

¿La política sin intermediarios? El programa radial *Conversando con el presidente* y la crisis argentina de 2001

Mariana Cané Pastorutti ⁽¹⁾

Resumen: Este artículo analiza la puesta en escena de la palabra política del presidente Eduardo Duhalde en el ciclo radiofónico *Conversando con el presidente* [CCEP], en el marco de la crisis argentina de 2001. Las ochenta emisiones que tuvo el programa entre enero de 2002 y mayo del 2003 son estudiadas a partir de tres dimensiones: la construcción del objeto de discurso “la gente”, las temáticas abordadas y la dinámica de interacción establecida entre entrevistado, entrevistador y oyentes. Se concluye que CCEP constituyó un escalón en el proceso de mutación hacia el formato representativo de proximidad que comenzaba a generalizarse en el periodo. En este sentido, y aunque CCEP pretendía erigirse como “un canal directo” entre el presidente y la ciudadanía, supuso una lógica de proximidad indirecta, no interactiva y singularizante.

Palabras clave: crisis del 2001 - Duhalde - *Conversando con el presidente* - mediatización - proximidad

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 84]

⁽¹⁾ **Mariana Cané Pastorutti.** Centro de Estudios Sociopolíticos, Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de Gral. San Martín – Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. Becaria postdoctoral del CONICET y docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Magíster en Ciencia Política (EIDAES/UNSAM) y Licenciada en Sociología (UBA). cane.mariana@gmail.com

Introducción

El último cuarto del siglo XX fue leído por la ciencia política y por los estudios de la semiosis social como un periodo atravesado por dos procesos: la crisis de representación y la mediatización de la política. A la luz de nuevas formas del lazo representativo y de la conformación y consolidación de las sociedades hipermediatizadas en las postrimerías

de aquel siglo y principios del XXI, diversas investigaciones más contemporáneas han revisado el vínculo entre aquellos dos procesos; estas se han ocupado de revisar las transformaciones producidas en las denominadas sociedades post-industriales y, con ello, el estatuto que tanto los medios como la política tuvieron en ellas. Por un lado, encontramos los trabajos de Fernández y Cingolani (2010) y Fernández (2014) que, revisitando los de Eliseo Verón (1998), han repensado el vínculo entre medios y política y ambas crisis desde una clave más que de causa-efecto, de interrelación mutua. Por su parte, y siguiendo el ya clásico trabajo de Bernard Manin (1998) sobre la representación y los de Rosanvallon (2008, 2009) sobre la democracia, Rocío Annunziata (2012, 2013) ha sugerido analizar los cambios en el lazo representativo en clave de mutación y no de mera crisis de representación, pudiendo así enfocar el análisis tanto en los elementos de continuidad como de ruptura, y no solo de ruptura. Como es de esperar, estos elementos han adoptado en el caso argentino ciertas especificidades y es allí en donde la indagación en torno a la crisis del 2001 y al gobierno provisional de Duhalde (entre enero de 2002 y mayo de 2003) cobran peso propio.

En este marco, el presente trabajo propone visitar el periodo 2002-2003 como parte de aquel proceso de mutación del lazo representativo¹ y sugiere hacerlo a partir de un *corpus* poco explorado: el programa radial *Conversando con el presidente* [CCEP, de aquí en adelante]. El objetivo es, entonces, analizar la puesta en escena de la palabra política del presidente Eduardo Duhalde que supuso aquel ciclo radiofónico en la coyuntura de la crisis argentina de 2001. Este programa, que estuvo al aire en Radio Nacional a lo largo de toda su presidencia provisional, constituyó uno de los pilares del intento de construcción de legitimidad política de un gobierno no electo por el voto popular y que se desarrolló en el marco de una profunda crisis de carácter multidimensional, pero que impactó muy especialmente en la capacidad de la palabra política para delinear legítimamente los contornos de la comunidad política (Cané Pastorutti, 2020). En este sentido, cabe preguntarse: ¿qué modo de mediatización de la palabra presidencial implicaba *Conversando con el presidente*? ¿Qué tipo de vínculo se establecía allí entre Duhalde y la ciudadanía? ¿Qué rol jugó ese programa radial en el marco de la crisis del 2001 y su procesamiento por parte del gobierno provisional de Duhalde? Para dar respuesta a estos interrogantes, se indagará en tres dimensiones que se desprenden de la apertura del ciclo, en la que se explicitaban sus objetivos:

- (1) *Conversando con el presidente* es un programa radial que abre un canal directo de comunicación entre el presidente y los ciudadanos. Un programa para que la gente conozca cada semana y sin intermediarios lo que el gobierno va realizando para encauzar la situación, resolver dificultades y construir un nuevo país.²

A pesar de las modificaciones en la locución³, esta introducción formó parte de todas las emisiones del ciclo, trazando sus objetivos y definiendo claramente sus alcances: que *la gente conozca sin intermediarios* qué hacía el gobierno para salir de la crisis. Así, las tres dimensiones a rastrear serán: la construcción del significante “la gente” como objeto de discurso; los principales temas y eventos que abordó el programa, en relación a la disputa

por la agenda política del periodo, y las modalidades de la polémica asociadas a ellos; y el modo de interacción que propuso el programa radial entre los actores involucrados (Duhalde, entrevistador, oyentes).

En primer lugar, para poner en consideración a CCEP como un dispositivo de mediación no interactiva lo compararemos con otras experiencias similares en la región (e.g. *Aló, presidente*, conducido por el presidente venezolano Hugo Chávez). Posteriormente, el artículo se desarrollará en tres apartados dedicados a las dimensiones previamente referidas para, finalmente, extraer una serie de conclusiones que permitirán sostener que *Conversando con el presidente* se constituyó como un escalón en el proceso de mutación hacia el formato representativo de proximidad, pero con un carácter no interactivo.

Notas teórico-metodológicas

Se trabajó sobre un *corpus* conformado por los audios y las transcripciones de los 80 envíos con los que contó *Conversando con el presidente*⁴. Este programa estuvo al aire entre el 26 de enero de 2002 y el 17 de mayo de 2003; acompañó a Duhalde durante toda su presidencia provisional (1ro de enero de 2002 – 25 de mayo de 2003), pero no sin sufrir una serie de transformaciones, entre las cuales sobresale el cambio en su frecuencia. CCEP estuvo al aire por primera vez un día sábado (26 de enero) y estableció originalmente una frecuencia de tres emisiones semanales (martes y jueves a las 8.30hs y sábados 9.30hs). Pero, transcurridos casi dos meses, el 9 de marzo de 2002 se anunció que el programa reduciría su frecuencia a un sólo envío semanal, quedando al aire únicamente los días sábado.

Este *corpus* se abordó desde una perspectiva cualitativa anclada en el análisis del discurso, a partir de tres conceptos clave: el de objeto de discurso (Arnoux, 2013; Sitri, 2006); el de dialogismo polémico (Amossy, 2016; Montero, 2012) y el de escena de enunciación (y su correlativa distinción entre escena englobante, escena genérica y escenografía) de Dominique Maingueneau (1996, 2004). Si bien estas herramientas teórico-metodológicas alimentan el abordaje global del trabajo, se engarzan con cada una de las dimensiones analizadas: objeto de discurso “la gente”, temáticas y modalidades de la polémica, y modo de interacción.

