



Mito sobre mito. Un análisis de la sección Mitologías de Página/12¹

Yamila Heram²; Paula Rosalía Ferreyra³; Santiago Gándara⁴

Recibido: 4 de octubre de 2018 / Aceptado: 18 de febrero de 2019

Resumen. El objetivo de este artículo es analizar la sección *Mitologías* del diario *Página/12*. Específicamente nos interesa analizar e interpretar de qué manera se retoma la corriente de investigación de la crítica ideológica desarrollada por Roland Barthes, perspectiva preponderante en el campo de la comunicación y la cultura en la década de 1960/70, y retomada en el año 2008 por una parte del campo periodístico en un contexto de fuerte enfrentamiento entre el Gobierno Argentino y los principales medios de comunicación.

Palabras clave: Crítica ideológica; mito; *Página/12*; comunicación; cultura.

[en] Myth on myth. An analysis of Mitologías section from Página/12

Abstract. The aim of this article is to analyze *Mitologías* section from *Página/12* newspaper. Specifically, we want to analyze and interpret how the Ideological Criticism perspective of Roland Barthes is used in this section. This perspective was very important in the communication and cultural field in the late 1960/70s. A part of the journalist field use this perspective during 2008, in a context of a hard confrontation between the Argentine Government and the main mass media.

Keywords: Ideological Criticism; myth; *Página/12*; communication; culture.

Sumario. 1. Introducción. 2. Revisión de la literatura. 3. Sobre la sección. 4. Los usos de Mitologías. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Heram, Yamila; Ferreyra, Paula Rosalía; Gándara, Santiago (2019): "La identidad docente en los discursos periodísticos sobre los profesores en Chile". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 25(3), 1473-1483.

¹ El presente artículo es parte de los resultados del proyecto de investigación acreditado UBACyT "Los estudios latinoamericanos de comunicación y cultura en el período 2000-2016: las contratendencias del proceso de burocratización", Programación científica UBACyT, código 20020170200025BA. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Directora: Yamila Heram, co-director: Santiago Gándara.

² Universidad de Buenos Aires (Argentina)
E-mail: yaheram@yahoo.com.ar

³ Universidad de Buenos Aires (Argentina)
E-mail: pahuferreyra@hotmail.com

⁴ Universidad de Buenos Aires (Argentina)
E-mail: sjgandar@gmail.com

1. Introducción

En Argentina, durante los últimos años se ha instalado un fuerte y permanente debate en torno al poder, alcance e influencia de los medios de comunicación. Podríamos situar el comienzo de este período a partir del denominado “conflicto con el campo” en marzo del 2008⁵, cuando se produjo una suerte de quiebre en la relación que tenía el Gobierno de la ex presidenta Cristina Fernández de Kirchner con el grupo multimediático *Clarín*. La temática de los medios de comunicación se ha convertido en una preocupación, por parte de los Gobiernos, en torno a la disputa por los sentidos dominantes. Así también, desde los propios medios se ha profundizado la tematización sobre ellos mismos. Es en este contexto que desde el campo periodístico se han revitalizado perspectivas teóricas preponderantes en el campo de la comunicación y la cultura latinoamericana en la década de 1960/70, hacemos referencia a la crítica ideológica (Barthes, 1957) como herramienta de análisis de los discursos.

Desde los propios medios se fueron creando espacios *ad hoc* para expresar las opiniones sobre ellos mismos. Por sólo nombrar algunos ejemplos, desde el año 2007 a 2008 en canal *Televisión Pública* el programa *El lugar del medio* conducido por Aldana Duhalde, con Carlos Ulanovsky, Laura Zommer y Luis Alberto Quevedo como columnistas, tuvo por objetivo propiciar debates y análisis sobre diversos aspectos de la televisión. El 28 de abril de 2008 surge la sección semanal *Mitologías* del diario *Página/12*. El 9 de marzo de 2009 comienza el programa metatelevisivo *678 (Seis en el siete a las ocho)* por *Televisión Pública*. Con sus matices y diferencias se instalaba en los medios de comunicación una tematización sobre su poder, las audiencias, la construcción de las noticias, etc.

