador, pp. 126.
Recuperado de: <http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1368/4/RFLACSO-I04-15-Cevallos.pdf>

Derrida, J. (1995). Inyunciones de Marx. En *Los espectros de Marx*. Madrid: Trotta
Recuperado de: http://www.jacquesderrida.com.ar/textos/marx_inyunciones.htm

De Volder, C. y Garín, I. (2013). *La cita documental. Elementos y ejemplos de referencias en estilo APA*. Recuperado de: <http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/biblioteca/cita.pdf>

Fernández, J. L. (s.f.). *Los lenguajes de la radio* (Apuntes de Semiótica I, Cátedra: Fernández, Facultad de Cs. Sociales, UBA).

Fukuyama, F. (1989). *¿El fin de la historia?* Recuperado de: http://www.cepchile.cl/dms/archivo_1052_1200/rev37_fukuyama.pdf

Freud, S. (1921c). La identificación, (pp. 99-104), Enamoramiento e hipnosis, (pp. 105-110) y Apéndice, (pp. 127-136). En *Psicología de las masas y análisis del yo*. (Apuntes de Psicoanálisis, Cátedra: Delgado, Facultad de Psicología, UBA).

González Ruíz, M. (2000). Hacia una teoría comprensiva de la práctica social: Notas de reflexión acerca de *La Distinción* de Bourdieu. Recuperado de: <http://laberinto.uma.es/lab18/mencia.htm>

Kircher, M. (2005). *La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica*. En Revista de Historia Nro. 10.

Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). Más allá de la positividad de lo social: antagonismo y hegemonía, (pp. 129-189). En *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI. (Título original: *Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics*, Londres, 1985)

Martínez Hidalgo, F. (2010). El sublime objeto de la ideología, de Slavoj Žižek. Recuperado de: <http://www.fantasymundo.com/articulo.php?articulo=2805>

Mastrini, G. (ed.) (2005). Introducción, (pp. 11-28) y Canales 11 y 13: La primera privatización de la década menemista, (pp. 211-234). En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. Buenos Aires: La Crujía.

Mochkofsky, G. (2011). *Pecado original. Clarín, los Kirchner y la lucha por el poder*. Buenos Aires: Planeta, 2ª ed.

Morales, V. H. (2009). *Víctor Hugo x Víctor Hugo Morales*. Buenos Aires: Sudamericana.

Morales, V. H. (2012). *Un grito en el desierto*; con prólogo de Rodolfo Braceli. Buenos Aires: Continente, 2ª ed. (1ª ed., Buenos Aires: Sudamericana, 1998).

Nöelle-Neumann (1972) ¿Qué es la opinión pública?, (pp. 83-95) y Hacia una teoría de la opinión pública, (pp. 255-278). En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona: Paidós, 1995.

Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/44071976/neumann-la-espiral-del-silencio-opinion-publica-nuestra-piel-social>

Nöelle-Neumann (s.f.) *La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública*. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/220570374/Noelle-la-espiral-del-silencio-pdf>

Ortega y Gasset, J. (s.f.). Ensimismamiento y alteración. En *El hombre y la gente*. Recuperado de: <http://manuellosses.cl/VU/El%20Hombre%20y%20la%20gente.%20O.Gasset.pdf>

Parra, F. (abril, 2011). Sujeto e ideología: Notas para pensar *lo político* en S. Žižek. VIII Jornadas de Investigación en Filosofía. Departamento de Filosofía, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, Buenos

Aires, Argentina. Recuperado de:

http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.1364/ev.1364.pdf

Rodríguez Borges, R. F. (1998). *La objetividad periodística, un mito persistente*. En Revista Latina de Comunicación Social, 2. Recuperado de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/febrero.98.rodrigo.htm>

Ruiz, J. J. (2008). La ideología y lo Real en *El sublime objeto de la ideología* de S. Žizek. VII Jornadas de Investigación UNLP, Departamento de Filosofía, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de:

<http://viiijif.fahce.unlp.edu.ar/programa/ponencias/RUIZ%20Julio.pdf>

Sábato, E. (2006). Hacia la ignorancia por la ciencia, (pp- 70-73). En *Hombres y engranajes*. Buenos Aires: Sex Barral.

Sábato, E. (1967). *Qué es el existencialismo*. Conferencia pronunciada en la Escuela N°38, Camilo y Adriana Olivetti, Merlo, Buenos Aires, Argentina.