El discurso se entiende aquí en su sentido amplio y no únicamente reducido a lo lingüístico, esto es, como configuración de relaciones significantes. En este punto es donde se vuelve clave el carácter auditivo del *corpus*, a los efectos de rastrear aspectos indiciales que nos permiten recomponer más acabadamente la escenografía (Maingueneau, 2004) construida en CCEP. Por caso, el sonido ambiente y el tono de las voces de los y las ciudadanas que realizaban preguntas no podría reponerse sin el material en formato auditivo.

Cabe aclarar que este trabajo no busca llevar a cabo un análisis en términos de discurso mediático. Antes bien, en diálogo con la perspectiva de la semiosis social (Verón, 1998), pretende investigar una puesta en escena de una discursividad política muy singular, como es la de un programa de radio protagonizado por un presidente y un entrevistador. Ambos revisten particularidades: mientras el primero fue un presidente provisional no

electo por voto popular, sino por el de la Asamblea Legislativa⁵, el segundo era el director de Radio Nacional Argentina (AM 870), el locutor y periodista Mario Giorgi. Esta emisora integraba el Sistema Nacional de Medios Públicos, bajo la órbita de la Secretaría de Medios de Comunicación de la Presidencia de la Nación, a cargo de Carlos Ben; para comienzos de 2002, este organismo estaba bajo intervención a raíz de una denuncia por gestiones fraudulentas del gobierno previo⁶.

Aunque, como dijimos, no es el foco de nuestro abordaje, sí cabe que señalar que la progresiva complejización de los soportes tecnológicos, sus vínculos con lo social y el consecuente surgimiento de nuevas discursividades ha sido descrita por Eliseo Verón en términos de mediatización. Iniciada por la prensa escrita en el siglo XIX y acelerada por la fotografía, el cine, la radio, la televisión y, más acá en el tiempo, por internet y las redes sociales, la progresiva mediatización de la sociedad, en general, y de lo político, en particular, permite distinguir una serie de etapas: sociedad mediática, mediatizada e hipermediatizada. Mientras en la primera, los medios son concebidos en forma representacional, como una suerte de “espejo (más o menos deformante, poco importa) donde la sociedad industrial se refleja y el cual ella se comunica” (Verón, 2001, p. 14), en la segunda “el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios” (2001, p. 15). En consonancia con Verón (2002), Fernández y Cingolani advierten que “la mediatización no cambia la naturaleza de la puesta en escena política”, sino que su especificidad es la ruptura de escala que implica la “transferencia al nivel colectivo de operaciones de significaciones (icónicas, indiciales, simbólicas)” (Fernández y Cingolani, 2010, p. 40). Procuraremos, entonces, identificar algunas de esas modalidades de funcionamiento significativo en el nivel de producción. Allí rastrearemos los modos del discurso radiofónico –esto es, radio-transmisión, radio-soporte y radio-emisión (Fernández, 1994)–, estableciendo en cada etapa la predominancia de cada uno de ellos por sobre los demás. Según esta clasificación, el modo emisión supone la puesta al aire de un texto radiofónico “desde un ‘estudio’ con múltiples voces entrecruzándose y ruidos de papeleo” (1994, p. 68); el modo soporte puede, por caso, “incluir una reflexión íntima del locutor/conductor sin ruido de ambiente” (1994, p. 68); y el modo transmisión puede remitir a “la emisión de las alternativas de un acto político que se está realizando en ese momento” (1994, p. 68). Finalmente, la dimensión de recepción o reconocimiento excede los alcances de nuestra indagación y, sin embargo, como veremos, se escenificará parcialmente a través de la figura del tercero imaginado en producción (Fernández y Cingolani, 2010, p. 41) asociado, en nuestro caso de estudio, al colectivo “la gente”.

Pero CCEP no fue el único caso de mediatización de la palabra política protagonizada por un/a presidente/a latinoamericano/a. Dedicaremos el siguiente apartado a repasar brevemente algunas de las experiencias similares a las que asistimos a comienzos del siglo XXI en la región.

Presidentes/as latinoamericanos/as al aire

Para 2002/2003, CCEP era una experiencia novedosa para nuestro país, mas no para la región. Desde fines de los años noventa, diversos programas televisivos y radiales protagonizados por presidentes y presidentas habían sido moneda corriente en América Latina. De entre los casos más significativos podemos destacar el del venezolano Hugo Chávez con *Aló presidente* (radio y TV, 1999-2012) y el de su sucesor Nicolás Maduro con *Contacto con el presidente* (TV, 2013-2017) y *Los domingos con Maduro* (TV, 2017); el de los brasileños José Sarney con *Conversa al pie de la radio* (1985-1990), Fernando Henrique Cardoso con *Palavra do presidente* (radio, 1995-2002), Luis Inácio 'Lula' Da Silva con *Café com o Presidente* (radio, 2003-2010) y la continuación con *Café com a Presidenta* con Dilma Rousseff; el del ecuatoriano Rafael Correa con *Enlace Ciudadano* (radio y TV, 2007-2017); el del boliviano Evo Morales con *El Pueblo es noticia* (radio y TV, 2007-2019); y el del uruguayo José 'Pepe' Mujica, con *Habla el presidente* (radio, 2010-2015).

A pesar de las diferencias en el formato (varios de ellos comenzaron siendo programas radiales para pasar luego a ser emitidos por televisión) y en la duración (tanto de cada emisión como del ciclo en su totalidad), casi todos comparten el haber estado al aire en cadenas públicas y en forma semanal. Por caso, *Aló presidente* se transmitía, primero, por Radio Nacional de Venezuela y, luego, en el Sistema Nacional de Medios Públicos de Venezuela en su formato televisivo (ViVe Televisión, Venezolana de Televisión, YVKE Mundial); *Enlace ciudadano* podía verse por las emisoras estatales Ecuador TV y Gama TV; *Café com o presidente* se emitía originalmente por Radiobras, posteriormente incorporada a la Empresa Brasil de Comunicação; *El pueblo es noticia* se difundía, primero, por Radio Illimani – Red Patria Nueva y, luego, por Bolivia TV. Un caso excepcional en este aspecto es el de *Habla el presidente*, de José Mujica. Y esto, no solo porque la emisora M24 no es estatal, sino porque, además, Mujica ya tenía allí su ciclo *Hablando al Sur* desde antes de ocupar la presidencia. Este ciclo estuvo al aire entre 2005 y 2008 cuando el dirigente del Movimiento de Participación Popular-Frente Amplio era Ministro de Ganadería del gobierno de Tabaré Vázquez y ha vuelto a estarlo, con ese mismo nombre, cuando finalizó su presidencia en 2015.

En estos casos predominaba la frecuencia semanal, en horarios matinales y, generalmente, en vivo. Como señalamos, CCEP tuvo la particularidad de haber comenzado con tres programas semanales para, a partir de marzo, emitirse semanalmente los sábados. El caso contrario fue el de *Café com o presidente*, que comenzó teniendo una frecuencia quincenal y aumentó sus emisiones a una semanal, en septiembre 2005. Los días sábado eran también los de transmisión de *Enlace ciudadano*, mientras que *Aló presidente*, *Contacto con el presidente/Los domingos con Maduro* y *El pueblo es noticia* se emitían los domingos, *Café com o presidente* y *Café com a presidenta*, los lunes, y *Habla el presidente*, los viernes. Finalmente, la extensión de estos programas era también variable: desde los 6 minutos que duraba el de Dilma Rousseff (Peng, 2014), hasta las más de 8 horas que llegó a tener el de Hugo Chávez (emisión del 23 de septiembre de 2007 (Ramírez Lasso, 2012)), pasando por los 10 a 15 minutos que solía tener CCEP.