Este artículo se propone analizar la sección *Mitologías* del diario *Página/12*. Dicha sección surge el 28 de abril de 2008 y finaliza el 29 de diciembre de ese mismo año. De una periodicidad semanal se dedica al análisis del discurso, haciendo referencia directa a la propuesta de análisis ideológico de los mensajes de Roland Barthes. Nos interesa analizar de qué manera se retoma la corriente de investigación de la crítica ideológica desarrollada por Barthes en un contexto de fuerte enfrentamiento entre el Gobierno y los medios de comunicación.

2. Revisión de la literatura

En primer lugar es necesario definir el concepto de crítica ideológica, acuñado por Roland Barthes en su libro *Mitologías* publicado en 1957, sobre la base de textos escritos entre 1954 y 1956. Allí el autor se propone analizar los lenguajes y utiliza el término de crítica ideológica para tal propósito, así lo define: “dar cuenta en detalle de la mistificación que transforma la cultura pequeñoburguesa en naturaleza universal” (p. 11). Barthes se basa en dos tradiciones teóricas para el desarrollo de este concepto. Por un lado, la tradición marxista, ya que el ocultamiento del origen

⁵ La ex presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, presentó, el 11 de marzo de 2008, las retenciones móviles al girasol y la soja, lo que generó una gran controversia y movilización con un paro del sector agropecuario que duró 129 días.

histórico y material de los hechos hace que se lo presente como natural, cuestión que pretende poner en evidencia; y por otra parte la tradición saussurreana, ya que el método de análisis del estructuralismo le permite identificar tensiones, binarismos en el análisis de los discursos sociales.

Como hemos mencionado, en los inicios del campo de la comunicación y la cultura en América Latina, aunque haremos foco especialmente en Chile y Argentina, los análisis de los medios retomaron la propuesta de Barthes (Fuentes Navarro, 1992; Schmucler, 1975) con el propósito de problematizar las operaciones ideológicas en relación con los intereses de clases. En este sentido, los usos de la crítica ideológica se enmarcaban en un contexto más amplio de lucha contra el imperialismo.

Algunos ejemplos relevantes de las investigaciones del período son producidas por Armand Mattelart en Chile, en las que utiliza el método de análisis de la crítica ideológica. El libro *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo* (1972), en coautoría con Ariel Dorfman, es una de las publicaciones más conocidas y citadas a lo largo de los años. Los autores se proponen dar cuenta de los sentidos ideológicos que se hacen presentes en las historietas del mundo de Disney. En el prólogo, Héctor Schmucler explica los propósitos de dicho análisis:

Para leer al pato Donald muestra lo contrario: nada escapa a la ideología. Nada, por lo tanto, escapa a la lucha de clases. *Para leer al Pato Donald* tiende a develar los mecanismos específicos por los que la ideología burguesa se reproduce a través de los personajes de Disney. La lectura que se ofrece trasciende la opacidad de la denotación para indagar en la estructura de las historietas, para mostrar el universo de las connotaciones que desencadena y que se instala a un nivel superior de significación ocupando un lugar fundamental en la comprensión del mensaje (Dorfman, 1972: 6).

El libro *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile* (1970) escrito por Armand Mattelart, Mabel Piccini y Michele Mattelart, ofrece un apartado teórico sobre la lectura ideológica de los mensajes, recuperan la propuesta de Barthes, la explican y ejemplifican con análisis de la prensa chilena. En toda la propuesta teórica y de análisis queda de manifiesto el para qué y al servicio de qué se utiliza la herramienta de la crítica ideológica. Así mencionan:

No nos interesan las “mentiras de la prensa liberal”, sino los mecanismos de su mistificación. La categoría moral de la “mentira”, que algunos utilizan para juzgar a tal o cual diario, depende todavía demasiado del concepto de moral impuesto por la burguesía, para ser capaz de poner al desnudo las falacias de la ideología burguesa. Solamente la desarticulación de los significados segundos o, en otras palabras, de la racionalidad burguesa, como sistema total de interpretación de la realidad, puede darnos a conocer los resortes ocultos de su empresa de persuasión, llevada a cabo en el periódico o la revista. Empresa que, repitiendo las palabras de Marx, logra hacernos ver a los hombres y sus relaciones, con la cabeza hacia abajo, como una *camera obscura*. (Mattelart et al., 1970: 24–25).