San Martín, R. (2008). *Contra la objetividad. El mito de la neutralidad periodística y las alternativas para repensarlo*, pp. 73-80. Recuperado de:

http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/wp-content/uploads/2013/04/2008_1_06.pdf

Sarlo, B. (2011). *La audacia y el cálculo: Kirchner 2003-2010*. Buenos Aires: Sudamericana.

Sarlo, B. (2001). *Tiempo presente. Notas sobre el cambio de una cultura*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno, pp. 214-229.

Sartre, J. P. (1973). Los intelectuales, (pp. 282-343). En *Alrededor del 68. Situación ocho* (trad. Castellana Eduardo Gudiño Kieffer). Editorial Losada, Buenos Aires. (Título original: *Situations, VIII. Autour de 68*, París, 1972).

Uribe Merino, C. (2006). *Sartre y la figura del intelectual comprometido* en Ciencia Política N°2, pp. 26-52. Recuperado de:

<http://168.176.26.17/recipo/sites/default/files/file/Numero2/2.%20Sartre%20y%20la%20figura%20del%20intelectual%20comprometido.pdf>

Žižek, S. (2003). *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno, pp.7-42 (Título original: *The sublime object of the ideology*, Verso, Londres, 1989).

Žižek, S. (2003). Introducción. El espectro de la ideología (trad. castellana Mariana Podetti) y ¿Cómo inventó Marx el síntoma? (trad. Isabel Vericat Nuñez). En *Ideología, un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, pp.7-42 y 329-370. (Título original: *Mapping Ideology*, Verso, 1994).

Notas periodísticas en revistas, diarios y blogs.-

Anónimo (21 de octubre de 2011). Cruce entre Alfonsín, Magdalena y Víctor Hugo por la prensa oficial. En *Diario Clarín*, pp. 18-19.

Anónimo (3 de mayo de 2009) Cruces por la nominación de 6,7,8 como Programa Periodístico de TV. En Diario *La Nación*. Recuperado de:
<http://www.lanacion.com.ar/1260692-cruces-por-la-nominacion-de-678-como-programa-periodistico-de-tv>

Anónimo (s.f.). Daniel López, gerente de noticias de Radio Continental: "La Ley de Medios está impulsada por un espíritu revanchista". En Medios Lentos.com. Recuperado de: <http://www.medioslentos.com/412/daniel-lopez-gerente-de-noticias-de-radio-continental-la-ley-de-medios-esta-impulsada-por-un-espiritu-revanchista/>

Anónimo (17 de enero de 2013). Víctor Hugo Morales: "El Gobierno tuvo el coraje de no arrodillarse ante los medios hegemónicos". En *Télam*. Recuperado de:
<http://www.telam.com.ar/notas/201301/4957-victor-hugo-morales-el-gobierno-tuvo-el-coraje-de-no-arrodillarse-ante-los-medios-hegemonicos.html>

Anónimo (6 de enero de 2011) "Víctor Hugo recuerda a José María Muñoz". En blog *Señales. Comunicación, medios, cultura y +*. Recuperado de: <http://seniales.blogspot.com.ar/2011/01/victor-hugo-morales-recuerda-jose-maria.html>

Fidenza, A. (28 de diciembre de 2011). La voz del relato. En Revista *Newsweek*, pp. 22-23.

Fontevécchia, J. (27 de septiembre de 2009). Víctor Hugo: "Clarín no es mejor que Hadad". En *Diario Perfil*. Recuperado de:
<http://seniales.blogspot.com.ar/2009/09/victor-hugo-moralesclarin-no-es-mejor.html>

Montiel, G. (8 de agosto de 2013). Apoyo a Víctor Hugo en la mediación por la denuncia de Magnetto. En *Tiempo Argentino*, pp. 14-15.

Montiel, G. (9 de agosto de 2013). Magnetto no se animó al cara a cara con Víctor Hugo en la mediación. En *Tiempo Argentino*, pp. 2-3.

Montiel, G. (10 de agosto de 2013). Claves del ataque de Héctor Magnetto contra Víctor Hugo. En *Tiempo Argentino*, p. 7.

Murano, A. y Stroker, C. (12 de abril de 2012). Entrevista exclusiva a Víctor Hugo Morales: "Me quieren sacar de la cancha". En *Revista Veintitrés*. Recuperado de:
<http://veintitres.infonews.com/nota-4547-personajes-Me-quieren-sacar---de-la-cancha.html>

Naveiro, J. (7 de agosto de 2013). Víctor Hugo y Saintout, en La Plata. En *Tiempo Argentino*, p. 7.

Poore, F. (12 de octubre de 2012). A dos voces: Víctor Hugo desde la pecera. En *Ámbito.com*. Recuperado de: <http://www.ambito.com/diario/noticia.asp?id=658257>

Recoaro, N. (7 de mayo de 2013). “Soy más un actor que un narrador”. En *El Gráfico*, 187, pp. 10-11.

