

La espectacularización mediática de la política en Argentina: elecciones presidenciales/2011

Josuel Mariano da Silva HEBENBROCK¹

Resumen

En los períodos electorales, la política profesional se presenta en los medios ante las grandes mayorías como distanciamiento y espectáculo; como publicidad, farándula y saturación. La construcción teórica de este texto gira en torno de los conceptos, espectacularización y política. El debate es construido a partir de colocaciones de autores como: Schwarzenberg (1978), Baudrillard (1995) y Gomes (1995). No se puede negar la importancia de discutir este tema sobre todo, porque los medios de comunicación se han convertido en esenciales para el proceso político y la democratización de un país, como también porque 2015 es año electoral en Argentina. La problemática de este texto es situar la política en el campo mediático y hacer con que los ciudadanos-electores se der cuenta del impacto de estos medios en el proceso de consolidación de la ciudadanía.

Palabras Claves: Espectacularización. Política. Argentina. Medios.

Abstract

During elections periods, professional policy appears in the media before the vast majority as distancing y spectacle such as advertising, trade show y saturation. The theoretical construction of this text revolves around the concepts, political and spectacle. The debate is built from placements authors as Schwarzenberg (1978), Baudrillard (1995) and Gomes (1995). There is no denying the importance of discussing this issue mainly because the media have become essential to the political process and the democratization of a country, and also because 2015 is an election year in Argentina. The problematic of the text is place the policy in the media field and make voters realize the impact of these media in the process of consolidation of citizenship.

Keywords: Spectacle. Policy. Argentina. Media.

¹ Doctorando en Comunicación Política de la UPF - Universitat Pompeu Fabra/Barcelona – España y profesor de Periodismo, Publicidad y Propaganda de la UNIFAVIP/DeVry - Caruaru/PE. E-mail: mariano.hebenbrock@gmail.com

Introducción

El siguiente texto tiene como objetivo analizar la Espectacularización de la política en el ámbito de las elecciones presidenciales de Argentina/2011, por lo tanto, el artículo se encuentra en la talla de la Comunicación Política. El texto destaca una contribución teórica. En el punto 2 varios teóricos discuten sobre el concepto de espectacularización en la política. Punto de vistas son confrontados como las ideas de debordianas. Otro autor que apoya las ideas de Debord (1997) es Baudrillard (1995), el cual afirma que todo en la actualidad fue resumido a la lógica del mercado.

Otros puntos de vistas son presentados por Colling (2000) y Lipovetsky (1989), defensores de la espectacularización de la política. Para Colling, no hay cómo ve el mundo actual sin las imágenes mediadas. Ya Lipovetsky condena la forma apocalíptica de Debord y Baudrillard ve el espectáculo. El apartado teórico cuenta también con el apoyo de: Gomes (1995), Rubim (1994) y Sfez (1991). El capítulo 2 aún está dividido en dos subcapítulos. El tópico 2.1 tratando términos discursivos utilizados por los Kichners. Términos como, pasado/presente, renacimiento, cambio y ellos/nosotros son utilizados, para que puedan si diferenciar de las otras legislaturas. El punto 2.2 muestra ejes concretos donde la espectacularización puede ser vista en dos ejemplos: Islas Malvinas y Papel Prensa. El texto también se ha producido con entrevista, análisis de periódicos y revistas. Por fin la conclusión, donde discusiones prácticas-teóricas que permearon este trabajo son presentadas.

1 Aporte Teórico

La forma espectacularizada de hacer política no es algo nuevo, tampoco es privilegio de líderes sudamericanos (Dilma, Cristina, Correa o Maduro) para conducir sus formas de gobernabilidades. Esa técnica teatral es utilizada para ascender a visibilidad de los medios de comunicación, que buscan a través del espectáculo sensibilizar al público. Schwartzberg (1978), relata que la política no siempre fue concebida a través de ideas y nos muestra que el espectáculo era una de las pasiones de Luís XIV.

Los monarcas no escaparon a esa pasión por el espectáculo. Luís XIV danza en algunos bailes ejecutado en su corte y muchas veces toma parte en los divertimentos reales presentados en Versalles. En 1664, cuando se representaba la Princesa de Édila, el rey vestido en una ropa dorada, se presenta en el mismo cortejo que Du Parc, vestida en una ropa centelleante verde. (SCHWARTZENBERG, 1978, p.128).