Otro escrito representativo de la época es “Los canales del GAN. Diez días de televisión” (1972) publicado en la revista *Los Libros* por Beatriz Sarlo en Argentina. Desde un análisis del discurso cercano a la propuesta de Barthes, trabaja un corpus de diez días (entre el martes 30 de mayo y jueves 8 de junio de 1972) de los canales privados y desnaturaliza la manera en que se reproduce el discurso del Gran Acuerdo Nacional (GAN): como salida negociada, conciliación de clases, etc. La autora pretende dar cuenta de cómo estos discursos son funcionales con los intereses de clases, para lo cual explicita las operaciones discursivas utilizadas: reiteración semántica (redundancia de información), reiteración actancial (redundancia de los sujetos y de los objetos), reiteración funcional (discursos narrativos idénticos u homólogos). A su vez, para desnaturalizar la propuesta de politización–despolitización que promueven los programas, ejemplifica como caso de despolitización a la telenovela de Alberto Migré, *Rolando Rivas taxista*. Asimismo, los estudios de crítica ideológica encuentran otras ilustraciones en los trabajos, menos difundidos, del venezolano Ludovico Silva (1971).

Hacia fines de los años setenta y principios de los ochenta, en el cuadro de otros tantos desplazamientos en la perspectiva del campo de los estudios latinoamericanos de comunicación (de la dominación a la hegemonía, para citar el más determinante), la crítica ideológica es desplazada por los estudios culturales (de la ideología a la cultura). Este *olvido* de la crítica ideológica, como instrumento de análisis –más allá de excepciones que confirman la regla (el análisis del discurso opera como relevo de esta corriente)- persiste en las décadas siguientes. De allí que la reciente recuperación –y aquí lo ilustramos solo en su despliegue en el campo periodístico- se revele como nueva tendencia o recuperación.

3. Sobre la sección

La sección *Mitologías* del diario *Página/12* comienza a publicarse el 28 de abril de 2008 hasta el 29 de diciembre de ese mismo año, con una periodicidad semanal. El primer artículo que abre la sección lleva por título “La página de análisis de discursos”, y oficia de carta de presentación. Allí la periodista Sandra Russo enuncia el propósito de la misma:

Analizar los discursos que circulan socialmente. ¿Cómo se podría definir aquí la palabra “mito”? En el texto a cuyo título se le hace honor, *Mitologías*, Roland Barthes sintetizaba que “un mito es un habla”, es decir: un mensaje, un texto que con palabras o sin ellas tenga el propósito de comunicar un mensaje (28/04/2008: s/p).

Cada lunes se publican artículos de Sandra Russo y en ocasiones de autores con diversas profesiones como escritores, antropólogos, profesores universitarios, sacerdotes, psicoanalistas, senadores, diputados, abogados, entre otros. Las temáticas tratadas son la publicidad, los medios de comunicación, la inseguridad, la educación, la crisis mundial, la discriminación y el racismo. El “conflicto con el campo”, hasta julio del año 2008 que se deroga la resolución 125, es el tema “satélite” a partir del cual se organiza el discurso.

Una de las características de la sección es el discurso autorreferencial por parte del enunciador que como marca de época se hace presente. Por otro lado, la referencia a la cotidianidad como disparador de la posterior reflexión constituye un tópico de la tradición ensayística.

Sábado por la mañana. Me despierto antes que todos. Bajo y busco los diarios, Clarín y Página/12. (Sandra Russo: 02/06/2008).

A inicios de 1983 nos mudamos de barrio, fuimos de Belgrano a Congreso. (Silvia Kremenchutzky, 02/06/2008).

Durante un par de años tuve el gusto de trabajar en el boletín de Pelota de Trapo. (Sandra Russo, 24/11/2008).