Sebastián B. (2009). Entrevista a Víctor Hugo Morales: “La vida lúdica puede ser aburrida”. En revista *THC: la revista de la cultura cannabica*, 22, pp. 36-38.

Zunino, E. (23 de marzo de 2012) Víctor Hugo Morales, el relator del relato. En *Revista Noticias*.

Videos y audios en plataforma virtual.-

Canal YouTube.com (21 de agosto de 2009). Víctor Hugo Morales en otros tiempos. En *Radio Continental*.

Recuperado el 10 de marzo de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?v=Pbby-MQ4aoY>

Canal YouTube.com (20 de septiembre de 2008). Elisa “Lilita” Carrió con Víctor Hugo Morales. En *Radio Continental*.

Recuperado el 12 de marzo de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?v=714F3nTIwvU&feature=fvwrrel>

Canal YouTube.com (3 de septiembre de 2009). TVR – Ley de Medios.

Recuperado el 10 de marzo de 2013 de:

<https://www.youtube.com/watch?v=2T9ihd4hjzk>

Canal YouTube.com (abril de 2009). Víctor Hugo Morales y la Ley de Radiodifusión. En *Radio Continental*.

Recuperado el 10 de marzo de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?v=W41MWx3hZeQ>

Canal YouTube.com (agosto de 2009). Víctor Hugo Morales sobre el monopolio de la televisión del fútbol. En *Radio Continental* a través de 6, 7, 8.

Recuperado el 10 de marzo de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=9aLImpqJAGw&NR=1>

Canal YouTube.com (10 de agosto de 2009). La democratización de la televisión del fútbol: Se siguen escuchando otras voces. En 6, 7, 8.

Recuperado el 12 de marzo de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?v=2LCi5OTI7Vw&feature=related>

Canal YouTube.com (11 agosto de 2009). La Radio Ataca. Declaraciones de Víctor Hugo en *Perros de la Calle* con Andy Kurtnezzof. En 6, 7, 8.

Recuperado el 11 de marzo de 2013 de:

http://www.youtube.com/watch?v=zVJ_qtmCzhk&feature=related

Canal YouTube.com (11 de septiembre de 2009). Víctor Hugo Morales en la última Audiencia Pública de la Cámara de Diputados de la Nación sobre la LSCA. Recuperado el 12 de marzo de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=B9-Xme9mrXs>

Canal YouTube.com (29 de septiembre de 2009). Autocrítica de Víctor Hugo Morales. En 6, 7, 8. Recuperado el 12 de marzo de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=EYjh9POBGLA&feature=related>

Canal YouTube.com (30 de septiembre de 2009). Víctor Hugo entrevistado por Marcelo Longobardi. En C5N. Recuperado el 12 de marzo de 2013 de:
http://www.youtube.com/watch?v=eyD3_qucqy4&feature=related

Canal YouTube.com (12 de abril de 2010). Entrevista a Víctor Hugo Morales por Matías Martin. En *Vértigo*. Recuperado el 15 de octubre de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=I7r6K1EOeRw>

Canal YouTube.com (9 de abril de 2010) Entrevista en el programa televisivo *Café las palabras*. Recuperado el 11 de septiembre de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=JbZ7ZAcNhh8&feature=related>

Canal YouTube.com (18 de mayo de 2010) Entrevista a Víctor Hugo Morales por Felipe Pigna. En *¿Qué fue de tu vida?* Recuperado el 11 de septiembre de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=tRQ6dy5zFhc&feature=relmfu>

Canal YouTube.com (14 de mayo de 2012) Víctor Hugo Morales en Basta de Todo junto a Matías Martin. En Radio *Metro*. Recuperado el 17 de diciembre de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=6NQzUBefo8U>

Canal YouTube.com . Spot institucional de *Todo Noticias* “¿Tendremos noticias?” Recuperado el 10 de febrero de 2014 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=Z4WDN8JZj0U>

Canal YouTube.com . Spot institucional de *Todo Noticias*. “Dicen que TN no va a desaparecer”. Recuperado el 10 de febrero de 2014 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=P4Q-Hym5MSc>

Canal YouTube.com (30 de septiembre) Spot de Canal *Volver* puede desaparecer por la Ley de Medios K. Recuperado el 10 de febrero de 2014 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=mVJ8F6a0PIw>

Canal YouTube.com (7 de septiembre de 2009) Víctor Hugo Morales entrevista a Jorge Lanata. En Radio *Continental*. Recuperado el 10 de febrero de 2014 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=QG8WEsEEXwM>

