



La política farandulizada

Apuntes sobre el proceso de farandulización de la política durante la década del 90 en Argentina: La figura del expresidente Carlos Menem en la televisión.



Por Natalia Gigliotti, Luciana Actis
y Fernando Belletti
Universidad Nacional
de Entre Ríos (Argentina)

En el inicio, partimos de pensar la figura del expresidente de Argentina recientemente fallecido, Carlos Menem, desde el humor, interpretando que se utilizaban recursos humorísticos para construir su figura pública en los medios, especialmente en la televisión, lo que guardaba una estrecha vinculación con una idea de frivolidad de la política y de la función pública. Sin embargo, notamos que junto al discurso humorístico existían otros mecanismos y recursos que impactaban decididamente en este proceso de degradación de la función pública en particular, pero también de la política en general, y vislumbramos también que, el humor en sí, no necesariamen-

te frivoliza el tratamiento de la política. Fue así que decidimos dar un giro hacia un aspecto más interesante y profundo, partiendo del fenómeno de la farandulización de la política en los 90 en Argentina.

Farandulización de la política en televisión

La televisión se ha caracterizado por ser uno de los medios más cambiantes, influido por evidentes avances tecnológicos, la ampliación paulatina y sostenida del espectro de frecuencias, la creciente incorporación de usuarios al medio y, por supuesto, las transformaciones en los modos de producción de contenidos. Desde la segunda mitad de la década del 80, y de forma acelerada en los 90, la TV se transformó en cotidiana, permanente e inevitable: estaba en el interior de las casas y también en los lugares de paso de los ciudadanos –y aún sigue estando–. Se convirtió en el escenario del espectáculo permanente.

Es justamente en este escenario donde entra en juego el tratamiento de la política y su consecuente farandulización en la televisión a partir de la década del 90 en



Argentina, propiciando que los funcionarios políticos, encabezados por el Presidente de la Nación, se convirtieran también en personajes de la farándula. En nuestra investigación encontramos que las características de la farandulización de la política se manifiestan en aquellos momentos televisivos donde la división entre lo institucional y lo mediático se desdibuja. El expresidente Carlos Menem solía mostrarse en diferentes programas de televisión realizando actividades que no concernían a su investidura y cargo; pero principalmente, eran sus actitudes frente a las cámaras las que lo convertían en un miembro de la farándula.

La coyuntura social y política argentina de los 90, crecientemente videopolitizada, explica en gran parte este fenómeno. En términos de Giovanni Sartori, se trata de una centralidad de la imagen en la vida política de los ciudadanos, “que implica

una transformación de cómo «ser políticos» y de cómo «gestionar la política»” (Sartori, 1998: 66). En un país bajo un gobierno de marcado corte neoliberal, como lo fue el de Menem, la instalación de la videopolítica se acentuó. Teniendo en cuenta que la política en sí es un concepto abstracto y que la sociedad argentina era –y sigue siendo– altamente visiva, la televisión se encargó de trasladar el concepto a imágenes. En palabras de Sartori, “la televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (Sartori, 1997: 47). La televisión argentina de los 90, construyó una imagen frívola del presidente y sus funcionarios y, por extensión, del abstracto concepto de política: “Actualmente, el pueblo soberano «opina» sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar. Y en el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en

el centro de todos los procesos de la política contemporánea”, sostiene el autor italiano, y, párrafo más adelante, añade que “la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. Además, la televisión condiciona, o puede condicionar fuertemente el gobierno, es decir, las decisiones del gobierno: lo que un gobierno puede y no puede hacer, o decidir lo que va a hacer” (Sartori, 1997: 66).

Las características de la farandulización de la política se manifiestan en aquellos momentos televisivos donde la división entre lo institucional y lo mediático se desdibuja

En ese contexto, sumado a las consecuencias de la aplicación de políticas neoliberales que concentraron los medios de comunicación, especialmente la televisión, en pocas manos, se fue generando una crisis de representación política.