Sin embargo, la característica que más interesa comparar es la vinculada a la escenografía construida por estos dispositivos de mediatización de la palabra presidencial. Desa-

rollaremos el punto en el último apartado, pero cabe subrayar que los casos reseñados han tendido a estructurarse en torno a una dinámica entrevistador-entrevistado. Son excepciones, en este sentido, *Aló presidente* y *Contacto con el presidente/Los domingos con Maduro, Enlace ciudadano* y *Habla el presidente*. Ahora bien, si tomamos como paradigmáticos dentro de sus dinámicas los programas de Chávez (mayormente emitido por TV, conducido por el presidente, más de diez años al aire) y de 'Lula' Da Silva (radial, formato entrevista, aproximadamente ocho años al aire) podemos establecer una serie de puntos de contacto y de diferencia relevantes con CCEP. *Café com o presidente*, aunque posterior, es similar a CCEP tanto por su género (programa radial), como por su formato (Da Silva era entrevistado semanalmente por el periodista Luiz Fara Monteiro y luego por Luciano Seixas, quien seguiría al aire cuando tuviera como interlocutora a la presidenta Rousseff). Tenía un formato relativamente fijo, en el que las preguntas del entrevistador eran cortas y objetivas y las respuestas del presidente, más bien extensas, y donde la apertura y el cierre de cada programa disponían de un esquema también similar (Ludovice, 2011)⁷. Asimismo, y aunque la incorporación de invitados o terceras voces no era la regla, el ciclo del presidente brasileño contó con la presencia de miembros del gabinete (como el ministro de integración nacional, Geddel Viera, el ministro de salud José Gomes Temporão o el de deporte Agnelo Queiroz) y de figuras populares, como los jugadores de fútbol Romário y Dunga (Dancur, 2009). En resumen, en *Café com o presidente* “hay un intento de persuadir y convencer a sus votantes y al público en general que el trabajo del Presidente en el Gobierno Federal va por buen camino” (Ludovice y Pernambuco, 2014, p. 346), valiéndose de datos, números e informaciones concretas, pero también buscando identificarse con el pueblo y sus problemas cotidianos (2014, p. 359).

Aunque similar en este último aspecto, *Aló presidente* presentaba un formato más interactivo y variable en diversos sentidos. Su primera emisión radial fue el 23 de mayo de 1999, pasó transmitirse por radio y televisión el 27 de agosto del 2000, y contaba con una duración promedio de cinco horas (Ramírez Lasso, 2012). Además de ser conducido casi exclusivamente por Hugo Chávez⁸, el ciclo era transmitido desde diversos espacios, que incluían desde el palacio presidencial de Miraflores, hasta “Escuelas Bolivarianas, aeropuertos, barrios populares, sitios históricos, islas, parques nacionales, cuarteles” e, incluso, más allá de las fronteras venezolanas, en “Guatemala, República Dominicana, el Vaticano y Buenos Aires” (Bolívar, 2003, p. 93). Esto no solo le imprimía al programa un gran dinamismo, sino que además mostraba al presidente mucho más cercano a las diferentes realidades del país. En ese mismo sentido iba –y esto por supuesto era posible únicamente por la condición televisada del programa– la variedad de vestimentas que Chávez utilizaba, que incluían desde uniformes y camperas deportivas, camisas y boinas rojas, hasta trajes formales e, incluso, un uniforme de paracaidista (Bolívar, 2003). Sin embargo, el carácter más sobresaliente a los efectos de la comparación que nos interesa, es el vinculado a los invitados e invitadas. A este respecto, Adriana Bolívar (2003) identifica cuatro tipos de invitados, según su modo de aparición en el programa: 1) presenciales (durante toda la emisión o solo unos minutos), que incluían desde miembros del gabinete, hasta periodistas y gobernadores; 2) los que participaban telefónicamente y 3) los que lo hacían desde unidades móviles en diferentes locaciones; y, finalmente, 4) los participantes indirectos, esto es, aquellos que eran incorporados mediante videos o entrevistas. Especialmente en

los tres primeros casos, la interacción con el presidente era directa (sin entrevistador) y dialógica (con réplicas). Con estos mecanismos, *Aló presidente* buscaba dar respuesta a la “necesidad de conformar un espacio de encuentro con los venezolanos a fin de conocer de primera mano sus inquietudes y dar respuesta oportuna a las mismas” (www.alopresidente.gob.ve [actualmente no disponible], citada en Ramírez Lasso, 2012, p. 615) y, en este sentido y a pesar de las diferencias, constituye un antecedente crucial de CCEP. En los próximos apartados, revisaremos las especificidades del caso argentino en relación a las tres dimensiones indicadas: la construcción del objeto de discurso “la gente”, las temáticas abordadas y las modalidades de la polémica, y modo de interacción entablado.

“La gente” como objeto de discurso

“La gente” ocupaba un lugar privilegiado en la propia concepción del programa CCEP: no solo como paradesinatario (Verón, 1987), sino también como objeto de los discursos que lo conformaban. Pero, ¿cómo era concebido, imaginado ese sujeto en los discursos del ciclo? En otras palabras, ¿por qué había que hacerle conocer “sin intermediarios” las acciones de gobierno? En este sentido, cabe estudiar a “la gente” más que como un sujeto exterior a la política, como uno de los objetos del discurso político, como aquello de lo que también la política dice algo⁹.

Ya desde fines de la década de 1980, la escena pública estaba protagonizada por “la gente”, como “conjunto de individuos desligados de lazos partidarios y como un ser evanescente y cambiante al que es necesario medir con frecuencia” por medio de sondeos de opinión pública (Vommaro, 2008, p. 17). Nueva forma del sujeto de la legitimidad democrática y aparentemente diferente al pueblo de la tradición nacional-popular (2008, p. 16) –más lábil, informe–, hacia fines de 2001 “la gente” parecía haber cristalizado en la consigna “que se vayan todos”¹⁰. El campo discursivo de principios del siglo XXI argentino se estructuró sobre la clave explicativa “la gente” vs “los políticos”. Y, a pesar de ello, “la gente” no dejó de ser objeto de los propios discursos políticos que, no sin dificultad, intentaban darle forma, definir sus contornos y, en ese movimiento, también representarla.

CCEP se presentaba como una respuesta a la pérdida de legitimidad de la palabra política y, con ello, como una pieza en el proceso de construcción de un nuevo vínculo entre “los políticos” y “la gente”. Como rezaba su apertura cotidiana, buscaba llegar a “la gente” *sin intermediarios*, pero ese acercamiento tenía dos presupuestos. Por un lado, Duhalde sabía lo que “la gente” quería y, además, –afirmaba– gobernaba en consecuencia:

(2) debemos propiciar la renovación de la política en todos partidos políticos. *Cuando la gente dice que se vayan todos, nosotros tenemos que decodificar lo que quiere decir y quiere decir que cambien*. Porque nadie podrá estar pensando seriamente que se van todos y no viene nadie. Entonces, tienen que venir nuevos dirigentes, es decir, no solamente nuevas propuestas sino también nuevos dirigentes. (25 de enero 2003)

Si bien parece autoevidente que un dirigente político se autoperciba conocedor de “lo que quiere decir la gente”, no deja de resultar sugerente la reivindicación de “la política” y el rol de “los políticos” –nótese el uso de la primera persona del plural– en la interpretación de aquellas pretensiones, en un contexto de mutación de su propia legitimidad. Pero, a pesar de eso, –y este es quizás el aspecto más saliente– “la gente” se configuraba en CCEP, más que como sujeto, como objeto de una serie de explicaciones, destinataria de ciertos conocimientos: a la gente había que *hacerle saber*.