Canal YouTube.com (14 de mayo de 2012) Editorial de Jorge Lanata sobre el institucional de TN. En Radio *Después de Todo (DDT)*, Canal 26. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:

<http://www.youtube.com/watch?v=jMZsbUkhHB8>

Canal YouTube.com (19 de septiembre de 2009) Informe Especial de Todo Noticias: Ley de Medios K. En *TN*. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=bxGa4ZPQ1jA>

Canal YouTube.com (29 de diciembre de 2011) Los periodistas. En *La Mafia Clarín*. Recuperado el 12 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=LQOnY3Ypbh4>

Canal YouTube.com (24 de septiembre de 2009) Extracto de editorial de Víctor Hugo sobre el institucional de Radio Mitre. En *Radio Continental* a través de 6, 7, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=ibZj84Az9tQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=mVJ8F6a0PIw> Canal YouTube.com (30 de septiembre de 2009) Víctor Hugo Morales entrevistó a Jorge Lanata. En *Radio Continental* a través de 6, 7, 8. Recuperado el 12 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=iikHofvZMjQ>

Canal YouTube.com (24 de septiembre de 2009) Informe: Quienes están a favor y quiénes en contra de la Ley. En 6, 7, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=zNDsL-5ULCQ>

Canal YouTube.com (13 de abril de 2012) 678 - Víctor Hugo se emocionó con el informe de TVR. En *TVR* a través de 6, 7, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=1U8fuLXjIY>

Canal YouTube.com (30 de septiembre de 2009) 678 – Lo obvio y lo sutil. Víctor Hugo con Fontevecchia. En 6, 7, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=kPthleA0xho>

Canal YouTube.com (7 de septiembre de 2009) Entrevista de Leuco a Lanata. En *Canal 26*. Recuperado el 10 de febrero de 2013 de:
<https://www.youtube.com/watch?v=3UZ2PiK-Fno>

Canal YouTube.com (30 de septiembre de 2009) Víctor Hugo Morales – Carla Castello. En 6, 7, 8. Recuperado el 10 de febrero de 2014 de:
<http://www.youtube.com/watch?v=QnXP2eGuM0A>

Morales, V. H y Segovia, F. (27 de marzo de 2012). Audios Parte 1 al 5. En *El perfil de la mentira*.
Recuperado de: <http://www.victorhugomorales.com.ar/?p=5127>

Víctor Hugo Morales. Sitio Oficial.
Recuperado de: <http://www.victorhugomorales.com.ar/>

Anexo

ENTREVISTA A CYNTHIA GARCÍA (abril de 2013)

Quiero que me cuentes, en términos generales, y en forma escueta, cómo era la “Cynthia periodista” antes de trabajar en Radio Continental.

No ejercía el periodismo político, básicamente. Porque yo entré en el 2006 a Radio Continental y, antes de eso, mi recorrido por los medios fue durante muchos años como productora periodística. No ejercía el periodismo político en primera persona, quiero decir. Durante muchos años fui productora periodística y ahí manejaba todo actualidad, y demás, y me parece que durante los noventa el mercado imperaba tanto y tan fuerte que no te dejaba lugar, no habría puertas a periodistas como puedo ser yo. Que hoy tenga un grado de protagonismo es una foto del cambio de época, me parece.

Si bien entré a Continental en 2006, que es un medio hegemónico, no hegemónico sino que forma parte de la estructura de los *mass media*, mi recorrido fue siempre muy en contra corriente, con una agenda que no era la agenda de los 90 ni el principio de los 2000. Agenda vinculada a la violencia de género, a la violencia institucional a la pobreza, a la trata de personas; entonces, no había lugar para esa agenda, o por lo menos no la encontré. Entonces, mi trabajo periodístico era de producción o de informes sociales o policiales que a mí me confrontaba también con lo que yo quería del periodismo. Creo que era un trabajo de remo, básicamente. No lo puedo trasladar a términos académicos porque me parece que no hay otra palabra. Era una cuestión de resistencia y de perseverancia, era eso, o seguir la lógica dentro de esa rueda a la que yo no estaba dispuesta.

¿Y cómo llegaste a Víctor Hugo?

Yo ya estaba en Continental con Daniel López. Ese año gano un premio revelación de ETER, entonces Víctor Hugo me llama para ser parte del equipo de *La Mañana*. Y tenemos ahí un ida y vuelta rara porque en realidad no me conocía del todo y creía que yo iba a producir, y yo le expliqué que hacía aire y supongo que le habrá parecido atrevido mi planteo periodístico porque dijo: “Está bien, hace aire, pero breve”. Entonces fortalecí el ejercicio de las columnas en términos radiales, estrictamente radiales en cuanto al tiempo, muy corto, he hecho investigaciones periodísticas en 3 minutos. Y así empecé.