Otro autor que estudió el espectáculo en el periodo monárquico fue el estudioso, Apostolides (1993). Él explica que el espectáculo atrae y disimula al mismo tiempo. Un trabajo académico que puede ser analizado y trata de ese eje es del autor Alfonso de Albuquerque (1992), donde él confirma que el espectáculo no es una gran novedad para la sociedad contemporánea. En su trabajo, él cita el texto, “Negara: El Estado-teatro en el siglo XIX”, del autor Clifford Geretz, relatando el espectáculo en la política balinesa. En Bali, el gobierno no tiene interés en acumular poderes y sí en promover espectáculos a través de cremaciones, consagraciones de templos y peregrinaciones.

Antes de adentrarnos en temas políticos específicos como; los 30 años de la Guerra de las Islas Malvinas: el reclamo a la ONU y el Papel Prensa con sus espectacularizaciones en los medios masivos de comunicación buscaremos explicar el papel del espectáculo político dentro de la sociedad contemporánea. Por lo tanto, tomamos como base el artículo de Leandro Colling (2000)² donde él explica el sentido de ese concepto.

El término espectáculo político se refiere a las actividades públicas que se ofrecen a los ojos de un público espectador, como instrumento de análisis. El espectáculo político designa una situación en la cual, el hecho de algo ser mostrado para un público espectador se torna crecientemente interpretado y evaluado como previa condición de su importancia política. (COLLING, 2000, p.62).

Para este autor no hay dudas que el espectáculo no es sólo una característica de la sociedad contemporánea, pero en la actualidad, ese recurso político tiene características peculiares. Y, además, explica que el hecho de siempre haber existido, no significa que el espectáculo no tenga importancia en el análisis de la sociedad. Para uno de los más nobles de los estudiosos de ese concepto, Gay Debord (1997), el espectáculo está en todos los lugares, en todos los sectores de las sociedades, porque para él, los hombres dejaron de vivir la vida directamente y la vida se tornó una representación.

² Leandro Colling (2000). O conceito de Espectáculo e o Telejornalismo. As Eleições 98.

Colling (2000) explica que en esa percepción de Debord reside un divisor de agua, porque para ese autor, la representación es un concepto importante para entender su pensamiento. “En el espectáculo, una parte del mundo se representa delante del mundo y le es superior. El espectáculo no es más que el lenguaje común de esa separación.” (DEBORD, 1997, p.23). El mismo autor también explica que: “el espectáculo es una forma de sociedad en que la vida real es pobre y fragmentada, y los individuos son obligados a contemplar y a consumir pasivamente las imágenes de todo lo que le falta en su existencia real.” (1997, p.15).

Otro autor que es compatible con las ideas debordianas es Baudrillard (1995), que aun sin tener directamente el espectáculo como su objeto de estudio, él defiende que todo fue reasumido por la lógica del mercado;

No sólo en el sentido de que todas las funciones, todas las necesidades se encuentran objetivadas y manipuladas en términos de ganancia, pero aún en el sentido más profundo de que todo es espectacularizado, o sea, evocado, en imágenes, en modelos consumibles. (BAUDRILLARD, 1995, p. 2005).

Colling (2000), como un defensor de la espectacularización de la política, crítica el posicionamiento de Debord, y consecuentemente de Baudrillard, asocia su forma de pensamiento a Lipovetsky (1989) al afirmar que:

No hay como vernos en el mundo contemporáneo sin las imágenes mediadas, sin la representación que él [Debord], tanto critica. Eso tal vez, fuese posible en otras sociedades, pero no en la contemporánea. Hoy, la realidad es hecha y presentada en la convivencia física y en la vivencia existente en el espacio virtual. (COLLIG, 2000, p.58).

Gilles Lipovetsky (1989) condena la forma apocalíptica de Debord y Baudrillard de ver el espectáculo y defiende que la pretensión social no está en juego y sí la sed de imágenes y de espectáculos. Traduciendo eso, para dentro del periodismo, el autor define el periodismo espectacular de una u otra forma, aproximándose a nuestras necesidades analíticas.