(3) La gente debe escuchar esto de ‘financiamiento ordenado’ y *yo imagino que no sabe qué quiere decir*. En realidad el año pasado todas las provincias estaban quebradas; muchas de ellas tuvieron que emitir bonos y la situación económica, igual que a nivel nacional, era tremenda. *Entonces* comenzamos a firmar acuerdos que tenían como respaldo el acuerdo que íbamos a lograr con el Fondo Monetario Internacional que se había comprometido a ayudarnos, *pero finalmente* no cumplió el compromiso y entonces el Estado nacional con fondos propios está llevando adelante este programa para mejorar las finanzas de cada una de las provincias, ir rescatando esos bonos, es decir, que sólo que- de moneda nacional. (22 de febrero de 2003)

(4) La gente a veces escucha la palabra ‘recesión’ y *no sé si tiene muy claro lo que quiere decir*. *Quiere decir* que se produce menos, que el país produce menos riqueza y cuando el país produce menos riqueza, se empiezan a complicar las cosas *porque ahí empiezan a pagar el pato todos*. (26 de abril de 2003)

En el delicado equilibrio entre mostrarse probo, portador de una cierta experticia en el ejercicio del gobierno, racional y competente (Dagatti, 2019, p. 39), al tiempo que conocedor de lo que “la gente quiere” y cercano a sus preocupaciones, Duhalde daba cuenta de los conflictos de la coyuntura y de las decisiones adoptadas por su gobierno, explicando conceptos complejos diseccionándolos (“Entonces... pero finalmente...”), con un lenguaje sencillo (cuando no coloquial, “pagar el pato”), ejemplos y preguntas metadiscursivas¹¹. Pero las explicaciones eran solo un modo de acercarse a “la gente”. Explotando un lado no tan lógico-racional sino, antes bien, emotivo, CCEP buscaba transmitir optimismo y esperanza.

(5) Estaba viendo “Fútbol de Primera” -no me pierdo ningún “Fútbol de Primera”- y le preguntaban a la gente cuál era el deseo para este año y toda la gente decía lo mismo: “Trabajo, trabajo, trabajo”. Y ése es realmente el norte de mi Gobierno. Es decir, meternos todos en la cabeza que la única forma que tenemos de salir es trabajando cada día más. (...) Así que, voy a empezar a recorrer las fábricas que se abran porque también la gente debe tener los mensajes de optimismo que tienen que ver con esto. Reitero lo que decía la gente cuando se le preguntaba en “Fútbol de Primera”: ¿cuál es la prioridad en Argentina? Trabajo, trabajo, trabajo. (16 de febrero de 2002)

Mostrándose cercano al “hombre común” (que se supone fanático de fútbol y del programa dominical de la televisión argentina que resumía los partidos de la semana), Duhalde ofrecía también mensajes esperanzadores en todos los programas del ciclo, al tiempo que pedía a la ciudadanía tiempo y comprensión para notar los efectivos positivos de las políticas adoptadas.

Así, “la gente” era construida como objeto de explicaciones y sujeto de esperanza y comprensión. En este escenario, el rol de “los políticos” era *decodificar* lo que ella *quería decir*. Era por ello que Duhalde recorría el país, diferentes provincias y ciudades (Tucumán, Santiago del Estero, Misiones, Mendoza, Tierra del Fuego¹²), fábricas y establecimientos productivos de todo tipo; al comenzar CCEP, el entrevistador siempre aclaraba desde dónde estaba realizándose la transmisión y, en caso de que el presidente estuviera en la sede del gobierno central, subrayaba cuál había sido su recorrido semanal. En este punto, el ciclo radial argentino replicaba, en alguna medida y con las limitaciones que el medio suponía, el formato de *Aló presidente*.

Temáticas y eventos. Las dimensiones de la crisis

Mostrar las acciones del gobierno para “encauzar la situación, resolver dificultades y construir un nuevo país”: tal era el objetivo mentado de CCEP y que, en el marco de la crisis multidimensional de fines de 2001, se plasmó en una lógica de la rendición de cuentas. En este sentido es posible identificar un conjunto de temáticas transversales a todo en ciclo, con oscilaciones asociadas a eventos puntuales vinculados a ellas. Estas temáticas eran introducidas bajo tres modalidades: las preguntas del entrevistador, las intervenciones de ciudadanos y ciudadanas (cuya dinámica se analiza en el último apartado) y las respuestas/intervenciones de Duhalde. Esta última modalidad era posible porque las preguntas eran usualmente concisas y las respuestas, más bien extensas –al igual que advertía Ludovice (2011) en su análisis del ciclo *Café con o presidente*– y permitían cierta flexibilidad y apertura.

El diálogo de cada emisión entre Duhalde y su entrevistador giraba, en todos los casos, en torno a más de un temática; a pesar de ello, es posible identificar una serie de continuidades.

Dimensión	Temática	Eventos
Social	Política de planes y programas sociales	Lanzamiento Plan Jefes y Jefas, avances en su implementación (desarrollo de cobro, surgimiento de irregularidades); plan medicamentos genéricos; subsidio mayores de 70 años
	Protesta social	Ciclos de protesta social; asesinato de Maximiliano Kosteki y Darío Santillán
Economía	Relación con organismos multilaterales de crédito (FMI, BID)	Pasos en la negociación de acuerdo con FMI; apoyos internacionales (España, EEUU, Vaticano).
	Corralito/Corralón	Flexibilizaciones de corralito y corralón; amparos judiciales de ciudadanos/as; intervenciones de CSJN.
	Inflación	Publicación de datos de inflación mensual; repercusiones por aumentos de precios.
Político-institucional	Relación con provincias y sus gobernadores	Negociación de acuerdo 14 puntos; visitas a diversas provincias.
	Elecciones	Adelantamiento elecciones, modificaciones cronograma electoral, negociaciones por la realización de primarias obligatorias, intervenciones judiciales.

Tabla 1. Dimensiones, temas y eventos

Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento de emisiones de CCEP

Podemos clasificar las temáticas en tres grandes dimensiones de la crisis: social, económica y político-institucional. Las que atravesaron los casi diecisiete meses que estuvo al aire CCEP fueron, en el plano social, los diversos programas y planes sociales implementados y las acciones colectivas de protesta social; en el plano económico, el seguimiento de las negociaciones con los organismos multilaterales de crédito para alcanzar acuerdos de renegociación de la deuda externa, y los aumentos de precios de bienes y servicios públicos; y en el plano político-institucional, la relación con las provincias y sus gobernadores, y las elecciones. La transversalidad de estas temáticas no implicó, sin embargo, que tuvieran puntos más álgidos, dependiendo de cada caso. En ese sentido y en relación a los eventos coyunturales puntuales, sobresalen, la negociación del acuerdo de 14 puntos con los gobernadores en abril de 2002, el recrudecimiento de la protesta social y el asesinato de Maximiliano Kosteki y Darío Santillán en el Puente Pueyrredón a manos de la represión policial a fines de junio; y el adelantamiento de las elecciones anunciado a principios de julio. Un caso paradigmático por su recurrencia es el del diálogo con el Fondo Monetario Internacional para la concreción de un acuerdo de renegociación de la deuda externa defaultada. Decimos que es paradigmático no solo porque fue tematizado en casi todos los envíos del programa, sino también porque el propio entrevistador se hacía eco de la reiteración:

(6) Es, diría, inevitable y por suerte terminamos ya con esta clásica pregunta de los sábados, pero ha sido, sin duda, un tema recurrente desde lo periodístico, de la ansiedad por concretar. Durante 62 programas hemos estado hablando del acuerdo entre la Argentina y el Fondo Monetario Internacional. (18 enero de 2003)

Las tematizaciones orientadas por CCEP se volvían especialmente evidentes en los casos en que aparecían vinculadas a formas polifónicas metadiscursivas. Los debates con terceros solían tener un tono poco polémico; podemos encontrar en ellos recurrentes refutaciones y resemantizaciones, aunque usualmente sin referencias directas a las voces con las que se entablaba la polémica. El siguiente intercambio es elocuente al respecto:

(7) Giorgi.- Doctor Duhalde: ayer el ministro de Economía manifestó que no se van a fijar los *precios máximos*, hoy esto es tapa de los diarios. ¿Qué va a pasar en materia de precios?

