

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/Medios-y-comunicacion-De-los-Balcanes-al-Aconcagua-la-misma-estrategia>

Medios y comunicación : De los Balcanes al Aconcagua la misma estrategia

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : vendredi 17 février 2017

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Jorge Luis Duperré recurre a una anécdota de la lejana Yugoslavia y la usa como alegoría para tratar de explicar las estrategias comunicacionales de autojustificación y acusación puestas en práctica por la alianza gobernante.

Alguna vez leí, no recuerdo dónde (y con esto renuncio a todo rigor historiográfico), que durante los crudos inviernos que asolaron a la Yugoslavia del mariscal Tito, fueron frecuentes las alteraciones de los datos climáticos, con el presunto fin de apaciguar el malestar que las bajas temperaturas provocaban en la población. Una iniciativa que habría sido llevada a cabo sobre la suposición de que la « sensación térmica » y, por ende, el estado de ánimo eran factibles de ser manipulados, independientemente de cuán hondo el frío « calara los huesos ».

Lo que a primera vista parece ser la evocación de una anécdota lejana quizá pueda servir aquí como alegoría para comprender de manera más cabal ciertas estrategias comunicacionales, puestas en práctica por la actual alianza político-mediática gobernante. En este sentido, es posible identificar una primera recurrencia discursiva en su relato : el intento de legitimación de un modelo económico a todas luces antipopular -al que economistas heterodoxos sintetizaron con la sigla « DA-DA » : devaluación, ajuste, deuda y apertura-, para lo cual esta administración ha sabido instalar en la opinión pública la idea de una "herencia pesada", que habría sido recibida de una gestión catalogada de corrupta, ineficiente y vetusta ; tal es el justificativo pregonado hasta la disfonía por el oficialismo.

Es que el deterioro en materia de empleo, salario real y consumo -sumado a un aumento considerable de la inflación, el déficit fiscal y la deuda pública- ha puesto en duda las promesas de crecimiento e inversión privada que el macrismo anunciara en campaña. Vencidos los plazos de estas promesas, ya no basta ni con la proclamación de un « tercer semestre ».

Ante este panorama adverso, la administración ha profundizado su estrategia comunicacional de autojustificación y acusación. Los ejemplos al respecto sobran, pero me interesa señalar una nota del diario Clarín -su más importante aliado (¿vocero ?)-, que apareció en la tapa del matutino el día 25 de enero pasado, cuyo tema abordado es quizá un indicio del lugar por el cual discurre hoy la discusión política que plantea la actual gestión. Bajo el título "Desmienten que el abogado de Cristina haya subido al Aconcagua", el artículo se ocupa de la refutación que, desde la gobernación de Mendoza, hicieron del supuesto ascenso de Gregorio Dalbón a la cumbre del coloso andino. Lejos de ser un hecho aislado, ésta es una de las tantas "noticias" que cotidianamente ocupan un espacio relevante en la agenda periodística nacional. Problemática que hace resucitar viejos interrogantes acerca de cuál es el criterio para determinar lo que amerita ser « noticiable » y lo que no ; o qué información es relegada del espacio finito de la agenda, cuando aparecen asuntos de dudosa relevancia social.

Otra estrategia recurrente en el relato oficial es la tergiversación flagrante de aquellos indicadores que reflejan los costos sociales derivados de la política económica. Basta con un breve repaso por los monótonos titulares que han poblado las páginas de la prensa oficialista en las últimas semanas : « Leve repunte del empleo en la última parte del año pasado » (La Nación, 26/01/2017) ; « Confirmado : la economía registró una recuperación sobre el cierre de 2016 » (El Cronista Comercial 27/01/2017) ; « Señales de vida en la economía : subió 1,4% » (Ambito Financiero 27/01/2017).

Lo que no explican estos celebratorios anuncios -cuya intención es la de asear la imagen pública del negociador buitrista y el ex columnista de TN, tras el arribo de ambos a la desdoblada cartera de Finanzas y Hacienda- es que el supuesto repunte económico se debe a una mayor actividad sólo en el sector agrícola, pues la industria en diciembre pasado sufrió una caída del 2,3% interanual, lo que se suma a una tendencia negativa de 11 meses

consecutivos (Indec). Este dato no es menor, pues refleja claramente la reprimarización de la economía que viene transitando la Argentina (lo que inevitablemente se traduce en aumentos de la tasa de desocupación y de la desigualdad en la distribución de la riqueza).

A la usanza (aparente) de los meteorólogos yugoslavos, la vernácula corporación mediático-gubernamental se empecina en narrar una realidad que contrasta con la cada vez más hostil cotidianidad que transita el ciudadano « de a pie » ; un recurso perecedero -y complementario de la doctrina coercitiva-, orientado a mantener el « termómetro social » dentro de los parámetros que le garantice gobernabilidad, sin que esto suponga renunciar a su programa de ajuste. En este marco, pareciera que la meta de « pobreza cero » no se encaminase más que a reducir el grado de conflictividad de los más vulnerables a un valor nulo (0 °C).

Jorge Luis Duperré * para [Página 12](#).

***Jorge Luis Duperré**. Docente de la Universidad Nacional de San Luis.

[Página 12](#). Buenos Aires, 8 de febrero de 2017.