

## *Macri lloró en el Teatro Colón:*

### **Identidades políticas y disputas culturales en los medios digitales<sup>1</sup>**

Dr. Pablo Ponza

#### **Resumen:**

El objetivo de este trabajo es analizar el éxito que tuvo en términos de comunicación política e imagen la *Gala del G20* en el teatro Colón, un acontecimiento político y cultural de significativa condensación simbólica. En específico, el texto analiza la articulación de tres dimensiones: la histórica, la político-cultural y la discursiva, para poner en diálogo la estrategia comunicacional del gobierno y la réplica convergente de los medios digitales comerciales concentrados; cuya finalidad principal fue captar la atención del público la mayor cantidad de tiempo posible a través de una agenda temática afín que le permitiera el bombardeo incesante de estímulos político-publicitarios sobre la percepción, las emociones y los consumos del público. Asimismo, el texto reflexiona sobre el carácter de una estrategia discursiva eminentemente visual que buscó apropiarse selectivamente de un espacio territorial, una configuración identitaria y una serie de significaciones históricas de raigambre liberal conservadora mediante un relato que, por un lado, propuso una continuidad imaginaria entre pasado, presente y futuro; y, por otro, una relación significativa entre clases sociales, consumos culturales y opciones políticas.

**Palabras clave:** Medios Digitales, Periodismo, Política, Cultura, Historia

#### **Introducción**

Tras el hundimiento del submarino ARA San Juan; la suspensión de la final de la Copa Libertadores de América entre River y Boca; las polémicas en favor y en contra de los proyectos de legalización del aborto y Educación Sexual Integral; la devaluación de la moneda y la crisis económica que devino en un nuevo plan de financiamiento con el Fondo Monetario Internacional; ubicaron en noviembre 2018 al ex presidente Macri en el piso mínimo de su imagen positiva. Con el hundimiento del submarino comenzaron también a hundirse los índices de aceptación de una gestión que tan solo un año antes, tras las elecciones legislativas de octubre de 2017, había logrado su máximo nivel de aceptación pasando rápidamente a una declinación que llegó a su nivel más bajo en noviembre de 2018. Sin embargo, el viernes 30 de noviembre de 2018, tras la Gala de recepción de los líderes que asistían al G20 en Buenos Aires se produjo un inesperado vuelco de tendencia en favor de Macri, que se convirtió en *trending topic* con la frase: “#Macri lloró en el teatro Colón”.

Según Diego Corbalán (2018) de Scidata, una empresa dedicada al análisis del tráfico en internet, plataformas y redes sociales (<https://scidata.com.ar/> 04/12/2018), la tendencia negativa del gobierno se revirtió súbitamente con la Gala y el inicio de la cumbre del G20. Según dicho estudio esto fue palpable en los comentarios y conversaciones favorables que pasaron de un 34% negativo a un 68,6% positivo. En su informe, Corbalán

---

<sup>1</sup> Este trabajo es una versión revisada, corregida y aumentada de un artículo originalmente publicado bajo el título “Identidades políticas y disputas culturales en los medios digitales: significaciones históricas y arquetipos aspiracionales en el espacio liberal-conservador argentino”. *Cuadernos de H Ideas*, Vol. 15, núm. 15. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. ISSN: 2313-9048, e051, 2021.

definió la Cumbre del G20 como *la cumbre de la felicidad* para Macri, pues dicha novedad prácticamente barrió con las críticas y asiduos cuestionamientos hacia el entonces presidente, que se quedó con el 44,5% de las menciones, seguido por Donald Trump que obtuvo el 33%, Vladimir Putin el 8,1; Emmanuel Macron el 7,2, Angela Merkel el 4,2 y Xi Jinping el 3,6.

En este artículo nos preguntamos: ¿a qué se debió el repentino vuelco de tendencia? ¿y por qué fue precisamente la Gala en el teatro Colón la que marcó la recuperación del gobierno en términos de imagen y percepción? ¿qué mostraron los medios digitales y qué elementos intervinieron en la escenificación de la Gala del G20? ¿fueron la emoción y las lágrimas de Macri junto a su esposa y otros líderes mundiales las que sensibilizaron al público? ¿en qué espacios se produjo el evento, quiénes eran los invitados y qué simbolismos se activaron en el público? ¿qué imaginario de país repuso la Gala? ¿qué lugar ocupó la versión liberal-conservadora de la historia en el relato de los medios digitales? ¿a qué interpretaciones y significaciones históricas apeló el discurso oficial? ¿qué vínculo estableció entre pasado, presente y futuro; y qué valores políticos, culturales y estéticos enunciaron los anfitriones a través del evento y el espectáculo?

La excepcional condensación simbólica que ofreció la Gala del G20 en Buenos Aires nos permite reflexionar sobre el devenir de la comunicación política contemporánea, así como sobre la creciente incidencia que en ella tienen las nuevas tecnologías y los entornos digitales. También nos permite analizar las operaciones discursivas que actualizan las tradiciones, los imaginarios históricos liberales conservadores y la *configuración dinámica de las identidades*<sup>2</sup> que apelan a una construcción en base a antagonismos. Las antinomias, como ocurre con todos los opuestos complementarios, siempre quedan unidas por un diálogo de contrastes que se acumula y cosifica en un *sentido común* que se revitaliza y exacerba periódicamente. Durante los procesos político-electorales, por ejemplo, parece activarse la fuerza centrífuga de lo reprimido y se produce un cíclico retorno a antiguas representaciones atávicas que laten en nuestra conciencia y nuestras emociones. Aún con sus rupturas y particularidades históricas, observamos que en nuestro país a lo largo de los años la segregación, los contrastes y las divergencias ideológicas continúan funcionando como polos de aglutinación interna de los principales grupos sociales en disputa.<sup>3</sup>

Pero antes de comenzar cabe aclarar brevemente cuatro cuestiones de perspectiva. En primer lugar, consideramos que la política moderna es intensamente mediática y que las tecnologías de la comunicación funcionan como parámetros estructurales de los lenguajes y la producción de los discursos que circulan en la arena mediática. Una arena mediática que se ha convertido en un escenario multidimensional capaz de establecer modalidades de interlocución e intercambio, así como ciertas condiciones de enunciación y recepción de discursos. En cuanto a los medios digitales en particular, sabemos que actualmente desempeñan un rol estratégico en la disputa por los sentidos y las representaciones de la realidad. Y que, a diferencia de los medios tradicionales, cuyas emisiones son masivas y unidireccionales, los medios digitales no sólo han logrado desmasificar los públicos y acceder a la intimidad de los recintos privados a través de distintos dispositivos móviles, sino también aplicar una estratificación socio-económica, socio-cultural y etaria devenida de la interactividad, es decir, de la medición y tabulación de los usos, costumbres, modos de acceso, socialización y circulación de contenidos que

---

<sup>2</sup> Nos servimos aquí de la idea de configuración identitaria propuesta por De la Garza (2001), quien concibe la identidad político-ideológica y cultural de un colectivo como resultado de un proceso de configuración dinámica, móvil, cambiante e inacabado, cuya síntesis coyuntural siempre consigna líneas de continuidad y ruptura, pues repone y actualiza selectivamente elementos de su propia tradición y las integra con novedades no necesariamente homogéneas que son funcionales a su cadena de significantes.

<sup>3</sup> Mencionemos, por caso: civilización barbarie, unitarios federales, radicales conservadores, peronismo antiperonismo, kirchnerismo anti kirchnerismo. Es decir, no es nuevo en nuestro país el uso de las diferencias y las rivalidades para consolidar un núcleo de incitación, movilización y organización política.

hacen los propios usuarios.