Luego empezamos un recorrido en donde se generó una buena interacción periodística y creo que también nos hicimos amigos, porque hay una identificación de ideas en donde durante mucho tiempo discutimos mucho pero desde una identificación de base y con mucha discusión porque Víctor Hugo es, por la figura que es y por la impronta que genera también tiene un conjunto de gente que no le discute, que no le confronta...

¿Cómo sería?

Claro, el híper respeto lleva a decir todo que sí y no cuestionar. Y como mi personalidad no me lo permite es como que cuando tuve que plantearle diferencias se las planteé, cuando tuve que discutir lo hice y yo creo que eso generó.

Y empezamos teniendo un ejercicio periodístico piola donde muchas veces no coincidimos, pero creo que la ley de medios fue el gran vehículo para que yo entrara a la mesa periodística de Víctor Hugo pero con otro lugar.

Eso se encadena con la tercer pregunta: Vos estabas trabajando en Continental justo cuando se incorpora como tema el anteproyecto de ley, que después se sabe que es un proyecto, quiero que me describas cómo fue ese momento entre los colegas, cuando se sabía de la existencia de esta ley.

¿Dentro del equipo, dentro de la mesa de Víctor Hugo?

Nosotros empezamos a hacer un tándem periodístico con Víctor Hugo, porque como yo tengo una formación jurídica y comprendo los procesos y puedo mirarlos desde una mirada jurídica, y eso complementa la mirada de Víctor Hugo. Entonces es como que le deconstruía un montón de los artículos de la ley, después de las cooperativas, después la concentración, la inconstitucionalidad. Todo eso lo desglosaba conmigo. En esa época nos juntábamos dos veces a la semana en su casa a releer la ley, a repensar con el texto y como información jurídica era un complemento valioso. Y eso fue generando un panóptico sobre toda la política también. Entonces empezamos a construir un tándem periodístico en una mesa que es muy disímil, en una mesa donde hay miradas diferentes, no todos los que estábamos en la mesa adheríamos a la ley de medios. Sigue pasando.

Ahí sí uno puede decir, yo puedo decir que milité la ley de medios. Ahí sí es donde hubo militancia. Porque la ley de medios te planta en un lugar en donde tenés que tomar una postura. Sí creo en eso, digamos, por lo menos los periodistas no podíamos ser indiferentes a la ley de medios. No podíamos decir: “la ley de medios no sé”. No, la ley de medios “sí” o la ley de medios “no”. Y si es “no” hay toda una construcción política detrás de ese “no”, tanto como de ese “sí”. Y eso se fortaleció entre nosotros, justamente por el contexto del equipo de trabajo y por el ida y vuelta que teníamos. Porque Víctor Hugo no encontraba paredes que le devuelvan la pelota con otros interlocutores de la mesa. Estaban más en contra que a favor de la ley.

¿Y cuál pensás que es el rol de la emisora? Porque yo lo veo como un hecho inédito en el caso de que, si bien le mandaban mensajes en contra, tandas en contra, podía expresar su voz ¿Por qué crees que toma esta postura la emisora?

Yo creo que porque son una empresa extranjera. En algún punto se sienten fuera de la discusión. El Grupo Prisa es Clarín en España. Yo creo que en un punto están fuera de la discusión local y dejan actuar con naturalidad, en un punto. Eso da una explicación.

Pero eso fue en los primeros tiempos, me parece, en este tiempo que vos estás tratando. Después se empezó a profundizar la tensión. Esto es una apreciación personal, no puedo profundizarte.

Vos coincidís mucho con Víctor Hugo en hacer esta separación entre los medios y los periodistas, es algo que lo ejerceis insistentemente ¿En base a qué experiencias personales, o profesionales, aludís a esta afirmación? A mí me interesa ver qué es lo que te toca desde lo personal.

Es que no sé si el análisis lo hago desde algo tan lo personal. Sí, porque creo en la convención del trabajado de prensa. Y me parece que tengo una mirada sobre la defensa del periodista como periodista. Y porque entendés, porque he trabajado toda la

vida, porque el periodismo por un lado es la profesionalización del periodismo, pero por el otro lado es un oficio. En donde vos te das cuenta de las bajadas de línea, las presiones editoriales, las presiones que ejerce el medio, y también por mi mirada jurídica y la disparidad que hay entre un trabajador y un empresario. Sacando las grandes firmas, las grandes caras del mercado, el resto son gente que labura, que tiene que pagar el alquiler y que le tiene que dar de comer a sus hijos.