La autorreferencialidad establece un lazo próximo con el lector, se lo interpela desde lo más subjetivo y cotidiano. No obstante, está muy presente la función pedagógica. Sobre todo en las primeras publicaciones donde se explica la noción de mito, incluso se cita a Barthes:

Es desde la semiología que surge la posibilidad de analizar esos discursos, que son mitos a partir del momento en que no constituyen hablas nuevas, sino repeticiones y yuxtaposiciones intencionales de sentido. Barthes da el ejemplo del ramo de rosa (Sandra Russo, 28/04/2008).

Si en esta columna hemos de cazar algún mito, partamos por conocer que su construcción reside siempre en el uso de las palabras. (Santiago Dile: 26/05/2008).

El mito configurado como significación compartida socialmente se presenta con tal grado de familiaridad que aparece como indiscutible. (Silvia Kremenchutzky, 02/06/2008).

La función pedagógica se centra en desmontar los discursos construidos y reproducidos por los medios que circulan socialmente. A través de explicar al mito se pretende ayudar a la lectura en clave de desciframiento.

Muchas veces el repiqueteo incesante de medios omnipresentes (en multiplicidad de plataformas pero con los mismos mensajes) corre la legitimidad de gobiernos democráticos, al punto de complicar la gobernabilidad y, en definitiva, jugar con la continuidad misma de la democracia (Santiago Dile, 26/05/2008).

Asimismo, la cita de autoridad refuerza la función pedagógica. Se escribe citando a diversos autores, el efecto que ello genera es el de mayor legitimación del análisis. Compartimos algunos ejemplos:

Sartre gustaba decir “somos lo que hacemos con lo que han hecho de nosotros”. Stuart Hall, padre de los estudios culturales, algo similar: identidad es ser y advenir” (Santiago Dile, 26/05/2008).

¿Cómo enseñar a pensar?, se preguntó Edgar Morin ante la preocupación por la crisis universal de la educación, a la que le propuso el siguiente desafío: “Formar ciudadanos capaces de afrontar los problemas de su época” (Jorge Pinedo, 18/08).

Señala Robert K Merton que “la profecía que se cumple a sí misma es, en el origen, una definición falsa de la situación, que suscita una conducta nueva, lo cual convierte en verdadero el concepto originariamente falso” (Eric Calcagno, 13/10/2008).

La sección *Mitologías* se caracteriza por la utilización de un discurso autorreferencial y pedagógico. Según sus propias declaraciones tiene por objetivo explicar y develar la construcción de los discursos míticos que circulan socialmente.

4. Los usos de *Mitologías*

De los diversos artículos de la sección *Mitologías* se observa que las operaciones del lenguaje son analizadas a partir de la construcción de un *nosotros/ellos*. Se organiza el “desmantelamiento” ideológico a partir de binomios dicotómicos; el *nosotros* sería “el gobierno” y “quienes defienden las medidas de éste” y el *ellos* “los grandes medios”, “el campo” y “todos lo que se oponen al Gobierno”. La cadena argumentativa que predomina es la siguiente, a partir del *nosotros /ello*, se explicita el posicionamiento ideológico desde el que se enuncia, acompañando las medidas del Gobierno, se ubica como contrincantes a quienes no lo defiendan. Compartimos algunos ejemplos:

Tras esa inercia que inclina a algunos sectores opositores a los que ideológicamente se les hace intolerable un cuadro de situación en el que a este Gobierno le vaya bien, se fueron juntando los que son. Hoy está más claro que hace un mes. En esa bolsa de gatos hay de todo, desde terratenientes canosos hasta enfermeras trotskistas, desde gringos envalentonados a piqueteros pintorescos, desde peronistas impresentables a patrullas perdidas de la última dictadura. Es un núcleo duro que, por distintas razones, seguirá estando al acecho de las famosas “condiciones de ingobernabilidad”. (Sandra Russo: 25/08/2008)

Una sociología de bolsillo me llevó hace unos años a toparme con la categoría de clase media “fascion”, mitad fashion mitad fascista [...] Pero hay también una clase media progresista que no recae en la inmediatez, y aún cree en el valor de la justicia social y en la educación pública como aglutinador social (Diehl: 01/09/2008).