Por ello, en segundo lugar, sostenemos la premisa que para *leer* un medio digital debemos comprender y considerar primero que su complejidad técnico-productiva está signada por un proceso evolutivo de interactividad, convergencia y concentración mediática de escala global con una expresión local (Jenkins, 2008) que es resultado, tanto de la paulatina concurrencia de soportes y contenidos, como de la práctica oligopólica de un reducido grupo de empresas cada vez más integradas y con una gravitante incidencia en toda la cadena productiva de esta actividad económica (McChesney-Nichols, 2002).

En tercer lugar, y en referencia al plano específicamente discursivo, consideramos que el aparato argumentativo de los medios digitales comerciales concentrados no sólo está tamizado por los intereses y demandas de una estructura técnico-productiva de escala global, sino también por el entramado de relaciones de poder local donde se hallan insertos. Relaciones de poder, por cierto, que históricamente han incidido e inciden sobre la configuración ideológica de los medios. Dicho de otro modo, es importante tener claro que toda intervención discursiva de una formación editorial que se proponga disputar los sentidos, la legitimidad y la veracidad de los relatos que circulan en la arena mediática, expresan una síntesis super-estructural no exenta de contradicciones que denota las tensiones de una trama interna que se debate entre las necesidades técnicos-productivas, las exigencias financiero-comerciales, y las simbologías político-ideológicas y culturales que hacen al marco de enunciación de los discursos donde se hallen insertos.<sup>4</sup>

En cuarto y último lugar, cabe indicar que nuestras reflexiones emergen de la observación y análisis del tratamiento que hicieron de la Gala del G20 medios como *Infobae*; *Clarín.com*; *Lanacion.com.ar*; *Mdzol.com*; *Tn.com.ar*; *Perfil.com*; *Lavoz.com.ar*; *Ambito.com*; y *Losandes.com.ar*. El criterio de selección de estos medios responde a los resultados de un estudio de *Comscore* (2021) que publicó una lista de los medios digitales argentinos más visitados. Dicha lista fue elaborada en base al tiempo de permanencia y fidelidad de los usuarios a partir de una metodología unificada que involucró datos de panel y datos censales vía etiquetado de sitios y/o apps de medios informativos digitales argentinos durante el último trimestre de 2020. El estudio arroja que *Infobae*, *Clarín.com* y *Lanacion.com.ar* son los tres sitios de mayor visionado con una burbuja promedio entre 48 y 64 minutos mensuales; seguidos por *Mdzol.com*, *Página12.com.ar* y *Tn.com.ar* con un promedio de visionado entre 25 y 30 minutos mensuales; y *Perfil.com*, *Lavoz.com.ar*, *Ambito.com* y *Losandes.com.ar* con un promedio de visionado entre 18 y 25 minutos mensuales. Asimismo, tomamos en consideración que tanto los medios como los anunciantes diseñan sus estrategias de inversión en publicidad y comunicación tomando en cuenta, no sólo el tamaño de las audiencias, sino también su tiempo de involucramiento y fidelidad pues, como indica Leónidas Rojas (2021: 6), las probabilidades que los discursos y las pautas publicitarias impacten sobre las audiencias “aumenta en directa proporción con el tiempo de vista y consumo de medios”.

Como guía de lectura proponemos una hipótesis de trabajo que articula dos dimensiones, en primer término, la de la estrategia comunicacional del gobierno, cuya finalidad principal durante el G20 consistió en dominar la agenda mediática, en captar la atención del público la mayor cantidad de tiempo posible para aplicar un bombardeo de estímulos político-publicitarios con incidencia sobre sus percepciones, emociones, consumos e identificaciones aspiracionales. La segunda dimensión es la de la réplica de los medios digitales concentrados, cuya apelación discursiva fue concurrente con la

---

<sup>4</sup> Esta sería una característica del rubro a escala planetaria con expresión a escala local. Según indica Becerra (2017) para el sistema de medios argentino la intersección entre capital financiero y capital mediático es cada vez más significativa, donde los contenidos info-comunicacionales y de entretenimiento fluyen mancomunadamente y desde un mismo origen geográfico hacia distintos puntos de recepción, proyectando los intereses concentrados y maximizando la escasa pluralidad de voces, las asimetrías económicas, sociales y culturales de nuestro territorio.

estrategia del gobierno en cuanto a la apropiación selectiva de un espacio territorial y simbólico que activó una serie de significaciones históricas de tradición liberal conservadora que buscó articular instrumentalmente un relato de continuidad imaginaria entre un pasado luminoso y nostálgico con un nuevo proyecto político-cultural de futuro, virtualmente encarnado o representado por el macrismo. Para ello, tanto el gobierno como los medios digitales se sirvieron, fundamentalmente, de enunciados visuales y textuales que remitieron a una red de tópicos y emociones que reafirmaron las creencias y expectativas de su público o comunidad objetivo.

### **Clases sociales, identidades e interpretaciones del pasado**

Entonces ¿cuáles fueron las imágenes de la Gala del G20 que mostraron los medios digitales, y qué operaciones discursivas articularon sus significaciones? En principio nos gustaría discriminar al menos cinco elementos que hicieron a la escenificación del acontecimiento: 1) el escenario, 2) los invitados, 3) los anfitriones, 4) el relato mediático, y 5) el espectáculo propiamente dicho, que emocionó hasta las lágrimas a Macri, quien a partir de allí -más no sea temporalmente- revirtió la tendencia negativa en la que había caído su gobierno. A continuación, daremos algunos detalles de por qué habría sido la combinación de estos cinco elementos y su apelación a significaciones, simbolismos, reminiscencias históricas, identificaciones, expectativas y arquetipos aspiracionales previamente instalados en el sentido común de buena parte del público, las que activaron positivamente su imagen colocándolo, el viernes 30 de noviembre de 2018, en lo más alto de los *trending topics* después de un año entero de caída libre en las encuestas.



Foto: <https://vacacionesporargentina.com/teatro-colon-en-buenos-aires/>

#### **1. El escenario**

El escenario del G20 fue la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, más concretamente Puerto Madero, aunque la Gala se desarrolló en el teatro Colón, el santuario de la alta cultura europea en Recoleta, un espacio tradicionalmente reservado a la clase dominante y que remite al pasado nostálgico y luminoso de las familias patricias de la *Argentina potencia*. Según Eugenia Cadús (2020) la construcción del Teatro Colón fue resultado de la admiración que la oligarquía porteña de fines del Siglo XIX y principios del XX tenía de la cultura y el modo de vivir de la clase alta europea. En aquellos años dicha oligarquía aspiraba a que Buenos Aires fuese considerada la ciudad más blanca, moderna y cosmopolita de Latinoamérica. La creación de un espacio de alcurnia para las artes escénicas emuló esa hegemonía cultural de tradición aristocrática, selectiva y excluyente, y la proyectó sobre las nacientes formaciones culturales argentinas, así como sobre sus

espacios e instituciones artísticas oficiales. El teatro Colón consagró las pretensiones de distinción de una elite rica, poderosa y concentrada que despreciaba las expresiones culturales oriundas: el circo criollo, el teatro de raíz popular, el folclore y el tango, que eran vistas entonces como entretenimientos mundanos, marginales, barriobajeros o de origen campero.