Este argumento, bajo mi consideración, fue clave para la defensa de la ley en esta bruma difusa que desde los medios hegemónicos se iba construyendo, este es un argumento que toma Víctor Hugo que me parece que fue clave para la defensa de la ley, desde el sentido común, ¿cuál es tu visión?

Sí, sí, coincido. Desde entender el periodismo como un ejercicio al cual los periodistas tienen derecho. Porque si vos igualas al periodista con el medio, visibilizas al periodista e invisibilizas al medio. Crees que el mensajero, el ejercicio del periodismo se cierra en lo que él dice y no estás viendo que detrás de eso hay una empresa, monopólica, concentrada, que tiene acuerdos con los poderes y que genera relaciones, inclusive de pertenencia laboral. Después entran los matices, y si nos ponemos a analizarlos habrá, y digo, que los medios sean una cosa y los periodistas otra no significa que no pueda poner desvalor en ciertos ejercicios periodísticos que adhieren a la hegemonía mediática. Pero sigue siendo un trabajador de prensa. Por ejemplo, en mi trabajo en 6, 7, 8 trato de transmitir este discurso y creo que la mejor manera de transmitirlo es informando más que opinando. Porque el programa muchas veces se ensaña con ciertos periodistas por lo que dicen, y cuando vos escuchás lo que dicen la verdad que son barbaridades, presentadores de TN, por decir un caso, y a mí me parece que, yo siempre trato en mis columnas de correrme de esa mirada, a veces he criticado los informes, está bien; pero no es lo mismo el medio que el periodista. Dicho esto, lo que está diciendo es una barbaridad. O hablar del tema que está planteando, más que si lo dijo Lobo, lo dijo Sandra Borgi, o tal otro.

Sí, eso me parece que también fue clave. Apuntar al tema, lo que vos dijiste: de-construir la ley; o sea, apuntaron al contenido y no a quién lo dijo, de qué lado lo dijo, etc.

Exacto. Porque así podés tener la mirada de hacer foco en lo que es la Ley de Medios, que es la desconcentración del mercado. Si vos haces foco en los periodistas, estás haciendo foco sobre el contenido y la fortaleza de la ley es que no regula los contenidos. Pretende desregular sobre el mercado. Me parece que era central hacer esa diferencia.

Claramente el discurso dominante de los '90, amparado bajo el lema del "periodismo independiente", comienza a resquebrajarse en este nuevo período político al arribar la década pasada. En base a ello: ¿cuáles crees que fueron los principales desencadenantes de este descrédito, de esta hegemonía que tenía la idea de "periodismo independiente"?

Bueno, yo creo que los debates sobre la Ley de Medios. Creo que el kirchnerismo logró instalar en la sociedad lo que no logró con la 125. Logró instalar en la sociedad que Clarín era una fuerza política, que actuaba en términos políticos, con

candidatos electorales concretos. Y que para ejercer esa presión política instalaba falacia mediática. Esa frase que estaba reservada a las charlas académicas y que era: “atacan como partido político y se defienden con la libertad de expresión” quedó visibilizada, la sociedad la entendió. Me parece.

Me parece que un programa, como el de Víctor Hugo o 6, 7, 8 fueron claves para generar esa penetración. Fue un contra-discurso muy poderoso porque había un tiempo político que lo permitía. Y creo que la sociedad entendió que la pelea por la Ley de Medios era la pelea por la liberación de la palabra; por romper con esa hegemonía. En todo caso, aún adhiriendo a Clarín: saber quién era Clarín. Porque también, una de las cosas que a mí me interesaba decir, era que esta ley no iba a Clarín, por una cuestión de derrotar a un enemigo que es Clarín. Iba contra el dominio monopólico del mercado comunicacional. Y para eso había que visibilizar que en toda la región los medios hegemónicos ejercen poder político y representan a los intereses de la derecha. No es casual. Y una de las cosas que despertó colateralmente la ley de medios es la visibilización de la realidad mediática regional. Eso también era un discurso contracorriente de algunos periodistas en medios alternativos, en revistas, programas de derechos humanos, radios comunitarias. En la centralidad de la información eso no estaba. Y para mí fue siempre muy difícil instalarlo. El debate sobre la ley de medios, a mí en lo personal, en el programa de Víctor Hugo, me sirvió para instalar un montón de temas que tienen que ver con la comunicación entendida desde otros paradigmas que no son los del mercado comunicacional clásico; eso es, correrse de esa coyuntura. Y a través de esos contenidos contra-discursivos creo que se empezó a romper la hegemonía para gran parte de la sociedad, para toda la sociedad. En todo caso cada cual decide de qué lado ubicarse.