Duhalde.- *Creo que ahí hubo una mala interpretación. En realidad nosotros estamos buscando precios de referencia, que no son precios máximos y, en todo caso, sí tenemos la idea de ir buscando centros de abaratamiento, como hubo en otras épocas de crisis, para que los productores en forma directa puedan vender sus productos y que le lleguen a la canasta familiar mucho más barato. Una de las principales preocupaciones que tienen la gente y el Gobierno es ver cómo -y uno de los cómo es intensificando la competencia- podemos lograr que los precios de los artículos de primera necesidad bajen y se pongan a tono con la crisis (4 de mayo de 2002).*

Este fragmento –que nos sitúa en la dimensión económica, dentro del temática “inflación”– introducía explícitamente la polémica (“Creo que ahí hubo una mala interpretación”) establecida, en este caso, con aquellos medios gráficos que, en sus tapas, habían afirmado que se establecerían “precios máximos”. El proceso de renombración, derivado de una negación (“precios de referencia, que no son precios máximos”) apuntaba a clarificar el enfoque de la política de precios y explicitar, frente a las acusaciones de intervención espuria del Estado en el mercado, que se buscaba orientar con “precios de referencia” y “centros de abaratamiento”, “intensificando la competencia”.

Finalmente, interesa subrayar una notoria ausencia en las temáticas abordadas por el presidente durante el último trimestre de 2002: la interna del Partido Justicialista. Esta cuestión ingresó con contundencia al programa recién en enero de 2003, cuando ya era *vox populi* que la candidatura de Néstor Kirchner había recibido el visto bueno de Duhalde. Y, sin embargo, había estado llamativamente obliterada durante la etapa previa, cuando un grupo de diputados menemistas realizó una presentación ante la Justicia Electoral para declarar inconstitucional la realización de primarias obligatorias. Si bien el presidente hizo uso del espacio radial para defender su propuesta de realización de elecciones primarias dentro de todas las estructuras partidarias (como vía para promover lo que, entendía, requería un proceso de renovación), no mencionó las sendas legales que aquella iniciativa recorrió y prefirió eludir referencias –salvo en contadas ocasiones– a sus principales

adversarios del Partido Justicialista, los expresidentes Carlos Menem y Adolfo Rodríguez Saá. En este punto se deja entrever también (y marcando una clara diferencia con *Aló presidente*), la baja intensidad de la polémica que Duhalde imprimió al ciclo.

En resumen, y más allá de los objetivos explicitados, CCEP se configuró como un dispositivo que permitía a Duhalde y a su gobierno: a) disputar por la imposición de una agenda de temas –y una cierta clave de lectura– en la escena pública (porque más allá de su propia difusión, las declaraciones del presidente eran luego replicadas y/o debatidas en otros medios de comunicación); y b) contribuir a regular las expectativas tanto de la sociedad como del sistema político, explicando detalladamente los avances y retrocesos, en una coyuntura de crisis y, por ello, de proliferación de demandas diversas. En tanto dispositivo de mediatización de la palabra presidencial, CCEP era una apuesta por intervenir en la escena conformada por los discursos políticos, mediáticos y de la opinión pública. Allí, la pretendida ausencia de intermediación le imprimía su especificidad. En el próximo apartado, indagaremos en los alcances de dicha ausencia y en sus particularidades.

Mediatización no interactiva

En este apartado analizaremos la dinámica de interacción propuesta por CCEP, es decir, los alcances que tuvo su propuesta de acercarse a “la gente” “sin intermediarios”. El ciclo emergió como una estrategia de proximidad (Rosanvallon, 2007, 2009; Annunziata, Ariza y March, 2018) orientada a acortar esa distancia que la ciudadanía registraba respecto de “los políticos”, es decir, como una respuesta del gobierno de Duhalde a lo que entendía como una necesaria renovación de la política en el marco de una crisis de representatividad. Para dar cuenta de las particularidades de este dispositivo de mediatización, indagaremos en la escena de enunciación que configuró (Maingueneau, 2004). Desde la perspectiva de Maingueneau, reponer esta escena supone comprender el texto como “huella de un discurso en el que la palabra es *puesta en escena*” (2004, p. 6), y no simplemente como un contenido exterior respecto de la escena en la que el discurso se legitima como tal.

CCEP se conformaba como una escena de enunciación sostenida sobre una escena englobante definida por el tipo de discurso político, en la que los oyentes eran identificados con la ciudadanía argentina. En el nivel de la escena genérica, predominó la entrevista periodística, mientras en el de la escenografía pueden identificarse dos momentos: un primero que abarcó solamente el primer mes y estuvo marcado por la presencia de “las preguntas de la calle” (Giorgi, 7 de febrero de 2002) y un segundo que se extendió desde marzo de 2002 (también en coincidencia con la reducción en la frecuencia semanal) hasta mayo de 2003 y se estructuró en torno al discurso referido indirecto, mediado por la voz del entrevistador. En la primera etapa, la escenografía incorporaban terceras voces, “preguntas de la calle”: breves intervenciones, introducidas por Giorgi y dirigidas al presidente, bajo la forma de preguntas de ciudadanos y ciudadanas “comunes”, “de a pie”. Sólo en dos casos estos indicaban sus nombres de pila o nombres y apellidos:

(8) Yo soy Mirta, de Belgrano. Estoy indignada con el decreto que elimina el tope de 3 mil pesos para los sueldos de los funcionarios, que era una buena medida y ahora se echaron atrás. ¿Cuándo van a recortar los gastos en política? (26 de enero de 2002)

(9) Mi nombre es Víctor Montes y soy operario. Me gustaría saber si va a seguir reactivando este país y si va a haber producción, porque la gente no tiene trabajo, no hay posibilidad de poder tener un trabajo y darle una comida a los hijos, nada más. (19 de febrero de 2002)

Estas intervenciones eran reproducidas como un recorte de audio (limitado solo al interrogante en cuestión) que podía situarse “en la calle” gracias a elementos indiciales que acompañaban la voz del ciudadano/a, como el sonido ambiente de bocinas, motores de automóviles y otras voces indiferenciadas. Esta sección del programa era breve, en dos sentidos: solo incluía entre una y tres preguntas por emisión y estuvo presente en apenas doce de las ochenta emisiones de CCEP.

Cabe señalar dos elementos clave de estas intervenciones de oyentes. Por un lado, al ser en su gran mayoría presentadas sin nombre ni señas personales, resulta notorio que aquellas ponían en escena voces de bordes indefinidos, una suerte de ciudadano/a promedio con el que los otros oyentes/destinatarios del programa podían identificarse fácilmente¹³. Por el otro, y a pesar de que CCEP se presentaba como “un canal directo de comunicación entre el presidente y los ciudadanos”, estos últimos solo asistían en una posición de clara exterioridad.