Sin saberlo, a fines del Siglo XIX y principios del XX la oligarquía rioplatense dueña de la tierra vivía la edad de oro del modelo agro-exportador fungido por la llamada *Generación del Ochenta* que convirtió a la Argentina, durante un fugaz pero intenso lapso de tiempo, en el *granero del mundo*, ubicando al país entre las principales potencias económicas de la época (Gerchunoff-Llach, 2000). El teatro Colón se construyó con la extraordinaria renta que generó la explotación agropecuaria de ese tiempo, y si bien debió ser inaugurado el 12 de octubre de 1892 para celebrar el cuarto centenario del descubrimiento de América, algunas dificultades presupuestarias pospusieron su inauguración hasta el 25 de mayo de 1908. Los arquitectos del Colón plasmaron en el teatro los deseos de la naciente burguesía porteña que, no sólo exhibía los desbordes de su extrema riqueza, sino que pretendía exteriorizar la distancia social y cultural que los separaba de las mayorías pobres, iletradas e incultas. De allí que el teatro disponga de una decoración de estilo francés que reproduce en su organización interior las jerarquías sociales del exterior. La platea, los palcos, la tertulia, las cazuelas y el paraíso, ciertamente estratifican verticalmente el acceso de las audiencias por su pertenencia de clase, por su identidad, por sus valores, por sus gustos y por sus consumos. Lo mismo que ocurre con la estratificación de los medios digitales y la arquitectura algorítmica de sus redes de contacto, que miden y estratifican los públicos en base a sus preferencias, capacidad de consumo, ubicación etaria y socio-cultural.

Con el paso de los años esa experiencia histórica fue cristalizada, por un lado, como el hito fundacional del imaginario liberal conservador, en tanto comprobación material del éxito de su proyecto económico, político y cultural de república moderna convenientemente integrada a la distribución internacional de roles en el mundo occidental. Por otro lado, dicha experiencia consagró también un arquetipo aspiracional, un horizonte de sentido subjetivo para buena parte de las capas medias urbanas que forjaban sus expectativas de superación económica y ascenso social en base a un ideario de mérito individual. Si bien volveremos sobre la idea del mérito individual un poco más adelante, ahora nos interesa ahondar en las razones de la extraordinaria performance que logró el modelo agroexportador a fines del Siglo XIX y principios del XX, permitiendo la construcción del teatro Colón y de otros edificios emblemáticos de la Ciudad de Buenos Aires. El éxito de ese modelo de acumulación económica fue posible gracias a la combinación sinérgica de cuatro elementos. En primer lugar, gracias a la disponibilidad de grandes extensiones de tierra y la expansión de la frontera productiva tras el genocidio indígena de la llamada *Campaña del Desierto*. En segundo lugar, gracias al capital extranjero disponible, las inversiones y la tecnología ferroviaria y marítima británica que colocó eficientemente las materias primas argentinas en Europa. Tercero, gracias a un régimen oligárquico que concentró las decisiones políticas en un reducido grupo de hombres. Y, cuarto, gracias a la explotación a destajo de la mano de obra inmigrante empobrecida que llegó a nuestro país, principalmente, entre 1880 y 1914.

Pero la constelación semántica del relato liberal conservador ha sido selectiva en cuanto al cambiante devenir de su *performance* económica. Es decir, ha sido un relato inexacto el que se ha cristalizado en el sentido común de buena parte de las clases medias urbanas, en especial en cuanto a quienes fueron beneficiados y quienes no con ese formidable modelo de acumulación y concentración política. Como indican Mauricio Shutemberg y Julián Fontana (2010) en dicho relato se oscurece el sentido excluyente que adoptó a lo largo de buena parte del Siglo XIX y XX la idea de una democracia que para ser útil debía estar consagrada al servicio de los sectores dominantes. Por ello, de los cuatro elementos antes mencionados (tierra/capital/concentración política/mano de obra

inmigrante) cabe aclarar, primero, que la colosal extensión territorial de la Argentina fue repartida en no más de noventa familias, hecho que determinó una matriz de clase que unió la propiedad de la tierra con quienes ejercieron la violencia material para obtenerla. Una violencia material que no sólo subsiste y desborda sobre la dimensión cultural y simbólica, sino que es hasta nuestros días la base sobre la que descansan sus privilegios. Segundo, que para 1930 Inglaterra había perdido interés en la explotación agropecuaria argentina (Lobato, 2000). Tercero, que el modelo de Estado sin injerencias sobre un mercado de exportación e importación libre estaba basado en la exclusión política de las mayorías y pronto dio lugar a violentos conflictos inter-burgueses (Ansaldi, 2000). Y, en cuarto lugar, los trabajadores inmigrantes *-nuestros abuelos italianos y españoles que bajaron de los barcos, que vinieron con una mano atrás y otra adelante, que trabajaron de sol a sol sin quejarse y que consolidaron el ideario fundacional de la Argentina crisol de razas-*, aproximadamente la mitad regresó a sus países de origen o emigraron a los márgenes de las ciudades, no sólo por la crisis del campo sino también por la frustración, disconformidad y desilusión que les provocó no ser reconocidos como ciudadanos, como trabajadores sujetos de derecho, ni como propietarios de la tierra que cultivaron.<sup>5</sup>

## 2. Los invitados

Si bien el teatro Colón tiene capacidad para 3.200 personas -2.700 sentadas y 500 de pie- para la Gala del G20 la Unidad Técnica del evento dispuso que sólo hubiera 1.000 invitados. Además de las comitivas oficiales la organización extendió invitaciones para las conductoras televisivas Mirtha Legrand y Susana Giménez, los actores Luis Brandoni, Ricardo Darín y Guillermo Francella, el escritor Federico Andahazi, el filósofo Santiago Kovadloff, la actriz Flavia Palmiero, el rugbier Agustín Pichot, el cineasta Juan José Campanella y Pablo Trapero, los productores Sebastián Ortega y Adrián Suar, los ex presidentes Carlos Menem y Fernando de la Rúa, María Eugenia Vidal, Horacio Rodríguez Larreta y Diego Santilli, entre otros. No faltaron a la cita los empresarios Alfredo Coto y Mario Quintana, tampoco Alfonso Prat Gay, Federico Sturzenegger, Nicolas Dujovne y Luis Caputo, este último, *el Messi de las finanzas* según palabras del entonces Jefe de Gabinete Marcos Peña,<sup>6</sup> que ofició de conductor del *mejor equipo de los últimos cincuenta años* según expresiones del propio Mauricio Macri.<sup>7</sup>

Puesto que no hemos encontrado información oficial sobre los criterios de selección de los invitados a la Gala, nos hemos tomado la libertad de imaginar que fue la afinidad ideológica y la cercanía política, social y cultural con los anfitriones la que definió quienes podían integrar la lista. En *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* Pierre Bourdieu (1988) da pistas consistentes de la relación existente entre espacio social y espacio simbólico, entre origen de clase e identidad. En ese texto Bourdieu describe como la identidad de clase se expresa en preferencias políticas y prácticas culturales, en los pasatiempos, las diversiones, la música y aquellos entretenimientos que responden a la ubicación social de los sujetos, a un barrio, al tamaño y la decoración de la casa, al valor y modelo del automóvil, pero también a un determinado estilo de vida, a la ropa, los consumos alimentarios y el cuerpo que expresa un sentido estético y un código de conducta.