El periodismo televisivo oscila de lo anecdótico al thriller, es inseparable del placer del ojo, de la representación directa, de la estimulación hiperrealista. No hay información sino un caleidoscopio de las imágenes, es el reino de la cinta imagen, del efecto visual: el teatro visual colonizó el periodismo televisivo. (LIPOVETSKY, 1989, p.232).

Otro punto en que Lipovetsky (1989) no está de acuerdo con Debord es en relación a la pasividad del telespectador. En la visión del primer autor, todavía es posible comunicar y raciocinar y que el público en la condición de espectador no sea insignificante.

Wilson Gomes (1995) también trabaja con el concepto de representación para entender la espectacularización. El autor desmiembra dos formas de Ficción, una teatral y otra ficción de acción a través de la narración. Gomes concluye que el espectáculo está más próximo de la ficción, por otro lado, la representación está vinculada a la producción de emociones en el ánimo del espectador. Sfez (1991) nos explica, cómo es esa aproximación entre el espectáculo y la ficción. Para ella, el espectáculo supone una posición de longitud entre el espectador y la escena, pero al mismo tiempo nos incluye en la propia escena y nos lleva a creer en esa inclusión. Pero se sabe, que la conexión entre el emisor lejano y el espectador sólo es posible a través de la electrónica y de dispositivos complejos.

Sfez (1991) aun critica la forma cómo ese intermediario tecnológico (Televisión) se presenta delante del espectador. Como ejemplo de simulación, la investigadora utilizó una ceremonia del Papa en Polonia y los polacos. En cuanto los polacos reciben al Papa en su país, el resto de fieles católicos lo reciben en su casa a través de su televisión, el cual se presenta de una forma espontánea (simulacro).

Observando esa corta presentación bibliográfica podemos dividir los autores en dos grupos. El primero, formado por aquellos que ven el espectáculo como algo malo y, el segundo, formado por „positivistas“, aquellos que perciben el lado necesario de ese dispositivo. Pero, los dos grupos concuerdan que el espectáculo político contiene una porción de representación, de simulación y de teatralización. La divergencia se encuentra en los efectos que la representación causa en la sociedad y la política. Para los estudiosos del espectáculo, eso no anula la retórica que por muchos siglos tuvo su importancia en la forma de hacer política. Pero en la sociedad contemporánea de acuerdo con Rubim (1994) le parece que la mediación de las imágenes es más necesaria para captar la atención de la población.

Gomes (1995) aconseja a la política de nuestro tiempo a rever o abandonar sus procedimientos tradicionales y a buscar otras estrategias de enunciación y presentación, pero más adecuadas a la lógica de los medios. Con ese pensamiento Gomes recibió

algunas críticas, porque él agrega que; “los *mass media* pueden dispensar la política, pero la política no pueden prescindir de los *mass media*.” (GOMES, 1996, p.31). Para ese autor el espectáculo se tornó esencial para la nueva comunicación política.

1.1 Términos Discursivos - Los Kirchner

Teniendo esa referencia, analizaremos como los medios y la política trató o viene tratando temas como: Islas Malvinas y Papel Prensa bajo la óptica del espectáculo en la coyuntura-Kirchner. El 25 de mayo de 2003, Néstor Kirchner pronunció su discurso de Asunción y destacó algunos elementos que permanecerían por años en su legislatura. En 2007 y 2011 la presidente argentina, Cristina, también se valió de los mismos recursos y muchos de ellos fueron representados por los medios.

Entre dichos elementos o conceptos, el más mencionado fue el de „cambio“. Enfatizó la diferenciación con el pasado y la propuesta de un cambio, o „renacimiento“. En su discurso hablaba siempre del pasado relacionado con el fracaso o el final de una época, refundar. Otros términos discursivos utilizados por Crisstina, cuando hablaba sobre la implantación del nuevo modelo económico eran; ajuste, inequidad social y corrupción. Curi (2010) analizando el montaje del espectáculo para la construcción del poder kirchneriano, encuentra dicotomías como: Nosotros-Ellos.

El „nosotros“ era definido de manera más difusa, mientras que había un primer „ellos“ claramente identificado con la clase empresarial local enriquecida al calor de los noventa, la banca privada (nacional y extranjera) y los organismos internacionales de crédito. [...] También había un segundo „ellos“ asociado a las fuerzas militares y de seguridad comprometida con la represión ilegal que se constituirían en responsables. (CURI, 2010, p. 98-99).