(10) Señor Presidente: usted dijo que en 60 días vamos a ver una luz al final del túnel. ¿Significa esto que va a haber un poco más de trabajo? (oyente, 16 de febrero de 2002)

(11) Yo tengo mi plata en el “corralito”; usted dijo que se iba a flexibilizar, ¿cómo sigue eso, Presidente? (oyente, 21 de febrero de 2002).

Pese a que el programa se transmitía en vivo y las preguntas solían interpelar personalmente a Duhalde, el diálogo solo era directo entre éste y Giorgi. El presidente se limitaba a responder las preguntas reproducidas –un audio ubicado en otro lugar y en otro momento, evidentemente diferentes al del programa–, luego Giorgi introducía el siguiente interrogante y Duhalde volvía a intervenir; la voz “de la calle” ocupaba un rol no replicante. Así, podemos afirmar que en este ciclo radial predominaba el modo-emisión, por sobre el modo-transmisión, mientras que el modo-soporte estaba prácticamente ausente¹⁴.

Las temáticas introducidas eran las mismas que referimos en el segundo apartado: la deriva de los precios, la continuidad de los planes sociales, la apertura del corralito, etc. Al igual que las preguntas realizadas por el entrevistador, las interrogaciones de “la calle” funcionaban como disparadores para que Duhalde desarrollara y expusiera extensamente la posición de su gobierno frente a los temas de la coyuntura.

En lo que respecta a la segunda etapa, cabe destacar que recién en junio/julio, reaparecieron las preguntas de oyentes, pero ahora bajo la forma del discurso referido.

(12) Precisamente en el marco de estos temas, una inquietud que aparece reiterada en muchas comunicaciones que tenemos de los oyentes de Radio nacional en todo el país, sintetizando en una sola, la pregunta es ¿qué va a pasar con el plan jefes y jefas de hogar? ¿se va a mantener? (Giorgi, 27 de julio de 2002).

Aquí la escenografía dialogal se construyó exclusivamente entre Giorgi y el presidente, a excepción de dos emisiones: una en la que el entrevistado fue el secretario de prensa Eduardo Amadeo y otra en la que junto a Duhalde estuvo su esposa, Hilda ‘Chiche’ Duhalde. El entrevistador hacía las veces de un representante de “la voz de la calle”, refiriendo preguntas y cartas de “los oyentes” de “todo el país” que llegaban a la radio, pero que no eran citadas en forma directa (leídas o reproducidas). En resumen, en ambas etapas el vínculo entre Duhalde y “la gente” era mediado y diferido.

La estrategia de proximidad de CCEP suponía un “acercamiento” del presidente a la cotidianidad de los y las argentinos, aunque de modo limitado. De las dos aristas constitutivas del tipo de identificación sobre el que se sostiene el lazo representativo de proximidad –las puestas en escena de los aspectos de la intimidad que muestran a los líderes como “hombres comunes” y la de los “hombres comunes” con los que aquellos buscan identificarse (Annunziata et al., 2018, p. 73)–, en el formato de CCEP la segunda se verifica en forma parcial: la voz “de la calle” intervenía en forma indirecta –doblemente mediada por la palabra del conductor del ciclo y por la producción que generaba el recorte– y no interactiva –en una posición no replicante–. Respecto al primer componente, además, Duhalde era presentado como un dirigente que compartía intereses con aquellos “hombres comunes”, compasivo, comprensivo de sus problemas y vivencias cotidianas, a las que atendía escuchando sus preguntas e inquietudes, porque también conocía “la calle”. En conclusión, si CCEP fue un escalón en la profundización de la mutación hacia el formato representativo de proximidad, lo fue de un modo limitado, con una lógica más cercana a la de la *accountability* –de rendición de cuentas de los representantes para con los representados– y con una dinámica indirecta, diferida y no intimista, similar a la que advierte María Cecilia Lascurain en su análisis de los discursos de gobernador santafesino Carlos Reutemann a principios de los noventa (Lascurain, 2021).

Reflexiones finales

En este artículo rastreamos las características que comportó la puesta en escena de la palabra política del presidente Eduardo Duhalde en el ciclo radiofónico *Conversando con el presidente*, en la coyuntura de la crisis argentina de 2001. Para ello, analizamos las ochenta emisiones que tuvo el programa entre enero de 2002 y mayo del 2003, a partir de tres dimensiones: la construcción del objeto de discurso “la gente”, las temáticas abordadas y la dinámica de interacción establecida.

Por un lado, “la gente” era construida como objeto de explicaciones (al que era preciso hacerle saber y explicarle las complejas decisiones adoptadas por el gobierno) y como sujeto de esperanza y comprensión (acercándole mensajes optimistas y tranquilizadores). Por el

otro, se abordaban diversas temáticas que evidenciaban la multidimensionalidad (social, económica, político-institucional) de la crisis a tramitar. En estos dos puntos, sobresalían las modalidades metadiscursivas de la resemantización y renominación, a pesar de que el ciclo mantuvo un tono poco polémico (en consonancia con el *ethos* pastoral que permeó la discursividad duhaldista durante su presidencia provisional (Cané Pastorutti, 2021b)). Finalmente y aunque CCEP pretendía erigirse como “un canal directo” entre el presidente y la ciudadanía, fue indirecto, no interactivo (ausencia de réplicas) y singularizante. Respondía al modelo uno-a-muchos característico de los medios de comunicación tradicionales de la era del *broadcasting* (Scolari, 2008); por esa vía, la voz del presidente “entraba” en la singularidad de cada hogar y se dirigía a la ciudadanía, ya no bajo el formato de la co-presencia en la plaza pública del líder con el pueblo, sino conformando un escenario en el que aquel se vinculaba con ciudadanos y ciudadanas aislados, confinados en el ámbito privado, privados ellos también de lazos con sus conciudadanos y, en gran medida, también con el presidente.

Como han señalado Annunziata, Ariza y March (2018), el formato representativo de proximidad se instaló en forma generalizada luego de la crisis de 2001-2002, cuando a los rasgos de personalización y mediatización de la política de los años noventa se sumó “el aumento de una percepción de distancia entre políticos y ciudadanos cristalizado en la exigencia de ‘que se vayan todos’” (2018, p.72). Este proceso ha sido extensamente estudiado para el periodo posterior a 2003 (Dagatti, 2012; Annunziata, 2018; Gindin, 2018), mientras que la etapa inmediatamente siguiente a diciembre de 2001 ha tendido a quedar ocluida. Entendemos que la mutación en el lazo representativo implicó una lógica de proximización de las y los dirigentes políticos a la ciudadanía, pero ¿qué particularidades asumió ese proceso post diciembre de 2001? ¿Qué especificidades adoptó en un gobierno no elegido por voto popular y configurado en un contexto crítico, como el de Eduardo Duhalde? El programa radial *Conversando con el presidente* se presentó como un intento de acercarse a la ciudadanía “sin intermediarios”, aunque lo hizo de un modo limitado: alejado de las convulsionadas calles y con un formato no interactivo que no dialogaba directamente con esos ciudadanos y ciudadanas, ni les permitía replicar a las respuestas del presidente. Al calor del recrudecimiento de la protesta social y de la inestabilidad institucional, CCEP constituyó un escalón en el proceso de mutación hacia el formato representativo de proximidad que comenzaba a generalizarse en esta etapa, con un formato no interactivo que ponía en jaque su pretensión de ser un canal “sin intermediarios”.