---

<sup>5</sup> La invisibilización de los pueblos originarios y los afrodescendientes ha sido motivo de reiteradas polémicas a lo largo de los años, recientemente, el presidente Alberto Fernández, con motivo de su visita a España incurrió nuevamente en esta caracterización cuando dijo: “los mexicanos salieron de los indios, los brasileños salieron de la selva, pero nosotros, los argentinos, llegamos en los barcos de Europa”. Ver <https://www.lanacion.com.ar/politica/llegamos-en-los-barcos-alberto-fernandez-volvio-a-justificar-su-polemica-frase-y-ahora-cito-a-litto-nid10062021/> consultado el 21/08/2021

<sup>6</sup> Ver [https://tn.com.ar/economia/luis-caputo-el-messi-de-las-finanzas-que-negocio-con-los-buitres-y-no-logro-gambetear-la-suba-del\\_900234/](https://tn.com.ar/economia/luis-caputo-el-messi-de-las-finanzas-que-negocio-con-los-buitres-y-no-logro-gambetear-la-suba-del_900234/) consultado el 09/08/2021

<sup>7</sup> Ver <https://www.telam.com.ar/notas/201512/128834-nuevo-gabinete-gobierno-nacional-presentacion-mauricio-macri.php> consultado el 09/08/2021



Foto: <https://www.lavoz.com.ar/galerias/g-20-gala-del-teatro-colon-en-fotos/>

Puesto que la Gala del G20 fue una celebración exclusiva, una fiesta distante y de pocos, lo único que mostraron los medios digitales fue un show mediatizado por las pantallas cuyo relato ofreció una escasa articulación textual. En su lugar hubo muchas imágenes para ver y desear ser. Las imágenes mostraron cuerpos en atuendos de etiqueta, refrigerio y brindis, disfrute sensorial, afectividad, risas y emoción. Los aplausos de los líderes mundiales para Macri y ese increíble show de música y danza que ofrecieron los anfitriones pareció incluir nuevamente a la Argentina en el concierto capitalista moderno, tal como ocurrió a fines del Siglo XIX y principios del XX cuando se construyó el Colón.<sup>8</sup>

En términos de comunicación y marketing político reforzar la exclusividad y el marcado carácter de clase de la Gala activó la fibra aspiracional arquetípica con la que se identifica una parte de la clase media y media-baja urbana argentina, cuyas expectativas de superación económica y ascenso social se dirimen en base a valores como el mérito y el esfuerzo individual que, no sólo se alzan como horizontes de sentido, sino también como argumentos de legitimación de las jerarquías y las desigualdades existentes. Como señala Fabiana Martínez (2016) desde una perspectiva socio-semiótica, la doxa que refiere a un sujeto auto-performativo que forja su propio destino cuenta con diversos antecedentes en la historia de nuestros discursos sociales, donde el significante meritocrático exhorta a las personas a que sean protagonistas de su propia felicidad estableciendo una relación tópica y lineal entre sacrificio y retribución, entre esfuerzo y auto-realización. Para decirlo en un lenguaje coloquial: *el rico es rico porque emprende y arriesga, mientras que el pobre es pobre porque no se ha esforzado lo suficiente. Al final ambos obtienen lo que merecen.*<sup>9</sup> Sin embargo, este ideologema omite las asimetrías existentes en cuanto a igualdad de oportunidades, al tiempo que borra las referencias a los derechos virtualmente conculcados por la falta de condiciones materiales objetivas para el desarrollo y la auto-superación personal de los ciudadanos.

<sup>8</sup> Para el discurso oficial, incluso a pesar de los setenta años de decadencia populista la ciudad más blanca y europea de Latinoamérica sigue brillando pletórica, ver: <https://www.perfil.com/noticias/opinion/diego-serebrennik-populismo-siempre-lleva-a-destruccion-o-decadencia.phtml>  
<https://www.lanacion.com.ar/politica/mauricio-macri-en-mendoza-hay-que-dejar-definitivamente-atras-el-populismo-para-tener-20-anos-de-nid17062021/> 09/08/2021

<sup>9</sup> Ver <https://www.lanacion.com.ar/opinion/meritocracia-es-creible-la-cultura-del-esfuerzo-nid1900486/>

Puntualmente para el discurso del PRO cabe añadir que el significativo meritocrático se actualiza con una doble carga prometeica. Por un lado, la promesa positiva de trabajar para lograr las condiciones que hagan posible que quien trabaja sea justamente retribuido por su esfuerzo. Y por otro, una promesa de reverso punitivo que supone defecionar a todas aquellas personas que se cuelgan de *la teta del Estado* y que injustamente reciben un plan o un subsidio cuyo peso desproporcionado recae sobre las espaldas de una clase media asfixiada por impuestos que no vuelven en obras sino en corrupción y despilfarro. Para esa función inter-textual del discurso meritocrático, para ese emergente ideológico del *sentido común* cristalizado en el pensamiento liberal conservador dominante, si no se termina con la fiesta populista, con *los parásitos del Estado*, si no se fortalece una cultura del trabajo y el esfuerzo el resultado no será otro que el triunfo y la continuidad de una *casta política* que se sirve de *la maquina de imprimir billetes y fabricar pobres*, que seguirá imponiendo su ley *prebendaria*, su administración de la pobreza sirviéndose de las madres de extracción humilde que –según sospechan– se embarazan para obtener una prestación universal por hijo, o de los desocupados y piqueteros que en lugar de buscar trabajo negocian su voto a cambio de un colchón, un par de zapatillas o un bolsón de alimentos.

Para *Lanación.com.ar* (01/12/2018) la Gala del G20 en el teatro Colón tuvo la virtud de dotar al evento de una glamurosa distinción socio-cultural, que fue también estética y afectiva. Citando las palabras del presidente Macri durante la cena: "Esta fue mi idea, como un regalo a todos ustedes por visitarnos".<sup>10</sup> Para la *Lanación.com.ar* Macri acertó optando por un activismo de tono lúdico y elegante, de lenguaje sensorial y estilizado, de música y danza. Asimismo, dicha opción distinguida contrastó con la mística carnavalesca de la movilización popular de carácter confrontativo y aspecto desprolijo que va de la periferia al centro a cortar calles e incomodar a los automovilistas y transeúntes.<sup>11</sup> Recordemos que en sus orígenes el *kirchnerismo* se presentó públicamente como una fuerza oriunda de los márgenes que, de la periferia al centro, venía a confrontar abierta y frontalmente con los poderes fácticos. Mientras que Macri y el PRO, en contraste, apelaron a un crecimiento desde el tradicional centro de poder metropolitano hacia la periferia, es decir, desde la jefatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2007-2011 y 2011-2015) hacia la presidencia del país (2015-2019).

Al igual que ocurre con la organización arquitectónica jerarquizada del teatro Colón y la estratificación por consumos culturales de los medios digitales y las redes sociales, el activismo elegante y festivo de la Gala reveló claramente la opción cultural y política de los sujetos. Como indica Diego Vigna (2020) los cambios en las formas y hábitos de comunicación y lectura deben ser interpretados en ese proceso de incesante fragmentariedad, aceleración y urgencia en el flujo de información que se comparte. Por eso, al igual que los selectos invitados, el público que siguió desde sus casas las alternativas del evento y que compartió contenidos con sus contactos se vio también indefectiblemente forzado a optar por una de las riberas de la grieta. Y puesto que no parece factible estar de ambos lados al mismo tiempo cabe preguntarse ¿de qué lado se ubicaron? ¿del me gusta o no me gusta? ¿de la civilización o la barbarie? ¿del Mercado o del Estado? ¿del progreso o la decadencia? ¿de la verdad o del engaño? ¿del sinceramiento o de las recetas dogmáticas? ¿del diálogo o la crispación? ¿de la libertad o el autoritarismo? ¿de la república o el populismo?<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Ver <https://www.lanacion.com.ar/politica/el-g-20-minuto-minuto-tensiones-lideres-comienza-nid2197858/>

<sup>11</sup> Ver <https://www.lanacion.com.ar/opinion/un-relatopara-pro-como-construir-una-mistica-para-gobernar-nid1849217/> todos consultados el 09/08/2021

<sup>12</sup> Ver [https://www.clarin.com/politica/mauricio-macri-queremos-pais-venezuela-piensa-nicolas-maduro-matan\\_0\\_BJkGkl\\_Pb.html](https://www.clarin.com/politica/mauricio-macri-queremos-pais-venezuela-piensa-nicolas-maduro-matan_0_BJkGkl_Pb.html) consultado el 09/08/2021





Foto: [www.t13.cl/noticia/mundo/video-llanto-y-emocion-mauricio-macri-gala-del-g20](http://www.t13.cl/noticia/mundo/video-llanto-y-emocion-mauricio-macri-gala-del-g20)

### 3. Los anfitriones

Según *Lanacion.com.ar* (01/11/2018) el día de la Gala pasadas las 18.30 el presidente Mauricio Macri y la primera dama Juliana Awada recibieron en la puerta de la Sala Lírica, al pie de las escaleras de mármol di Carrara, a sus invitados más importantes: Donald Trump, Vladimir Putin (Rusia), Xi Jinping (China), Ángela Merkel (Alemania), Emmanuel Macron (Francia), Christine Lagarde (FMI), Máxima Zorreguieta (Holanda), entre otros. Pero poco antes del comienzo del espectáculo sólo algunos de ellos accedieron a un anillo VIP ubicado en la Plaza Vaticano donde fueron convidados con un *cocktail*. Ningún medio de comunicación pudo llegar a esa zona del recinto y las imágenes que pudimos ver fueron tomadas desde una distancia cuyo ángulo no permitió conocer detalles, aunque sí identificar quiénes eran los invitados que integraban el núcleo de poder más selecto, así como el anillo de allegados más próximo. En la centralidad de las miradas estaban Macri y su esposa, que obraron de anfitriones.