Con respecto a la deuda externa, el discurso apelaba a términos como „dignidad nacional“, el discurso relacionó el pago de la deuda al crecimiento, y se lo supeditó a la solución de los problemas internos más urgentes. La intención presidencial de demostrar autoridad frente a otros actores institucionales y diferenciarse del pasado puede ser vista, cuando Kirchner visita la Universidad Nacional de la Matanza y señala:

[...] Hay algunos que cuando nos ven trabajar dicen que estamos generando muchos frentes a la vez. Yo no vine a dormir en el sillón de Presidente. Por eso no es que estemos generando muchos frentes, estamos trabajando sobre

todos los frentes porque son muchos los dolores que tienen los argentinos. Entonces yo no vine a esquivar los problemas, están los problemas, a vencer los problemas y a recuperar la esperanza en una Argentina diferente (...) vienen aires fuertes del Sur, para limpiar lo que haya que limpiar. No voy a pactar con la corrupción ni con los corruptos. Si tiene que venir una Argentina absolutamente diferente. (...) Vamos a estar resolviendo todo lo que dijimos durante la campaña electoral.³ (NÉSTOR KIRCHNER, Universidad Nacional de la Matanza el 12.7.2003).

A través de la idea „fuerza“ en torno a los ejes pasado-futuros y ellos-nosotros, el presidente, Néstor Kirchner consiguió montar sus espectáculos y llamar la atención de los medios⁴, como también definir su propio estilo presidencial.

1.2 Ejes de espectacularización: Malvinas y Papel Prensa

Uno de los ejes que resurgió, tanto con Néstor como con Cristina y que toma proyección internacional con derecho a reclamo oficial en la plenaria de la ONU, y manifestaciones en la Plaza de Mayo es la reintegración de las Islas Malvinas. Ese tema tomó una proporción de grandeza después de la implementación de la democracia 1983, pero con los Kirchner es tratado como una dignidad nacional, puesto en la carpeta de agenda internacional Argentina.

Imagen 4: Cristina Kirchner en la ONU



Imagen 5: Rodolfo Barrili en las Malvinas



Fuente de la imagen 4: <http://www.youtube.com/watch?v=_mCsnd7nUAc&feature=related>

Fuente de la imagen 5: <<http://www.youtube.com/watch?v=EKiegEFlvhl>>⁵

³Visita a la Universidad Nacional de la Matanza el 12.7.2003. Disponible en: <http://www.casarosada.gov.ar.index.php?option=com_content&task=view&id=3977&Itemid=120>

⁴ Como referencia de espectáculo podemos ejemplificar: la resolución del conflicto docente en Entre Ríos, Renovación de la Corte Suprema y Relanzamiento de la Agenda de Derechos Humanos.

⁵ Las imágenes fueron captadas y acezadas en: 6.8.2012.

Cristina en su discurso 14.6.2012 en la plenaria de la ONU en el comité de descolonización habló sobre la soberanía de las islas y la integridad nacional. El discurso también conmemoraba los 30 años del término de la Guerra de las Malvinas. Un punto criticado por los medios en Argentina fue la aproximación de la base gubernista con los adversarios políticos. La comitiva presidencial que llegó a Nueva York fue formada por Ministros, Diputados Nacionales e ex-militares reformados de la Guerra de las Malvinas. Después de hablar sobre los avances hechos por su esposo, muerto en 27.10.2010, como, la reducción de la pobreza y el aumento en los puestos de trabajo, ella se valió de las mismas técnicas de su marido haciendo comparaciones entre [pasado-presente] y ha mostrado los datos antes de 2003 y los datos actuales.

Aprovechando la oportunidad también no dejó de manifestar sus opiniones al respecto de la situación política-territorial de la Palestina y pidió al consejo de la ONU, más tranquilidad y diálogo en lo que se refiere al caso de la AMIA⁶. Los críticos de la presidenta reconocen esa postura como una estrategia política para juntar adeptos a sus intereses internacionales. Para los medios de comunicaciones argentinos ese acto representativo de los 30 años del fin de la Guerra ya forma parte del calendario nacional.