Notas

1. En consonancia con la clave de lectura de Annunziata, que retoma la de Manin, cabría preguntarse si la noción de “recomposición política” permite dar cuenta del proceso atravesado por el vínculo entre política y ciudadanía durante el gobierno de Eduardo Duhalde y la primera etapa del de Néstor Kirchner. En este sentido y al enfocarse en la re-composición de lo des-compuesto, aquella noción puede opacar los cambios, las transformaciones producidas en el lazo político; de ser este argumento atendible, cabría hablar de mutación del lazo.

2. Algunas emisiones están disponibles en la web del archivo de Radio Nacional: <http://www.archivorta.com.ar/?s=conversando+con+el+presidente>.
3. Durante los dos primeros meses, la apertura estuvo a cargo del director de Radio Nacional y entrevistador, Mario Giorgi; a partir del 9 de marzo de 2002 –coincidentalmente con el cambio de frecuencia ya mencionado–, pasó a estar en manos de una locutora femenina.
4. Agradezco especialmente a Alberto Ronzoni y Mariana Antoñanzas, encargados del archivo histórico de Radio Nacional Argentina, sin cuya colaboración este artículo no podría haber sido escrito.
5. La Ley de Acefalía N° 20.972 (Ley de Acefalía, 1975) estipulaba una serie de mecanismos sucesorios que se siguieron a pie juntillas luego de la renuncia del presidente Fernando de la Rúa y en ausencia del vicepresidente Carlos ‘Chacho’ Álvarez. Antes de ser elegido Duhalde, lo había sido el puntano Adolfo Rodríguez Saá, quien se mantuvo en el cargo por apenas una semana. Duhalde asumió con casi el 90% de los votos positivos de la Asamblea Legislativa, órgano conformado por los y las representantes de ambas cámaras del Congreso Nacional. Para un análisis de los discursos del periodo, ver (Cané Pastorutti, 2021a).
6. Radio Nacional Argentina es una emisora radiofónica pública con repetidoras en todo el país. En 2002 integraba el Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP), junto a la agencia de noticias nacional Télam y el Canal 7 (TV). Mientras CCEP estuvo al aire, el SNMP estuvo intervenido, aunque dicho proceso respondía a la investigación originada en una denuncia (radicada por el síndico general de la nación, Rafael Bielsa) a raíz de una serie de irregularidades en la gestión del secretario de Cultura y Comunicación del gobierno previo, Darío Lopérfido. Desde el 22 de febrero de 2002, Marcelo Simón quedó al frente, cuando la Sindicatura General de la Nación dispuso la intervención del organismo por 180 días que, finalmente, se extendieron hasta 2003. Para un estudio detallado de la política de medios del periodo 2002-2003, ver Baladrón (2009).
7. “Al inicio de la entrevista, el periodista saluda al presidente a los oyentes, de acuerdo al siguiente ejemplo: ‘Hola a todos, en todo el Brasil. Soy Luiz Fara Monteiro y aquí comienza *Café com o Presidente*, el programa de radio del presidente Lula. ¿Todo bien, presidente?’ (Programa de radio *Café com o Presidente*, 09 de abril de 2007). A continuación, el presidente responde al saludo ‘Todo bien, Luiz’. (Ludovice, 2011, p. 130) “El cierre del programa sigue siempre el mismo formato, de agradecimiento del entrevistador al entrevistado, una despedida cordial a los oyentes y un recordatorio del próximo programa, la semana siguiente: ‘Gracias, Presidente, gracias. A ustedes, en todo Brasil, nuestros mejores saludos y nos vemos el próximo lunes, con otro programa más’. Programa de radio *Café com o Presidente*, 09 de abril de 2007)” (Ludovice, 2011, p. 131) [traducción propia].
8. Entre 1999 y 2001, el ciclo contaba con un moderador que fue paulatinamente desapareciendo durante 2001 para, desde enero de 2002, ser conducido íntegramente por Chávez (Bolívar, 2003).
9. Los objetos de los discursos son aquello sobre lo que “se dice algo” en una formación discursiva dada y puesto que “no se puede hablar en cualquier época de cualquier cosa; [y que] no es fácil decir algo nuevo” (Foucault, 2007 [1969], p. 63), no sólo es necesario desentrañar los juegos de reglas de su construcción (“las relaciones de semejanza, de vecindad, de alejamiento, de diferencia, de transformación” (2007, pág. 63) respecto de otros objetos), sino también aquello que es excluido de la enunciación misma.

10. “Que se vayan todos, que no quede ni un solo” fue una de las consignas más coreadas por los y las ciudadanas que se movilizaron a las principales plazas o puntos emblemáticos de cada ciudad durante las jornadas del 19 y el 20 diciembre de 2001. Esta fórmula ha pervivido como el nudo en el que cristalizaron las demandas ciudadanas hacia “los políticos”; esto es, un punto nodal que daba sentido a una multiplicidad heterogénea de demandas que incluían desde la apertura del “corralito” bancario, hasta el aumento del empleo o un bolsón de alimentos.

11. “Hemos decretado la emergencia sanitaria para todo el año; hemos tomado medidas ya rápidamente y, una de ellas, es que los médicos puedan prescribir medicamentos genéricos. ¿Qué quiere decir esto? Que en vez de prescribirlo por la marca lo tienen que prescribir por la droga que contiene el medicamento y entonces es mucho más barato” (CCEP, 16 de febrero de 2002).

12. El programa no se cancelaba aun si Duhalde estaba en viaje al exterior. Algunos programas se transmitieron con el presidente desde otros países, como Costa Rica (en abril de 2002, en ocasión de la Cumbre del Grupo de Río) y Ecuador (en julio de 2002, en la cumbre de presidentes sudamericanos), e incluso vía satelital desde un vuelo a la provincia de Jujuy. El único programa en que estuvo ausente fue el del 23 de marzo de 2002; el mismo tuvo al vocero presidencial Eduardo Amadeo como protagonista porque el presidente estaba arribando desde México.

13. Resuena en este punto el personaje de Doña Rosa, encarnación del sentido común opuesto al sentido de los políticos, creado por el periodista Bernardo Neustadt entre los ochenta y los noventa.

14. El modo-soporte puede hallarse en aquellas emisiones, en las que, cuando Duhalde era introducido en modo-transmisión (e.g. vía satélite en viaje a Jujuy), Giorgi abría el programa con una introducción más extensa de lo habitual, resumiendo los puntos salientes de la agenda de la semana.

15. Fastrez y Meyer (1999) remiten al concepto de “proximización” (*proximisation*) para analizar, en pleno auge del *broadcasting* televisivo, el vínculo entre la TV y el público. Esta noción les permite dar cuenta, más de que la proximidad como resultado, de “un cierto trabajo”, de un “tratamiento” de las distancias existentes (1999, p.7). Al colocar el foco en su dinamismo, el término “proximización” pone en el centro de la escena el proceso y las diversas modalidades que puede asumir (proximidad no intimista (Lascurain, 2021), no interactiva, etc.).