Del primer ejemplo se desprende la construcción de un *ellos* heterogéneo, desde los trotskistas a personas vinculadas con la última dictadura militar. En el segundo ejemplo, el *ellos* corresponde a la clase media fascista y el *nosotros* a la clase media que cree en la justicia social. En ambos casos se construye dicotómicamente, se simplifica, polariza y refuerza la idea de “bandos”.

La sección se propone cuestionar aquellos discursos que opacan o polemizan con el Gobierno, entonces adaptan y recuperan sólo algunos aspectos de la corriente de la crítica ideológica. Se utiliza el procedimiento de construir como opositor político a los “grandes medios”, como menciona Gándara:

Ya no es la burguesía –con sus operaciones ideológicas de naturalización y universalización– la que habla míticamente, uno de los presupuestos básicos de

la corriente de la crítica ideológica, sino la corporación mediática, que deviene “un actor más de la vida política y social”. Esta observación, que se reitera, en lugar de permitirnos avanzar en la comprensión del fenómeno de la concentración y la hegemonía massmediática, oscurece las relaciones sociales en las que los medios se inscriben y los desconecta de su articulación con la burguesía (2010: 22–23).

Barthes menciona que el mito no explica, sino comprueba, en los materiales se observa cómo una y otra vez se comprueba el poder del Grupo *Clarín* o “los grandes medios” sin explicarlo. De esta manera, en palabras del autor:

Estoy a un paso de encontrarlo natural, *que cae por su peso*; me quedo tranquilo. Al pasar de la historia a la naturaleza, el mito efectúa una economía: consigue abolir la complejidad de los actos humanos, le otorga la simplicidad de las esencias, suprime la dialéctica, cualquier superación que vaya más allá de lo invisible inmediato, organiza un mundo sin contradicciones puesto que no tiene profundidad, un mundo desplegado en la evidencia, funda una claridad feliz: las cosas parecen significar por sí mismas (p. 238–239).

Lo que no se explica, es decir, lo que no se contextualiza e historiza, es cómo y por qué estos medios han obtenido tal grado de concentración. Si se explicase quedaría de manifiesto el rol desempeñado por el propio Gobierno en el año 2005, cuando a través del decreto 527 suspendió el cómputo de las licencias para radio y televisión por 10 años, hecho que benefició, entre otros, al Grupo *Clarín*.

El modelo argumentativo que se plantea es el de un discurso transparente por parte del *nosotros*, en confrontación con el *ellos*, un discurso que manipula y distorsiona. Compartimos ejemplos:

A pesar de la manipulación explícita de muchos (casi todos) los medios masivos de comunicación, el debate público es en sí mismo un signo de vitalidad de nuestra democracia. (Santiago Diehl: 21/07/2008).

Así, es ya un clásico de la manipulación mediática el caso de la insulina en Chile, durante la época de Allende. El diario *El Mercurio* publicó que faltaba insulina en droguerías, lo cual era falso; pero ante esa noticia todos los diabéticos se abalanzaron sobre las farmacias, con la intención de hacerse un stock preventivo, lo que provocó efectivamente la escasez de insulina. (Eric Calcagno: 13/10/2008).

Kirchner no se limitó a responder algunas preguntas. Una vez más remarco la capacidad generadora de realidad de los medios de comunicación. (Felipe Muller: 08/09/2008).

En consecuencia con esta construcción del *ellos*, “los grandes medios” que manipulan, se desprende de la cada argumentativa la idea de un público pasivo, víctima de la manipulación.

Está sellado a fuego, para la opinión pública acrítica que se informa a través de los grandes grupos periodísticos, que las medidas del Gobierno obligarían a los ruralistas a “regalar” sus mercancías (Sandra Russo: 19/05/2008).

Hace algunos meses, apenas iniciado el conflicto entre el gobierno nacional y las corporaciones agrarias, el espacio Carta Abierta denunció el papel fundamental de los medios masivos de comunicación más concentrados, tanto audiovisuales como gráficos, “a la hora de estructurar ‘la realidad’ de los hechos; medios que gestan la distorsión de lo que ocurre, difunden el prejuicio y el racismo más silvestre y espontáneo, sin la responsabilidad de explicar, para informar adecuadamente ni por reflexionar con ponderación las mismas circunstancias conflictivas y críticas sobre las que operan” Durante todo el conflicto, éstas y algunas otras voces repiquetearon en el vacío, imposibilitadas de ser escuchadas por quienes solamente tenían oídos para la palabra áurica y virginal del torito entrerriano, figura exótica del último palco rural (Lautaro Cossia: 04/08/2008).