Varios canales de televisión abiertos o pagos pusieron en su estructura de programación algo especial sobre las Malvinas. Fueron documentadas varias manifestaciones. La Telefe publicó el documental: Malvinas, una herida abierta, ya la Televisión pública, ponía en el aire, Malvinas, a 30 años: los debates necesarios. El noticiero, Telefe Noticia a las 20h abría su programación con la llamada: Malvinas, tierra de los argentinos, haciendo una alusión a las tierras que los ingleses llaman Falkland. Varias fueron las materias periodísticas publicadas en los medios impresos. De acuerdo con el reportero del Clarín (15.6.2012), Guido Brasiavsky, “la actual crisis diplomática de las Malvinas puede ser considerada una estrategia de los Kirchner para desviar la atención de la opinión pública de la crisis que vive actualmente el país.” Para el reportero eso puede ser una maniobra igual a la que fue hecha en la dictadura.

⁶ El caso AMIA fue un atentado terrorista con coche bomba sufrido por la comunidad judía en Buenos Aires - Argentina en 18 de julio de 1994.

Para Ventura (LA NACIÓN: 15.6.2012) toda esa manifestación no pasa de un teatro político-mediático, en busca de apoyo del público, algo que Curi (2010) llama *going public*.⁷

Los Kirchner saben que el pueblo está lejos del gobierno y que la sociedad argentina no se deja llevar por el tema de las Malvinas como ocurrió hace 30 años. Hoy las Malvinas son un problema de política internacional. La situación puede ser útil para Cristina porque la pone en la agenda mundial, puede ser útil a otros países de la América Latina para mostrar que ellos tienen fuerza para crear un bloque. Pero no creo que el gobierno quiera despertar la garra argentina con las Malvinas. El problema del pueblo argentino está en la censura, en el desempleo y en la inflación. (VENTURA: La Nación, 15.6.2012).

Otro punto importante, donde se puede observar la espectacularización de la política en conjunto con los medios es con el eje, Papel Prensa⁸. Tema que no necesitaba ultrapasar las fronteras argentinas, caso el tema fuera tratado como cuestión económico-política interna y no como estrategia electoral agrediendo derechos constitucionales, como la Ley Libertad de Expresión.⁹

De acuerdo con los periodistas (representantes de los medios) la intención del Gobierno al asumir el control mayoritario de la empresa „Papel Prensa“ es controlar la libertad de expresión e intimidar la ley de prensa. Ventura (2010) dejó claro que la confrontación entre el gobierno y la prensa empezó en 2007. En octubre de 2009 fue sancionada una parte de la ley de los medios y por el motivo del artículo: 161 fue vetada su total plenitud. El artículo expresa que:

⁷ Según Curi (2010) la estrategia *going public* fue usada durante los primeros meses del gobierno de Néstor Kirchner, ante la fragilidad de su triunfo en las elecciones presidenciales, la lejanía de las elecciones de medio término y fundamentalmente la falta de recursos institucionales y partidarios. Kirchner salió rápidamente a conquistar a la opinión pública de manera de saldar por una vía alternativa su debilidad en las arenas partidarias y parlamentarias.

Sorj (2010) hablando sobre poder y medios de comunicación explica que los Kirchner se utilizan de una práctica generalizada del *going public*, o sea, ellos interpelan el público con discursos altamente ideológicos (conteniendo puntos interpretativos, clasistas o populistas) sobre los medios de comunicación y la prensa. Sorj muestra que esos discursos, mayoritariamente están presentes en intervenciones públicas presidenciales y los periódicos son encuadrados y mostrados como actores ligados a intereses de clases o grupos privilegiados.

⁸ En entrevista al autor de ese trabajo, Bessera (2011) afirma que “El Papel Prensa” es una empresa privada existente hace 30 años y que vende papel a 170 diarios de todo el país.

⁹ Según el profesor de la Universidad de Buenos Aires, Gregorio Badeni (2003), la libertad de expresión y la libertad de prensa como especie de ese género, es la libertad que aparece más veces enunciada en la constitución nacional. A veces en forma expresa, a veces en forma implícita. Varios son los artículos que tratan sobre ese derecho. Algunos artículos son fuentes directas de la constitución de 1826, 1833, 1853, 1859, 1860. Otro fue incorporado en la revisión de 1994.