Referencias bibliográficas

- Amossy, R. (2016). Por una retórica del dissensus: Las funciones de la polémica. En A. S. Montero (Ed.), *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias* (pp. 25-38). Prometeo.
- Anunziata, R. (2012). ¿Hacia un nuevo modelo de lazo representativo? La representación de proximidad en las campañas electorales de 2009 y 2011 en Argentina. En I. Cheresky

- y R. Annunziata, *Sin programa, sin promesa. Liderazgos y procesos electorales en Argentina* (pp. 45-87). Prometeo.
- Annunziata, R. (2013). Una propuesta de clasificación de los dispositivos participativos en Argentina. *POSTdata*, 18(2), 247-280.
- Annunziata, R. (2018). "Si viene, yo lo voto": la proximidad en timbreos y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016). *Austral comunicación*, 7(1), 57-90.
- Annunziata, R., Ariza, A. F. y March, V. (2018). "Gobernar es estar cerca". Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. *Revista mexicana de opinión*, 24, 71-93. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2018.24.61520>
- Arnoux, E. N. de. (2013). La construcción de objeto discursivo 'el pueblo de la plaza pública' en la 'Historia de Belgrano y de la independencia argentina' de Bartolomé Mitre". En *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo* (pp. 65-93). Santia.
- Baladrón, M. (2009). La radiodifusión argentina después de la crisis de 2001: La política de comunicación del gobierno de transición de Eduardo Duhalde. En G. Mastrini, *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)* (pp. 313-340). La crujía.
- Bolívar, A. (2003). Nuevos géneros discursivos en la política: El caso de Aló Presidente. En L. Berardi, *Análisis crítico del discurso. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 101-130). FRASIS editores.
- Cané Pastorutti, M. (2020). *La construcción de «la crisis 2001» como objeto de los discursos políticos (Argentina, 1999-2003)*. Universidad de Buenos Aires.
- Cané Pastorutti, M. (2021a). Cinco presidentes: ¿una sola crisis? Articulaciones tópicas y ethos en los discursos presidenciales de fines de 2001 en Argentina. *Temas y debates*, 41, 59-85. <https://doi.org/10.35305/tyd.vi41>
- Cané Pastorutti, M. (2021b). "Quiero ser un servidor". El dispositivo de legitimación del liderazgo de Eduardo Duhalde como presidente provisional (Argentina, 2002). (En *clave Comahue*, 27, 140-174. <http://revele.uncoma.edu.ar/index.php/revistadelaacademia/article/view/3522>
- Dagatti, M. (2012). El estadista oculto. El *ethos* gubernamental en los discursos públicos presidenciales de Néstor Kirchner. *Rétor*, 2(1), 55-93.
- Dagatti, M. (2019). *La vida por las ideas. Los discursos públicos de Néstor Kirchner (2006-2009)*. Eduvim.
- Dancur, E. C. P. (2009). *Café com o presidente: O programa de radiojornalismo com o presidente Lula* [Maestría]. Cásper Líbero.
- Fastrez, P. y Meyer, S. (1999). Television locale et proximité. *Recherches en communication*, (7), p.1-25.
- Fernández, J. L. (1994). *Los lenguajes de la radio*. Atuel.
- Fernández, M. (2014). Sobre la mediatización. Revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de la Comunicación*, 18, 189-209.
- Fernández, M., & Cingolani, G. (2010). Televisión y política: Espacio público, puestas en escena y regímenes de visibilidad. *Oficios terrestres, Año XVI*(25), 37-49.
- Foucault, M. (1969). *La arqueología del saber*. Siglo XXI.

- Gindin, I. L. (2018). "Sorry. ¿Sabés qué?": proximidad y ethos íntimo en @CFKArgentina. *Icono 14*, 16 (1), 114-135.
- Lascurain, M. C. (2021). Sobre los modos de la representación de proximidad en la Argentina contemporánea: La proximidad «no intimista» en el liderazgo de Carlos Reutemann en la Provincia de Santa Fe (1991-1995). *Astrolabio*, 26, 343-372. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n26.25555>
- Ley de Acefalía, Pub. L. No. N° 20.972 (1975). <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/80000-84999/81179/texact.htm>
- Ludovice, C. de A. B. (2011). *O programa "Café com o presidente" à luz da semiótica*. Universidade Estadual Paulista.
- Ludovice, C. de A. B. y Pernambuco, J. (2014). O ethos do presidente Lula no Programa "Café com o presidente". *Revista Linguística*, 10(1), 344-360.
- Maingueneau, D. (1996). El ethos y la voz de lo escrito. *Revista Versión*, 6, 79-92.
- Maingueneau, D. (2004). ¿Situación de enunciación o situación de comunicación? (L. Miñones, Trad.). *Revista electrónica Discurso.org*, 2(5). Discurso.org [web actualmente inactiva]
- Manin, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Alianza.
- Montero, A. S. (2012). *¡Y al final un día volvimos! Los usos de la memoria en el discurso kirchnerista (2003-2007)*. Prometeo.
- Peng, R. (2014). *NBR : a TV do Governo Federal*. Combook. <https://iscom.com.br/wp-content/uploads/2020/11/NBR.pdf>
- Ramírez Lasso, L. (2012). Géneros y funciones en el Aló Presidente N°338: Un género complejo. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 18(4), 613-627.
- Rosanvallon, Pierre. (2007). *La contrademocracia. La política en la era de la desconfianza*. Manantial
- Rosanvallon, Pierre. (2009). *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Manantial
- Scolari, C. (2008). Introducción. Des-haciendo teorías. En C. Scolari, *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (pp. 21-). Gedisa.
- Sitri, F. (2006). La construction des objets de discours à la lumière de la thématization: Les constituants thématiques multiples. *Linx*, 55, 115-129. <https://doi.org/10.4000/linx.396>
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón [et.al], *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos* (pp. 11-26). Hachette.
- Verón, E. (1998). *Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos* (E. G. Gauthier, A. Gosselin, J. Mouchon, Comunicación, & política, Eds.). Gedisa.
- Verón, E. (2001). Capítulo I. El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica. En E. Verón, *El cuerpo de las imágenes*. Norma.
- Verón, E. (2002). *Espacios mentales*. Gedisa.
- Vommaro, G. (2008). «Lo que quiere la gente». *Los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999)*. UNGS-Prometeo.

Abstract: This paper examines the staging of the political word of President Eduardo Duhalde in the radio show *Talking with the president* [*Conversando con el presidente*], during the 2001 Argentine crisis. The eighty transmissions the show had between January 2002 and May 2003 are analysed in three dimensions: the construction of “people” [*la gente*] as an object of discourse, the topics addressed and the dynamics of interaction established over almost year and a half the show was on air. We conclude that *Talking with the president* meant a step in the process of mutation towards the consolidation a new representative format based on proximity, that were widespread within the public scene at the beginning of the 21st century in Argentina. In this sense, and even though this radio show was intended to be a “direct channel” between the president and the citizenry, it entailed an indirect, non-interactive and singularizing proximity logic.

Key words: 2001 Argentine crisis - Duhalde - *Talking with the president* [*Conversando con el presidente*] - mediatization - proximity

Resumo: Este artigo analisa a encenação da palavra política do presidente Eduardo Duhalde no ciclo de rádio *Conversando com o presidente* [*Conversando con el presidente*], no contexto da crise argentina de 2001. As oitenta transmissões que o programa teve entre janeiro de 2002 e maio de 2003 são analisadas a partir de três dimensões: a construção do objeto do discurso “o gente” [*la gente*], os temas abordados e a dinâmica de interação estabelecida. Conclui-se que o *Conversando com o presidente* constituiu uma etapa no processo de mutação para o formato representativo de proximidade que começou a generalizar-se no início do século XXI na Argentina. Nesse sentido, e embora a *Conversando com o presidente* pretendesse estabelecer-se como “um canal direto” entre o presidente e os cidadãos, assumiu uma lógica de proximidade indireta, não interativa e singularizadora.

Palavras-chave: crise argentina de 2001 - Duhalde - *Conversando com o presidente* [*Conversando con el presidente*] - midiatização - proximidade

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