Según relato de *Clarín.com* (30/11/2019), tanto antes, durante como después de la Gala, la primera dama Juliana Awada compartió el minuto a minuto del G20 con sus 1,2 millones de seguidores en Instagram. Allí relató que “para el primer encuentro de acompañantes de las mayores potencias del mundo que llegaron a Buenos Aires elegí Villa Ocampo, una casa que perteneció a una mujer fascinante. Victoria Ocampo”. También publicó fotos con el Chef Francis Mallmann, que preparó un almuerzo supervisado por ella. Entre las fotos más destacadas del encuentro están las de Juliana con la primera dama francesa, Brigitte Macron, que fue definido por *Infobae* como el “ARgentina vs FRancia, el primer duelo de estilos del G20”.



Foto: <http://www.perfil.com/>

Otro duelo de estilos, pero esta vez discursivo y fundamentalmente orientado a la política interior, fue el que se desplegó a través de la réplica de los medios de comunicación. Según declaró a *Perfil.com* el entonces titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos y jefe de la Unidad Técnica del evento, Hernán Lombardi: “Macri no pudo contener el llanto [...] cuando toda la platea comenzó a cantar ‘Argentina, Argentina’... fue un momento muy emocionante para todos (...) fue un espectáculo con el que mostramos la Argentina al mundo, nuestra marca país”. Incluso el propio Macri le explicó al diario *La Nación* (01/12/2018) las razones de su emoción: “yo venía golpeado porque veía lo shockeada que estaba Ángela (Merkel) al lado mío, Shinzo Abe del otro lado y veía la cara de todos [...] todos decían ‘no puede ser que tengan todos estos diferentes tipos de bailes y de música’”. Tras la Gala los portales digitales y en especial las redes sociales se llenaron de comentarios orgullosos, augurios y felicitaciones, aunque –como era de esperar– no faltaron los memes y las burlas sobre las lágrimas de Macri. Uno de los comentarios mal intencionados más re-twitados de la semana decía: Llorás así cuando te llega el resumen de la tarjeta de crédito.

Sabemos que la estrategia de lograr centralidad en base a contrastes no es nueva en el PRO. Según Luis Alberto Quevedo e Ignacio Ramírez (2021) ya desde su nacimiento como partido local en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el PRO desplegó un discurso vecinalista y pospolítico que prometía terminar con una polarización y una confrontación ideológica a la que conceptualizaba como un resabio indeseado del Siglo XX. De hecho, el PRO llegó a la escena política prometiendo superar peleas artificiales y declamando que se concentraría en lograr lo que la mayoría silenciosa esperaba: que la política atiende la gestión de las cosas con moderación, con diálogo y consensos. De ese modo decía establecer un lazo menos emocional y más racional entre política y ciudadanía. Sin embargo, toda su estrategia de acumulación política se basó en una construcción partidista negativa y sectaria, es decir, se basó en explotar la emoción anti-peronista y anti-kirchnerista. Para Quevedo y Ramírez (2021) en sus comienzos el PRO había fomentado el desapego por la cosa pública invitando a los ciudadanos a sumarse a su proyecto sin proponer compromisos programáticos concretos. En su lugar los convocó desde una difusa ética de la responsabilidad, pero restando importancia a la historia, a la procedencia partidaria previa o al pasado de sus integrantes, en especial el de aquellos referentes con participación en la crisis económica que tuvo lugar durante el tramo final del segundo gobierno de Carlos Menem y la estrepitosa administración de Fernando De La Rúa.

Bajo ese paradigma el PRO intentó asemejarse más a una organización de especialistas en la administración mínima de las cosas, en oposición a quienes se proponían la realización de un proyecto cargado de responsabilidades históricas. No obstante, si nos detenemos en el discurso de la coalición electoral que poco después encabezó Macri,

advertimos que no demoró en llamar a una suerte de batalla final por la salvación de la libertad y la república, en contra de la dictadura castro chavista del *Frente de Todos*. Presentarse mediáticamente como una fuerza post-ideológica y post-política, como una fuerza que no es ni de derecha ni de izquierda, sino un colectivo compuesto por *out-siders* buscó poner de relieve el contraste entre la honestidad y una *trenza política* cuya corrupción e ineficiencia inmanente mantendrían secuestradas las instituciones públicas desde hace más de setenta años. Para dicha construcción la diferencia entre uno y otro era básicamente moral, pues mientras unos estarían caracterizados por una genuina vocación de servicio público, los otros buscarían convertir el Estado en un negocio o en una oportunidad de realización personal. Dicho de otro modo, la diferencia entre unos y otros radicaría en el altruismo de quienes quieren vivir en un *país normal* y que ofrecen desinteresadamente sus servicios y comprobada experiencia en el ámbito privado; y las mafias abroqueladas en la órbita pública que se sirven del Estado y la democracia para su propio beneficio.

#### **4. El relato mediático en imágenes**

Si bien los medios ofrecieron una composición combinada de accesos sensoriales, los medios digitales explotaron las significaciones estratégicas de la Gala fundamentalmente a través de imágenes. En los últimos años las imágenes pasaron de una función locativa, explicativa y complementaria, a ocupar en los medios digitales la centralidad de los relatos y convertirse en un dispositivo de enunciación gráfica no textual con significación autónoma dentro de las cadenas discursivas. Cabe aclarar que el periodismo *descentrado* o *trans-género* (Ponza, 2020), el llamado info-entretenimiento o periodismo de servicios (Amado-Bongiovanni, 2016) que ensayan los principales medios digitales concentrados, estaría centralmente enfocado en captar la atención dispersa, discontinua, impaciente y/o flotante de sus públicos a través de recursos narrativos, visuales y estilísticos orientados a lograr un bombardeo eficaz de estímulos sensoriales, como parte de una estrategia concurrente con sus propios intereses comerciales y publicitarios que, vale decir, también son políticos y culturales. Para este tipo de práctica periodística lo importante sería, en primer término, establecer una agenda conveniente y acotada de temas para dominar los temas de conversación cotidiana de la gente. En segundo lugar, buscan habilitar las voces y opiniones de ciertos especialistas, es decir, visibilizar a aquellos referentes afines con su universo ideológico. Y, en tercer término, como indica Eli Pariser (2011) se propone que dichas voces y opiniones logren instalar representaciones informativas y/o noticiables que proyecten una estructura de creencias y emociones que reafirmen las expectativas y la identificación con su comunidad objetivo.