Los titulares de licencias de los servicios y registro regulados por esta ley que al momento de entrada en vigencia de esta ley [...] fueran titulares de una cantidad mayor de licencias deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un año. (GABRIEL MARIOTO, La Nación, 17.8.2011).

Según el gobierno, el artículo 161 se refiere a la desmonopolización de los medios. Con eso, entre las empresas de comunicación argentina, las que más pueden sufrir son, los grupos Clarín, La Nación y la Editorial Perfil, que en la visión de Becerra (2009), tenían que vender parte de sus conglomerados. Los ataques por el tema „Papel Prensa“, parte tanto de los medios como de la política. Para los políticos, la empresa „Papel Prensa“ debe estar en manos del Estado como forma de una mejor división de la materia prima entre los medios, dando así una multiplicación de voces en Argentina y que esa actitud es sustentada por la población argentina. Timerman¹⁰ en una entrevista al periódico uruguayo, explica que tras la victoria por más del 50% de los votos que obtuvo Cristina en las primarias es una señal de que la población está a su favor. En ‘La República’ deja claro que, “Muchos medios se olvidan de su objetivo de informar y tratan de utilizar su presencia en la sociedad para destituir a ese gobierno”. (TIMERMAN, La República. In: La Nación 23.8.2011, p. 7).

Para los periodistas, eso es una maniobra política del gobierno para controlar los medios y disminuir el poder de la prensa. Ventura (2010) en una entrevista con la revista brasileña, „Época“ explica que los Kirchner siempre critican a los medios, acusándolos de mentirosos. En la entrevista, Ventura recuerda la inspección fiscal sufrida por el grupo „Clarín“ en septiembre de 2009.

Fue una clara intimidación. No era una inspección para controlar las condiciones de trabajo o las cuentas. No había una acción concreta contra el periódico. Al final, la investigación no sirvió para nada, apenas para servir como ejemplo para el resto de la prensa que si el Clarín había sido inspeccionado otros periódicos también podrían venir a serlo. (VENTURA, Época: 1 de marzo de 2010).

Todavía sobre el tema „Papel Prensa“, Fontevecchia, propietario del Grupo Perfil explica en una entrevista al Site Folha/UOL que el fundador de la empresa „Papel Prensa“ fue la editorial brasileña Abril y que tenía la función de publicar la revista Abril en Argentina. Pero, la violencia de los años setenta y las amenazas de bombas en las

¹⁰ Ministro de las Relaciones Exteriores del Gobierno de Cristina Kirchner.

redacciones asustaron a los brasileños y ellos decidieron vender la empresa a la multinacional noruega Norske. Para el empresario, el poder del grupo Clarín en Argentina es tan grande, como Globo en Brasil, ese es el motivo principal, porque el gobierno intenta a todo costo dismantelar ese monopolio. En la entrevista, Fontevecchia no critica el gobierno y hasta confirma que la acción de los Kirchner de controlar el Papel Prensa en nombre de una polaridad de voces es una buena idea pero, en realidad el gobierno Kirchner es un maestro sofisticado en ese tipo de maniobra. “Lo que ellos quieren es agarrar una parte de ese poder y repartir con sus amigos.” (FOLHA/UOL, 22.12.2011).

De acuerdo con lecturas de periódicos, páginas web, revistas y acompañamiento de algunos debates políticos, lejos está de ser concluida la escena espectacularizada: Papel Prensa / Kirchner. La discusión ya tomó proporción internacional porque aun cuando se habla de frenar la libertad de prensa, los organismos internacionales como; SIP- Sociedad Interamericana de Prensa¹¹ buscan siempre mediar los conflictos.

Conclusión

En este artículo, mostramos la discusión sobre la espectacularización mediática de la política juntamente con ejemplos concreto que pasaron de debates constructivos a ejes espectacularizados. El aporte teórico mostró que el espectáculo político no es algo reciente, tampoco es privilegio de líderes sudamericanos, como: (Dilma, Cristina, Correa o Maduro) para implementar sus formas de gobernabilidades. De acuerdo con Schwartzberg (1978) los tiranos ya utilizaban fiestas populares en beneficios de sus propagandas desde el siglo VI a.C. Los teóricos utilizados en este capítulo concuerdan que el espectáculo político contiene una porción de representación, de simulación y de teatralización.