Luego de la campaña presidencial que lo llevó a la Casa Rosada, el flamante presidente comenzó paulatinamente a

reemplazar el discurso político inherente a su investidura, por apariciones periódicas en programas televisivos con alocuciones chistosas, interactuando con actores, actrices y personajes de la farándula desde el mismo lugar que ellos. Esta situación “borraba” el carácter presidencial de la figura de Menem, y lo convertía en parte del medio televisivo como un personaje más, vaciando de contenido su investidura. Y este vaciamiento estaba reforzado por el hecho de que Menem, tanto en su carácter de presidente como en el de parte de la televisión no propiciaba ni invitaba al debate político, ni a la formación de opinión política: Menem se dirigía al televidente como público espectador, y no como ciudadano.

La televisión argentina de los 90, construyó una imagen frívola del presidente Menem y sus funcionarios y, por extensión, del abstracto concepto de política

A su vez, esta sobreexposición de aspectos más cotidianos y de la vida privada del presidente en TV es proporcional al aumento de acciones y cuestiones de Estado que no se informan y algunas, directamente, son ocultadas. “Este auge y consolidación de los medios de comu-



nicación –en especial la televisión– sobre la política va en paralelo con el declive del discurso político basado en las ideologías, la argumentación racional, el debate entre “iguales” y los tiempos largos. El efecto está en que, aunque amplifican el debate político y lo hacen más cercano a la emoción colectiva, le quitan profundidad, argumento y densidad a la política. (...) Así, todo deviene política de *celebrities*, democracia espectáculo y ciudadanías entretenidas” (Rincón, 2008: 153).

La década del 90 tuvo como una de sus principales características la frivolidad del debate público y la farandulización de la política en la televisión

En la sociedad argentina, que en los 90 ya podía definirse como una sociedad de alta circulación de comunicación visiva, podemos notar cómo el exmandatario utilizaba esta sobreexposición en los medios, en contrapartida a su función de Estado, que aparecía cancelada ante los ojos de la ciudadanía. Fue evidente la transferencia del debate político de la plaza al video marcando un corrimiento del debate público de los ámbitos institucionales –Legislaturas y poderes del Estado–, a un set de televisión: la década del 90 tuvo como una de sus principales características la frivolidad del debate público y la farandulización de la política en la televisión, anulando el debate político en el medio, pero con proliferación de mandatarios y funcionarios ante las cámaras prestándose al espectáculo permanente. Una década que

transformó a la ciudadanía en una gran audiencia, y que marcó para los años venideros el modo de hacer política y de hacer televisión.

La farandulización es un mecanismo que no pasa inadvertido y que se ha consolidado como una forma de hacer política

Hoy es innegable el poder performativo que tienen los medios de comunicación masiva en la construcción de discursos, imágenes y visiones del mundo –sin todavía aproximarnos al mundo de las redes sociales, como otro gran paradigma de la comunicación política en nuestra década–. Esta pieza solo intenta echar un vistazo a un fenómeno nacido en los 90, que impuso una nueva relación entre medios, política y poder que sigue vigente y que resurge fuertemente en épocas electorales: la farandulización es un mecanismo que no pasa inadvertido y que se ha consolidado como una forma de hacer política. Cabe preguntarse sobre las consecuencias de esto, su estrecha vinculación con la frivolidad de la política, y la creciente despolitización de nuestras sociedades, pero principalmente, si conlleva consecuencias en detrimento de la democracia.



Natalia Gigliotti (Argentina) es licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos, donde dicta cursos y talleres en relación a la comunicación política y de gobierno. Es consultora política y asesora de campañas electorales en Santa Fe, Entre Ríos y la región.

Tw: @NatiGigliotti | Ig: @natigigliotti



Luciana Sabina Actis (Argentina) es licenciada en Comunicación Social con orientación en Periodismo por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Estudiante de Abogacía en la Universidad Siglo 21. Periodista en medios gráficos y digitales de la ciudad de Paraná (Entre Ríos).

Tw: @lucianasabi | Ig: lucianasabi



Fernando Belletti (Argentina) es licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos y Promotor Sociocultural en Teatro por la Escuela Provincial de Teatro de Santa Fe, actor y profesor de teatro.

Tw: @lefernet | Ig: @fer.belletti

El presente artículo es una síntesis de *La política farandulizada*, tesis de grado de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina), presentada en 2016.