Ahora, ¿qué creés que aportó Víctor Hugo y ustedes como equipo en esta cobertura de descrédito?

Creo que Víctor Hugo..., la influencia de Víctor Hugo, la potencia de él, está en el hecho de que la gente no lo percibió como un kirchnerista fanático. Víctor Hugo ayudó al proyecto, al modelo y al plafón político de la Ley de Medios sin pertenecer al kirchnerismo. Quizás eso le da una fuerza y una credibilidad hasta para propios extraños. Los kirchneristas decían: “no es de los nuestros y sin embargo nos está ayudando como nadie”; y los que no eran kirchneristas y no eran tan radicales, decían: “mirá lo que está diciendo este tipo. Está bien, esto está bien”.

Su independencia periodística, independencia entendida como no pertenencia a intereses, su adhesión a estos temas, lo representado que se sentía por estos temas y la historia de Víctor Hugo con la espalda que tiene, con la fortaleza que tiene en su discurso hace como 30 años, generó una movilización importantísima. Me parece que fue él una enorme espalda para decir él lo que decía y en mi caso para tener un paraguas para poder decir todo lo que queríamos decir y con lo que yo quería comprometerme...; porque a veces hacíamos el juego de “yo no me voy a tirar hasta el fondo de la piletta y yo me tiraba al fondo de la piletta con determinadas cuestiones contra Clarín” y veces cargábamos ya mucho las tintas. Entonces yo creo que en otro contexto y con otro interlocutor, esto no hubiera sido posible. Por lo menos en Radio Continental. No hubiera sido posible. No hay posibilidad de que el discurso que nosotros tuvimos durante el debate de la ley de medios, el actual discurso, tenga cabida sin una espalda como la de Víctor Hugo.

¿Cuáles fueron los causales para resignificar este concepto de “periodismo militante”?

El término creo que lo instala Martín García, de Télam, durante su gestión, y él viene de una militancia peronista en los '70. Yo creo que adhiero a los hombres comprometidos con su tiempo. Me parece que el periodismo, lo que se visibilizó es que no está mal ejercer el periodismo ideológicamente, y eso es lo que podemos decir que es periodismo militante. Lo que pasa es que hay que poner en significado lo que realmente es “periodismo militante”. Si estamos hablando de militancia partidaria, bueno, habrá algunos periodistas que además serán militantes partidarios. En mi caso, y en el de Víctor Hugo, yo no me considero una militante partidaria. Me considero una periodista con ideología que se siente representada por este tiempo político. Yo diría: “yo adhiero al modelo, no soy militante”. Y creo que Víctor Hugo diría lo mismo. Y si eso se mira en términos periodísticos los ejes que te guían hacia donde no correrte, por donde ir y saber que no estás corriendo de esa mirada periodística, es la honestidad intelectual, la buena fe, el criterio y el profesionalismo. Eso convierte al ejercicio periodístico en profesional. Si uno por militancia, si yo perteneciera a una militancia orgánica entonces dijera: “Bueno, no voy a criticar la ley antiterrorista, por decir algo”, yo estaría renunciando al periodismo. A mí me parece que los periodistas, los comunicadores populares podemos ser militantes de otras causas. Yo te puedo decir que tengo una militancia de derechos humanos, una militancia en algunas cuestiones feministas, una militancia por la ley de medios; pero tiene que ver con adherir a posturas y hay que separarlo con lo que es la militancia partidaria.

¿Te sentís una persona libre?

Sí, sí..., sí. Sí, me siento una persona libre, ¿en términos periodísticos me estás preguntando?

Sí.

Sí, me siento una persona libre consciente del ejercicio de la libertad, de cómo ejercerla. Porque a veces uno se siente libre y en realidad vivís en una falacia. No es: “yo soy libre y hago lo que quiero”. Eso es una libertad entendida en términos..., entender la libertad no en términos capitalistas, estrictamente capitalistas ¿Se entiende lo que quiero decir?

Sí.

Hay un concepto de la libertad muy liberal capitalista que desconoce los procesos de qué es la libertad.

Si, la libertad de mercado que llevan a las frustraciones por ver si puedo o no medirme en el mercado...