[...] es la explicación que encuentran muchos espectadores, ya alienados ellos también por la distorsión mediática [...] El monopolio de medios internalizó algunos dislates en la gente. [...] Cuando se es estúpido se tiene público estúpido, para decirlo sin eufemismos. (Sandra Russo: 29/12/2008).

En consonancia con la función pedagógica de *Mitologías*, el *nosotros* se plantea analizar el discurso de “lo desviado”, lo que se aleja del discurso oficial, que sería el transparente. El *nosotros* oscila con la idea de un público que se está dando cuenta del poder de manipulación de los medios, siendo la sección de *Página/12* una herramienta más que la ayuda al desmantelamiento de los mensajes. Compartimos algunos ejemplos:

Un docente que vio el documental me decía el sábado que se había sentido estúpido de pronto, al advertir que había “comprado” la información en sachet que dan los grandes medios” (Sandra Russo: 15/09/2008)

¡Uy nena! ¡Qué despiole eso! ¿Vos estás bien? –fue lo primero que me dijo una amiga y compañera especializada en trabajar en y con los medios cuando la llamé desde el Colegio Nacional de Buenos Aires el viernes 17 mientras transcurría la Asamblea Universitaria
–Sí, claro....Pero... ¿Por qué me lo decís...? Ya sé. ¡Apagá la tele y escuchame que te cuento!

Le respondí cuando entendí que estaba en su oficina con la televisión encendida y había sido víctima del plano corto (Mariana Moyano: 27/10/2008)

Si convenimos en llamar “logro” al hecho de que las últimas arremetidas periodísticas nos han obligado a muchos de los trabajadores de los medios a tener que recurrir al constante ejercicio de análisis de los discursos, el verdadero provecho de este desmenuzamiento del lenguaje massmediático reside en que muchos de nosotros nos hemos visto en la obligación de cuestionarnos profundamente el significado de nuestra profesión (Jésica Tritte: 10/10/2008).

Por último, si bien sólo dos artículos mencionan la entonces futura Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, se gesta una idea de que la solución del conflicto pasaría a nivel simbólico, es conflicto de discursos y la solución residiría precisamente allí, siendo este otro mito.

Esta forma de titular es ya un clásico de la relación con los Kirchner con ciertos periodistas y medios de prensa, y aparecen toda vez que la Presidenta o el ex presidente discuten, responder o critican una nota. Son más habituales desde que el reemplazo de la Ley de Radiodifusión 22.285 de la dictadura está en la picota, y tienen una particularidad notable: desnudan la doble condición de los medios de comunicación. Los diarios –y los medios en general– no son sólo el (principal) terreno donde se desarrolla la lucha política sino también actores implicados, con intereses en juego en esa lucha (Santiago Dile: 26/05/2008)

Afortunadamente, en este momento, los argentinos nos encontramos en un intenso debate para la urgente modificación de la ignominiosa Ley de Radiodifusión, pensada por genocidas, vigente desde la última dictadura militar. Esta es una oportunidad única de establecer un debate sobre los alcances formidables de los medios públicos al servicio de la transformación social (Jésica Tritten: 10/10/2008).

La sección *Mitologías* pretende develar las operaciones del lenguaje, para ello se presenta como un discurso transparente que contendría al discurso oficial y para reforzarlo toman la idea de desmitificación, pero sólo de aquellos que atacan al Gobierno, es decir se pierde o no se pone en juego una mirada totalizadora. A partir de un *nosotros/ellos* parecería que todo es una disputa por lo simbólico, que se resolverá cuando se pueda neutralizar a los grandes medios.