En el ciber-periodismo o periodismo digital la comunicación visual multimedia, es decir, la enunciación informativa de hechos noticiables a través de imágenes, se ha vuelto estratégica. No sencillamente porque ha superado el rol complementario que desempeñaba antiguamente en los medios gráficos convencionales, sino por su capacidad para establecer connotaciones y construir significantes. De este modo, la composición de hechos noticiables ya no auxilia el sentido de las abstracciones textuales, sean títulos, epígrafes, bajadas, resúmenes o el desarrollo *in extenso* de los artículos. Al contrario, la tendencia en esta comunicación se orienta a maximizar los accesos sensoriales en virtud de establecer representaciones visuales más esquemáticas que abonen macro estructuras interpretativas simplificadas, con frecuencia binarias y orientadas a la acumulación dicotómica me gusta-no me gusta, la polarización nosotros vs. otros y/o la identificación amigo-enemigo. Se lograría así la construcción y fortalecimiento de universos paralelos que organizan sus registros y significaciones en base a contrastes antagónicos.

Quizás por eso la cobertura del G20 no buscó replicar la compleja abstracción de contenidos que se desarrollaron en las comisiones de trabajo, cuya trascendencia mediática fue verdaderamente escueta en comparación con la inmensa métrica de imágenes de la puesta en escena que ocuparon las pantallas: vimos la llegada de los aviones privados, los

autos y camionetas blindadas atravesando las calles céntricas sin interrupciones, los hoteles con vidrios espejados, las excéntricas exigencias alimentarias y de confort de las comitivas, los protocolos de seguridad y el amplio cerco perimetral en Puerto Madero y sus alrededores. Asimismo, la comunicación del acontecimiento fue eminentemente visual porque todo contacto con el afuera fue remoto ya que no hubo instancias de participación presencial para los ciudadanos comunes. En este sentido, la difusión mediática del G20 pareció haber sido configurada a la medida de la obsolescencia tecnológica y la diminuta corporeidad que han adoptado los teléfonos celulares inteligentes, que se han convertido en la principal tecnología de acceso y distribución de contenidos de los medios digitales.<sup>13</sup>

Recordemos que para el periodismo comercial y de servicios, un deseo, una sensación o una imagen valen más que mil palabras, porque ojos que no ven corazón que no siente. Tengamos en cuenta, además, que para un público no especializado una imagen fotográfica o un video es la reproducción de lo real, que es para el caso de los medios de comunicación, una emulación de neutralidad. Cabe aclarar que el marketing político como sub-género de la comunicación política ha tomado nota de la eficacia de estas herramientas de percepción e identificación y ha incorporado gran cantidad de técnicas publicitarias en las llamadas campañas permanentes, naturalizando que un partido o un candidato se mida en términos de marca reconocible e imagen positiva.

Como señala Mariana Costa (2020) si bien los enunciados periodísticos siguen vinculando texto e imagen a través de títulos, subtítulos, copetes y/o epígrafes, podemos advertir que la relación entre ambos elementos ha venido alterando su jerarquía y ya no están plenamente articulados entre sí, tampoco guardan una correspondencia empírica óptima, sino que en el mejor de los casos establecen cooperativa y solidariamente un marco interpretativo compartido. No estamos diciendo que la imagen pueda ser interpretada aisladamente del relato textual o que sea capaz de desprender su significado de otras circunstancias contextuales específicas, sino que el tratamiento que los medios digitales hacen de géneros que contienen información política, consolidan nuevas experiencias de acceso y lectura donde se advierte, por un lado, la preeminencia estratégica y la productividad significativa de la imagen. Y, por otro, la fuerte penetración semántica no verbal con impacto en la afectividad, la credibilidad, la verosimilitud y la identificación de los sujetos con los relatos.

Si bien las imágenes de la Gala que replicaron los medios digitales estuvieron invariablemente acompañadas por textos, para las actuales experiencias de lectura y visionado ya no fue indispensable ajustar la imagen con su realidad material e histórica. Las imágenes se focalizaron en mostrar el escenario, los trajes, los vestidos, expusieron los cuerpos moviéndose al ritmo de la liturgia pautada, tradicionalista, exclusiva, festiva y lujosa del G20. Las imágenes contextualizaron espacial y simbólicamente el teatro, la ubicación jerarquizada de los anfitriones y los invitados. Porque lo importante era mostrar lo que quiere ver la gente, en especial los amantes del *cholulaje*, que a golpe de vista deben tener claro quien ocupa el centro y quien la periferia, sin la mediación de reflexiones innecesarias que complejicen su entendimiento.

Por último, para decirlo con palabras de Fernando Andacht (2016) la imagen exuda *sudor semiótico*. Por eso el público de todo el mundo adora la sobre exhibición audiovisual, porque es una ventana fisiológica confiable y transparente capaz de revelar lo más auténtico

---

<sup>13</sup> Según el estudio “Perspectivas del escenario digital latinoamericano” realizado en 2020 por Comscore, una compañía que mide y monitorea audiencias digitales; en Argentina el 86% del tiempo de consumo digital se produce a través de teléfonos celulares, mientras que en países como India e Indonesia alcanza el 94% y el 93% respectivamente. Según Alejandro Fosk (2021), Vicepresidente Senior de Comscore para América Latina, la comparación entre septiembre de 2019 y septiembre 2020, arroja que en América Latina las categorías digitales que más crecieron fueron la mensajería instantánea (127%), educación (64%) y las noticias de negocios y finanzas (56%). Por otra parte, el estudio arroja que en septiembre 2020 Argentina lideró el consumo en la región con un promedio de 137 horas por visitante, mientras que México y Brasil consumieron 89 y 108 horas respectivamente.

del ser humano, sus síntomas emocionales, su alma, su psiquis. Según Andacht la trama argumental de la imagen es de tipo fisiológico; y su carga melodramática descansa fundamentalmente en la generación de *sudor semiótico*, es decir, en los signos producidos sin intención deliberada y que son simplemente emitidos por nuestro cuerpo sin que intervenga nuestra voluntad. El éxito de la imagen de Macri llorando en el Teatro Colón está directamente relacionada con esa reacción espontánea, auténtica, con esa confesión emocional verdadera, inmanejable, sin dobles intenciones que contrasta con el creciente cinismo y menosprecio que ve el público en la política mediatizada.

## 5. El espectáculo

*Argentum* fue un espectáculo de artes combinadas dividido en cinco partes, la obertura y cuatro actos, cada uno ellos dedicado a una región argentina: Patagonia, centro, noroeste y noreste. El show de treinta y cinco minutos de duración fue presentado por la Televisión Pública como *Noche de Líderes G20*. La coreografía original fue diseñada por Ricky Pashkus y la obra musical fue compuesta por Gustavo Mozzi, Nicolás Sorín y Nicolás Guershberg. La apertura tuvo una duración de 8 minutos y en el comienzo mostró 5 niños, 3 de ellos con atuendos rurales y 2 con atuendos urbanos bailando alegres entre grandes pantallas que mostraban la gran diversidad de bellezas naturales de la que dispone la Argentina. Luego, se integró un grupo de mujeres vestidas completamente de negro bailando Malambo, una danza folclórica tradicional, histórica, individual y exclusivamente masculina. Luego un grupo de hombres, varios de ellos cubiertos con unas enormes cabezas de caballos, acompañaron a las bailarinas.