Exacto, exacto. Y las experiencias de poder ejercer el periodismo en Cuba te dan otra mirada sobre la libertad. Sobre la libertad colectiva y sobre la libertad individual me parece que pasa. Yo adhiero a una libertad colectiva, entonces a veces esa libertad colectiva permite que a veces uno tenga restringidas libertades individuales. Al contrario

de lo que sería una mirada capitalista que va a priorizar la libertad individual sobre la libertad colectiva.

Para cerrar el círculo con el que habíamos comenzado: “¿qué aprendiste de Víctor Hugo?”

Aprendí el ejercicio del periodismo popular. Víctor Hugo es un tipo que ejerce el periodismo popular. A pesar de que va a la ópera, viaja por el mundo, nunca sus relatos son elitistas, nunca sus relatos son alejados de la gente. Entonces me parece que eso es lo más valioso que tiene Víctor Hugo. Tal vez su cercanía con la cancha, con lo popular de la hinchada lo haya penetrado en eso de lo popular. Yo aprendí a hacer el ejercicio de ejercer un periodismo popular.

Víctor Hugo es un mito popular, y eso es muy valioso. Primero porque entender las interacciones entre el mercado y el Estado es lo que te acerca o te aleja. Porque en definitiva estamos hablando de eso: estamos inmersos en el mercado y somos parte del Estado. Cuanto más cerca y más lejos estés del mercado y del Estado va a verse en tu ejercicio. Entonces corremos el riesgo, por micro mundos, por cierta proyección que puede darte esta profesión, de que el mercado te anule tu honestidad intelectual. El mercado no puede anular tu honestidad intelectual. Y para eso tenés que estás cerca del..., no quiero decir del concepto de “pueblo” porque queda muy abstracto, pero de la cercanía con la calle, con el territorio. Y Víctor Hugo nunca salió del territorio, no dejó de relatar Quilmes-Lanus, por darte un ejemplo. Si iba a ver un partido de San Lorenzo pasaba siempre por la Villa en donde estaba el padre Pepe ahí trabajando y tenía su cercanía.

¿Digamos que no perdió las raíces...?

Claro, exacto. Entender de dónde venimos. Si somos comunicadores populares no nos podemos convertir en clase media alta elitista. Sobre todo cuando te va bien, con un tipo como Víctor Hugo que le va bien, que le han pagado bien, que en términos objetivos de clase pertenece a la clase alta, pero su ejercicio es popular.

¿Es lo que molesta...?

Obviamente. Eso es lo valioso.

En varias entrevistas definiste que te formaste en dos carreras y que entendés al periodismo como un oficio. Hay un texto de García Márquez que plantea una polémica en la que se pregunta si los periodistas son o no artistas ¿Vos qué pensás al respecto?

Creo que el periodismo es un oficio y que necesita mucha capacitación. Y que la profesionalización del oficio ayuda al mejor ejercicio. Pero el ejercicio del periodismo no deja de ser un oficio, para el que tenés que estar formado y capacitado. Me parece que es prueba y error.

Yo no sé si es un arte. No sé si es un arte...

Es que esto va con la última pregunta, en la que Víctor Hugo define que el trabajo de su producción, de su equipo, él dice, que lo hacen con arte.

Es verdad, es periodismo con arte. Yo diría que si tenemos que meternos en los términos, en el lenguaje de Víctor Hugo que está muy mediado por el fútbol, diría que es un juego y hay que jugarlo lindo. Vos podés ejercerlo con conciencia de las palabras, podés ponerle arte al ejercicio del periodismo. Sí, sí... pero eso pasa con todo. Con todos los aspectos de la vida.

¿Y cuál es tu situación personal con respecto a eso, con qué creés que aportas a este “estado del arte”?

¿Qué apporto? Creo que mi trabajo periodístico tiene intensidad. Elijo las palabras, soy consciente de las que elijo, creo que las palabras no son inocentes, porque aparte somos las palabras que decimos, estamos contruidos de palabras y el periodismo, sobre todo radial, es pura palabra. Entonces me parece que elegir las palabras y ponerles una carga de intensidad, pero que detrás de ello haya una capacitación y un profesionalismo, hace un combo poderoso. La combinación de los discursos es lo que trato de aportar. El planteo intelectual, el planteo racional, el planteo híper-capacitado sin descuidar el lenguaje. Si uno logra, me parece que ese es el desafío de la comunicación y después que el otro entienda lo que vos querés decir, si uno logra combinar el discurso intelectual, el no tenerle miedo a transmitir ideas complejas pero con una carga de, sin descuidar la mística que tiene el ejercicio del periodismo, sin descuidar la mística que implica elegir una palabra sí y otra no, esa combinación hace que el discurso periodístico pueda ser un discurso poderoso.