5. Conclusiones

La sección *Mitologías* se posiciona como una página de análisis del discurso, basándose en la propuesta de Barthes, sin embargo, a nuestro entender lo que se produjo son los usos descontextualizados de la crítica ideológica (Gándara, 2010). Se parte de una primera contradicción, recurrir a Barthes para defender a un sector de la burguesía (el Gobierno). La cadena argumentativa que prevalece es a partir de una construcción en binomio dicotómicos de una pelea interburguesa, lo cual es una diferencia notable de los usos de la crítica ideológica en los inicios del campo de la comunicación y cultura en las décadas de 1960/70. Como mencionamos al inicio, la crítica ideológica surge como necesidad de dar cuenta de la naturalización que produce la ideología burguesa, por ello observamos una contradicción en el uso de esta perspectiva, ya que se posicionan desde un sector de la burguesía, el *nosotros*, para desnaturalizar los discursos de otro sector, el *ellos*. La primera construcción mítica que se produce es el enfrentamiento entre dos posiciones que parecerían tener intereses opuestos, cuando en efecto lo que tienen son intereses diferentes en una disputa dentro de una misma clase.

La sección se propone desmitificar pero construye nuevos mitos. Uno de ellos es el de los grandes medios, en lugar de mencionar que es la burguesía la que habla míticamente. El mito de la manipulación de los medios, que desde el campo académico de la comunicación argentino ya desde mediados de la década de 1970 se puso en debate (Muraro, 1974). La sección se posiciona como un discurso transparente, de verdad. La solución se plantea a nivel simbólico, otra construcción mítica. En consecuencia, apelar a la crítica ideológica deviene en sí mismo en los usos míticos de Barthes.

Más allá de esta evaluación crítica sobre los usos de la crítica ideológica y del propio concepto de mitología (un relevo del concepto de ideología dominante), lo cierto es que llama la atención el re-descubrimiento o la recuperación (parcial, descontextualizada, oportuna para el sesgado debate político entre gobierno y oposición) de una corriente que, hacia fines de los años ochenta, había sido prácticamente abandonada por la investigación latinoamericana y, muy en particular. Tal fenómeno, pero esto forma parte de una investigación de mayor alcance, estaría revelando el modo en que una crisis (política, económica, social), la que se produjo en 2008 en Argentina, en la región y en el mundo, condicionó la perspectiva del campo de la comunicación y la cultura a tal punto que tanto desde el periodismo como desde el campo académico, se produjo un retorno a las fuentes.

6. Referencias bibliográficas

- Barthes, Roland [1957] (2003): *Mitologías*. Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores.
- Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand [1972] (2002): *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo*. Buenos Aires, Siglo veintiuno editores Argentina.
- Fuentes Navarro, Raúl (1992): *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México, Felafacs.
- Gándara, Santiago (2007): "Cultura y mercancía. La teoría crítica en los estudios latinoamericanos de comunicación". *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, 2, 7–20.
- Mattelart, Armand; Piccini, Mabel; y Mattelart, Michèle (1970): *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile*. Santiago de Chile, Centro de estudios de la Realidad Nacional.
- Muraro, Heriberto (1974): *Neoliberalismo y comunicación de masa*. Buenos Aires, Eudeba Editor de América Latina.
- Sarlo, Beatriz (1972): "Los canales del GAN". *Los Libros*, 27, 19-23.
- Silva, Ludovico (1971). *Teoría y práctica de la ideología*. Caracas, Nuestro tiempo.
- Schmucler, Héctor (1975): "La investigación sobre comunicación masiva". *Comunicación y Cultura*, 4, 3–14.

Yamila Heram es Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Docente en la materia "Teorías y Prácticas de la Comunicación II" y "Televisión y Crítica de Medios" (UBA). Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales. Directora de proyectos de investigación PICT y UBACyT.

Paula Rosalía Ferreyra es Maestranda en Comunicación y Cultura, Universidad de Buenos Aires (UBA). Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Docente en la materia "Teorías y Prácticas de la Comunicación II", carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA), integrante de proyecto de investigación relacionados con el campo comunicacional latinoamericano.

Santiago Gándara es Profesor Adjunto Regular de Teorías y prácticas de la Comunicación II, Universidad de Buenos Aires (UBA) y titular interino de Teorías de la Comunicación Social II (UNLpam). Doctorando en la Facultad de Ciencias Sociales. Autor de de diversos artículos y libros sobre comunicación, política cultural y lenguaje.