El show en su inmensa mayoría consignó música y danzas típicas, históricas y tradicionales, en especial Tango y Malambo, pero también Zamba, Guaracha, Baguala, Chamame, Cueca nortea, Carnavalito y Chacarera. En este punto cabe destacar que los pasos por las diferentes expresiones combinaron una significativa y moderna estilización con un permanente regreso a sus formas tradicionales. Asimismo, la selección musical guardó coherencia con una estética muy cuidada, cuya trama general se articuló en base a las bellezas y potencialidades naturales argentinas, el campo, las vacas, los caballos, las ovejas, la producción agropecuaria extensiva e industrializada. Mostró los monocultivos, la tecnología puesta al servicio de la energía eólica, los paneles solares y los pozos petroleros de Vaca Muerta; mostró también largas carreteras desiertas, la cordillera de los Andes, la producción mineral y vitivinícola; los lagos, los glaciares y el turismo; el océano, la explotación marina; la diversidad climática. Más escuetamente mostró la ciudad de Buenos Aires como gran urbe, la avenida 9 de Julio, el obelisco, Puerto Madero, Caminito, y la cancha de Boca. De las ciudades del interior sólo se vio el llamado *Panal* -la casa de Gobierno de la Provincia de Córdoba- y el monumento a la Bandera de Rosario. Si bien los bailarines estuvieron buena parte del show vestidos con atuendos camperos, cuando las imágenes mostraron la ciudad de Buenos Aires, comenzó a sonar música electrónica y hip hop. De hecho, el único momento del espectáculo que consignó texto en palabras fue en el minuto 15 a través de un *rapero* que dijo:

“El tango, el fútbol, el arte, el barrio, el campo, la cultura del gaucho, inmigrantes, pueblos originarios, de la diversidad, de la inmensidad, de paisajes que dejan soñando, te invito a este viaje, en el equipaje llevamos coraje y encanto, de Ushuaia a la Quiaca, somos apasionados por lo que amamos, bajo el mismo cielo sobre el mismo suelo, estamos para darnos las manos, hermanos, la patria es la madre, el corazón de Argentina es grande, mientras gira el mundo trabajemos juntos porque hay futuro y no es tarde, de las grandes ciudades y el mar, Buenos Aires hoy es el lugar, unidos con paz, igualdad y amor, les digo que si lo podemos lograr”.

Aplicando ahora una lectura más política que dramática, consideramos que en su conjunto el espectáculo representó el modelo de sociedad, así como el programa político, económico y cultural de los anfitriones. Por un lado, mostró las características excepcionales de un territorio atravesado por un modelo de explotación extractivista de la naturaleza. Y por otro, un modelo de país caracterizado por las aspiraciones económicas y de vida de los dueños de la tierra. La representación artística fue en este sentido una pieza

de gran peso simbólico. Como dijo Lombardi -titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos y jefe de la Unidad Técnica del evento-, el *show* mostró la *marca país* y su inserción en el mundo, que a juzgar por la secuencia de imágenes que vimos en medios digitales estuvo plenamente identificada con la producción básica de materias primas.

En efecto, la composición de música e imágenes mostró los modernos contornos de la nueva utopía política y económica del liberal conservadurismo argentino. Pero ¿por qué? Como dijimos, la trama del espectáculo se centró en mostrar las bellezas y potencialidades naturales de nuestro país, desde el comienzo hasta el final. Pero: ¿Qué cosas no mostró el espectáculo? Claramente no mostró referencias del mundo industrial. Sencillamente no se las vio, no aparecieron. No se vieron fábricas, ni trabajadores. Y que los trabajadores individualmente o como clase proletaria estuvieran ausentes del relato oficial –de la marca país- no es casual. Como señala Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1972) es habitual que las expresiones liberales conservadoras subordinen al proletariado bajo dos máscaras que buscan construir un imaginario binario de su imagen como *buen salvaje* o como *criminal-lumpen*. Ambas representaciones, tanto la del *buen salvaje* como la del *criminal-lumpen*, desarticulan la idea del proletario como clase organizada y colocan en su lugar un mito imaginario e idealizado de trabajador dócil. La finalidad de ese mito es desalentar y domesticar ideológicamente a los trabajadores, que deben ser buenos e integrarse fluidamente al sistema de producción capitalista, tal como siempre lo habrían hecho el campo y su campesinado, considerados el motor económico del país.

Ahora bien, la representación de lo rural y del campesinado, se ciñe a expresiones pre-modernas. Por un lado, lo rural como virgen e intocado. Y el campesinado, como sujetos pintorescos. Es decir, desde esta perspectiva, la inscripción dramática y estética que expresó *Argentum* de lo popular es breve y no es urbano, es rural y se ciñe a expresiones pre-industriales, expresiones musicales y dancísticas del *criollaje* y/o *gauchaje* de antaño, a quienes parece considerar una entidad patrimonial de tipo museística, o tal vez como simples observadores del paso del tiempo en un contexto de modernidad de la que no serían protagonistas centrales. Si bien el relato no los excluye, porque a diferencia de los trabajadores industriales si aparecen en el relato del *show*, los integra en un rol subalterno. Desde la interpretación dominante, el espectáculo *Argentum* parece dividir el mundo subalterno en dos grandes grupos: uno, el campesinado, honrado, manso, natural, ingenuo, espontáneo, estático e infantil, se lo muestra alegre y fraterno como expresión cultural. Y el otro, el urbano, el invisibilizado o excluido no tiene cuerpo ni voz.

¿Pero por qué se minimiza el mundo urbano? Aquí podríamos abrir diversas especulaciones y variables, por ejemplo, que un espectáculo de esta naturaleza sólo quiere mostrar lo bueno, lo bello, lo deseado, lo esperable... Pero para no extendernos demasiado diremos que en la lectura liberal conservadora argentina, lo urbano se constituye en una amenaza, representa lo periférico, lo sucio e insalubre que acosa al centro. Por caso, el anti-peronismo ha representado habitualmente a los trabajadores urbanos como desconfiados, irracionales y esencialmente conflictivos. Pero al trabajador rural como un sujeto manso, solitario, que ama el lugar donde vive y sin pretensiones de cambiar, porque *no hay pago como mi pago*. En ese proceso *mitificador* ese campesinado fue recibiendo de la clase dominante la exclusividad de *lo popular* hasta convertirlo en guardián folclórico de las tradiciones patrias que nos representan y se deben conservar. Tanto en su clave ideológica como en su clave psicológica esta construcción del *yo* se transfiere y eleva en un *nosotros* colectivo de nación libre y moderna, compuesta por individuos aislados en estado de naturaleza prístina, supuestamente alejada de lo humeante y urbano, que en el sentido común más mundano es corrupto, se aleja de lo casto, de lo puro, del retorno cíclico a las virtudes primitivas de la tierra que *de sol a sol labraron nuestros abuelos inmigrantes*.

La literatura argentina ha polemizado largamente sobre esta apropiación de la tradición popular que construye la imagen del criollo como gaucho bueno, leal, honesto, que recibe lo que se le da sin quejarse ni cuestionar la propiedad o el origen de la tierra que

él mismo habita y trabaja. Por caso Ricardo Güiraldes en *Don Segundo Sombra* (1926) evoca al gaucho como personaje legendario, aunque lo coloca en un lugar subalterno, extra social, dotado de un bucolismo evangélico que se contrapone a la caracterización de un proletariado urbano que es esencialmente holgazán y ambicioso, que se queja y cuestiona el poder y la centralidad de la clase dominante. *Don Segundo Sombra*, gaucho emblemático de la argentinidad dorada e idílica del relato liberal conservador, representa la nostalgia del paraíso perdido, la nostalgia de un pasado luminoso, cristalizado en la memoria de ese dueño de la tierra que una vez fue niño. Ese niño que ahora es un adulto con responsabilidades, necesita -además de reproducir convenientemente su riqueza- legitimar el proyecto económico del país marginal y subdesarrollado que le ha tocado conducir. Sin embargo, en la realidad material y objetiva, conducir y legitimar un proyecto económico no significa volver a la naturaleza solitaria de otros tiempos donde descansan las bases del privilegio, sino que requiere avanzar hacia una utopía de futuro cuya promesa de libertad no sólo disponga autónomamente y sin controles burocráticos del capital, sino también de la sofisticación tecnológica que garantice una explotación eficiente de su tierra. Por un lado, un control superior del capital y sus expresiones tecnológicas no sólo permitirán maximizar la eficiencia de la explotación y ocupar un lugar entre los ricos del mundo desarrollado, sino también evitar los tumultos de un proletariado reivindicativo, resentido, incómodo y disolvente.<sup>14</sup>

Por último, *Argentum* mostró un impresionante despliegue de bailarines y músicos acompañados por imágenes proyectadas en pantallas digitales y *mapping*. Sin dudas, fue un *show* de primer nivel, una composición técnicamente moderna, escénicamente dinámica y emocionante. No sólo por su sentido ritual y simbólico, sino especialmente por trazar un horizonte de continuidad futura a partir de las referencias míticas del relato liberal conservador, cuya cíclica re significación garantizan el retorno a los tópicos de un tiempo perdido que vive eternamente en el arquetipo sacramental y nostálgico de la Argentina potencia.