En Argentina, observamos que la espectacularización de la política no está apenas en los discursos o palabras proferidas por los candidatos, como: fuerza, ellos/nosotros o pasado/presente. Muchas veces son desarrollados temas que puedan

¹¹ De acuerdo con relato de la SIP (2011) la libertad de prensa en Argentina está deteriorada. <http://www.sipiapa.org/v4/>. Acceso en: 10 de Agosto de 2012. Otras organizaciones que contemplan el problema en Argentina por falta de libertad de prensa y expresión, son: AIR- Asociación mundial de periódicos y editores y FIPP - Comité Mundial de Libertad de Prensa.

tener potencial de visibilidad, como Islas Malvinas y Papel Prensa. Como afirmó Ventura (2012) toda la manifestación en torno de las Malvinas, no pasa de un teatro político-mediático, en busca de apoyo del público.

Referencias

ALBUQUERQUE, Afonso de. **A política do espetáculo**. In: Dimensões. Rio de Janeiro. 1992.

APOSTOLIDÉS, Jean-Marie. **O rei-máquina**. Espetáculo e Política nos tempos de Luís XIV, Rio de Janeiro: José Olympio, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa, Antropos. 1991.

_____. **A Sociedade do Consumo**. Lisboa; Elfos Editora, 1995.

BECERRA, Martín, MASTRINI, Guillermo. **Los dueños de la Palabra**. Buenos Aires. Prometeo Libros, 2009.

BRASIAVSKY, Guido. **Crisis Diplomática**. Clarín, 15.6.2012. Disponible en: <http://www.clarin.com/politica/Cristina-ONU-organismo-reclamo-Malvinas_0_970103025.html> Visitado en: 18.09.2013.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**: seguido de A influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

COLLING, Leandro; RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Cobertura jornalística e eleições presidenciais de 2006 no Brasil**. In: ALAIC-2006.

_____. (2000). **O conceito de espetáculo e o telejornalismo**. A seca e os saques do Nordeste no Jornal Nacional e as Eleições 98. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). Mídia e Eleições 98. Salvador, FACOM Edições, 2000.

CURI, Carlos Alberto. **Néstor Kirchner: la construcción de poder 2003-2005**. 1ª.Ed., Buenos Aires, Mesa Editorial, 2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.

FONTEVECCHIA, Jorge. **Papel prensa**. Site Folha/UOL, 22.12.2011. Disponible en: <<http://www.m.folha.uol.com.br/mundo/1024716-empresario-critica-atitude-do-governo-argentino-contra-midia-independente.html>> Visitado en 22.01.2012.

GABRIEL Marioto. **Ley de los medios**. La Nación, 17.8.2011. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/ley-de-medios-t48532>> Visitado en: 04.10.2013.>

GOMES, Wilson. **Theatrum politicum 1**. A encenação política dos mass media. In: A encenação dos sentidos, mídia, cultura e política. Rio de Janeiro: Diadorim. 1995.

KIRCHNER, Néstor. **Visita a la Universidad Nacional de la Matanza** el 12.7.2003. Disponible en:

<http://www.casarosada.gov.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=3977&Itemid=120> Visitado en 22.10.2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. **Comunicação espaço público e eleições presidenciais**. In: Comunicação e Política, Vol. 9. São Paulo: 1994.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. **O estado espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

SFEZ, Lucien. **A comunicação**. Lisboa. Epistemologia e Sociedade, Instituto Piaget. 1991

SORJ, Bernardo. **Poder político e meios de comunicação**: da representação política ao reality show. São Paulo. Editora Paz e Terra, 2010.

TIMERMAN Héctor. **Las primarias**. La República. Disponible en: <<http://www.larepublica.pe/11-08-2013/argentina-oficialismo-lidera-elecciones-primarias-a-nivel-nacional>> In: La Nación 23.8.2011, p. 7. Visitado en 08.10.2013.

VENTURA, Adrián. **Teatro político-mediático**, La Nación, 15.6.2012. Disponible en: <<http://www.lanacion.com.ar/autor/adrian-ventura-9>> Visitado en: 02.09. 2013.

_____. **Liberdade de imprensa**. Época: 1.03.2010. Disponible en: <<http://www.revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EFA0-15251,00.html>> Visitado en 02.09.2013.

Entrevistado:

Martin Becerra, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 09 de oct.2011.