### **Comentario final**

Respondiendo al interrogante inicial de este trabajo, es decir, ¿qué elementos marcaron la súbita recuperación del gobierno de Macri en términos de imagen y percepción del público en medios digitales y redes sociales tras un año de caída en las encuestas? Podemos decir resumidamente que, tanto la estrategia general de marketing político del gobierno como las tácticas comunicacionales y mediáticas específicamente instrumentadas durante el G20, lograron dominar la agenda de debate, revalidar las voces y opiniones de sus referentes, e instalar un marco interpretativo del evento que repuso y actualizó selectivamente los significantes fundacionales del relato histórico liberal conservador.

En este sentido, puntualmente la exclusiva Gala que se desarrolló en el teatro Colón el viernes 30 de noviembre de 2018 permitió, por un lado, el despliegue concurrente y la penetración exitosa de los dispositivos de reproducción y réplica mediática de un acontecimiento excepcional en cuanto a condensación simbólica. Y, por otro, activó las emociones, creencias e imaginarios de un público que proyectó la herencia del discurso liberal conservador hacia un horizonte de continuidad futura encarnada por el macrismo. Cada uno de los elementos que constituyeron la escenificación, desde el escenario, pasando por los invitados, los anfitriones, los relatores mediáticos y hasta el espectáculo propiamente dicho, actuaron sinérgicamente sobre los contornos de una configuración identitaria que actualizó sus expectativas y aspiraciones bajo un mismo esquema interpretativo.

---

<sup>14</sup> Para el relato liberal conservador, incluso ese proletariado concientizado y reivindicador está caricaturizado en sus propias aspiraciones, pues consideran que el proletariado combate porque desea el dinero de la burguesía y los terratenientes.



Foto: <https://www.perfil.com/noticias/actualidad/mauricio-macri-lloro-gala-teatro-colon-g20.phtml>

Finalmente, la imagen *trending topic* de Macri llorando de emoción en el teatro Colón rodeado por los líderes más poderosos del G20 y junto al reducido grupo de argentinos distinguidos que fueron invitados a la Gala, restauró por una noche el sueño de la Argentina blanca y cosmopolita que *bajó de los barcos* y que logró obtener, fruto del trabajo y el sacrificio, su merecida recompensa. Desde una perspectiva socio-semiótica, fue el ideograma meritocrático el que, por un lado, suturó la distancia objetiva que existe entre los emergentes aspiracionales de un imaginario dominante, y una realidad social marcadamente asimétrica en cuanto a igualdad de oportunidades para el desarrollo y la auto-superación. Y, por otro, el que permitió desplegar en el plano sensorial y afectivo la emoción de aquellos que sintieron, al menos por una noche, que el mundo los mira, los quiere y los devuelve al lugar al que siempre pertenecieron y del que nunca debieron haberse ido.

## Bibliografía

Ansaldi, Waldo. (2000). “La trunca transición del régimen oligárquico al régimen democrático”. En Falcón, Ricardo (dir). *Democracia, conflicto social y renovación de ideas*. Colección Nueva Historia Argentina. Tomo VI, Buenos Aires. Editorial Sudamericana, pp. 15-57.

Amado, Adriana. y Bongiovanni, Maximiliano (2016). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

Andacht, Fernando (2016). “Sobre el inesperado desembarco indicial del Reality Show en el siglo 21”. *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*. Vol.25 No.4.

Becerra, Martín (2017). “Macri y lo que sigue”. En Mastrini, G. y Becerra, M. (2017). *Medios en Guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016*. Buenos Aires: Biblos. Pp. 135-151.

Bourdieu, Pierre (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, Madrid.

Cadús, Eugenia (2020). *Danza y Peronismo. Disputas entre cultura de elite y*



*culturas populares*. Buenos Aires. Biblos.

Corbalán, Diego (2018). <https://www.pipol.news/2018-en-las-redes/>  
<https://scidata.com.ar/04/12/2018>

Costa, Mariana (2020). *La infografía en medios periodísticos. Del papel al dispositivo digital*. Tesis del Doctorado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inérita).

De La Garza, Enrique (2001). “La epistemología crítica y el concepto de configuración”. *Revista Mexicana de Sociología*, N°1/2001, pp. 109-127.

Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1972). *Para leer al Pato Donald*. Santiago de Chile. Siglo XI.

Fosk, Alejandro (2021) Comscore: “Perspectivas del escenario digital latinoamericano”, <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Comunicados-de-prensa/2021/2/Consumo-digital-2020-en-Latinoamerica> consultado el 18/02/2021.

Lobato, Mirta (2000). “Estado, gobierno y política en el régimen conservador”. En Lobato Mirta. *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)*. Colección Nueva Historia Argentina T. V. Buenos Aires, Sudamericana, pp.179-208.

Gerchunoff, Pablo - Llach, Lucas (2000). *El ciclo de la ilusión y el desencanto. Un siglo de políticas económicas argentinas*. Buenos Aires, Editorial Planeta. Cap. I., pp. 13-59.

Jenkins, Henry (2008). *La cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós.

Martínez, Fabiana (2016). “Nuevos sujetos neoliberales: configuraciones sobre el mérito en los discursos del PRO”. *Oficios Terrestres* (N.º 35), e001, julio-diciembre. FPYCS | Universidad Nacional de La Plata. Argentina

McChesney, Robert - Nichols, John (2002). *Our media, not theirs: the democratic struggle against corporate media*. New York: Seven Stories.

Pariser, Eli (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Books.

Ponza, Pablo (2020): “Convergencia tecnológica, concentración de Medios y pluralidad”. *Cuadernos De H Ideas*, 13(13), e025. <https://doi.org/10.24215/23139048e025> Universidad Nacional de La Plata.

Quevedo, Luis Alberto y Ramírez, Ignacio (Coord.) (2021). “Claves del enfrentamiento político en la Argentina reciente”. *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*. Buenos Aires: Capital Intelectual. Pp. 11-34.

Rojas, Leónidas (2021). “Rankings de Medios en Argentina: ¿dónde queda el engagement?”. Comscore Whitepaper South-Cone, Edición Argentina 2020. 27 de mayo, 2021. <file:///C:/Users/Pablo/Downloads/Rankings-De-Medios.pdf>

Sangalli, Andrea (2020) Comscore: “Global State of Mobile” <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2020/Global-State-of-Mobile> consultado el 16/11/2020.

Schuttenberg, Mauricio - Fontana, Julián (2010). “La apelación a la historia como instrumento de construcción de una identidad “liberal conservadora”. *Cuadernos de H Ideas*, vol. 4, n° 4, diciembre 2010.

Vigna, Diego (2020). “La forma revista en su versión digital. Propuesta metodológica para el análisis de publicaciones culturales y literarias desde el contexto argentino”. *Cuadernos del CILHA* - a. 20 n. 32 – (48 - 77).