

INTRODUCCIÓN

LA NUEVA SOCIEDAD ARGENTINA

HACER ESTUDIOS sobre la realidad social argentina constituye permanentemente un desafío para las ciencias sociales. En variadas coyunturas resulta difícil formular claros objetivos de investigación, ya que la realidad cambia en forma constante, y a veces tan rápido que obliga al observador a ser sumamente creativo y flexible en sus reflexiones e interrogantes. Si bien cuando la presente investigación fue pensada la Argentina se encontraba atravesando una profunda y larga crisis social, aún existía el velo de la hegemonía impidiendo que aquella fuera tema del conjunto de la sociedad. La crisis social sólo era tematizada por los especialistas, una minoría política y algunas organizaciones alternativas de trabajadores: “no se veía”. Los acontecimientos del 19 y 20 de diciembre de 2001 –a esta altura parte de un pasado no tan lejano, pero que aparece representado en la vida cotidiana como ocurrido en otro tiempo dada la vertiginosidad de los acontecimientos– imprimieron al comienzo de este trabajo la necesidad de pensar los problemas y temas planteados inicialmente a la luz de lo que iba aconteciendo. La realidad era inaprensible, ya no existía más, se iba definiendo día a día, minuto a minuto y durante el clima de desconcierto del año 2002. La sensación de caos, anomia, violencia, temor ante lo desconocido, nos generó cierta parálisis y miedo ante lo que vendrá. En esos días sólo pudimos grabar y grabar lo que estaba ocurriendo.

En el proyecto original, la crisis social constituyó el marco desde el cual pensar nuestro objeto, los intermediarios culturales en la construcción de representaciones e imágenes sociales, teniendo en cuenta a la vez otro elemento significativo como ha sido y sigue siendo el proceso de concentración mediática en el cual estos intermediarios producen y difuminan sus voces. Si en el planteo inicial lo social apareció como fondo, el agravamiento de la crisis nos hizo colocarlo prácticamente en el primer plano de nuestras preocupaciones intelectuales. En ese sentido, considero importante aclarar que la propuesta de nuestra investigación de analizar los medios de comunicación (en particular la TV) parte de la premisa de que los medios no imponen valores, imágenes, representaciones o formas de pensar; sino que estos valores, imágenes, representaciones y marcos ya existen en la sociedad, de la cual los medios forman parte. Y si en la cultura contemporánea los medios ocupan un lugar de poder, ello es consecuencia del peso creciente de la tecnología en las sociedades actuales.

Desde este punto de partida y desde la centralidad que lo social ocupa en la realidad argentina de hoy es que esta investigación no se ubica en la larga lista de investigaciones y estudios de comunicación, en los cuales precisamente lo social no es tematizado ni teorizado. Por el contrario, nos proponemos sostener –cuestión apenas considerada en la Argentina– a los medios de comunicación desde el punto de vista de las relaciones y los actores sociales, y desde esta premisa revisar diferentes aspectos de la teoría social y cultural contemporáneas que puedan iluminarnos en esta dirección. Por lo tanto, este libro pretende dar cuenta de cómo las nuevas formas de construcción de poder económico, político y cultural producen una nueva organización social, esto es, relaciones sociales profundamente desiguales como las que caracterizan a la sociedad argentina del último lustro, situación que no se ha modificado hasta el momento; proponemos una mirada sobre el vínculo entre la creciente desigualdad social y fragmentación de las clases medias y la dinámica de los medios de comunicación, en especial la TV. Es importante aclarar que desde nuestro punto de vista los medios no son los únicos factores que legitiman el proceso de construcción de un orden social. También lo son otras instituciones tanto nacionales como globales: las leyes que regulan las relaciones laborales, la ley de reforma del Estado, la justicia, el FMI, los aparatos de seguridad, pero fundamentalmente las formas en que se distribuye la riqueza. Desde esa perspectiva nos propusimos analizar imágenes, representaciones, marcos y formas de pensar en las clases medias, así como el lugar y la significación de los medios en sus marcos interpretativos, en sus definiciones, y cómo sus posturas político-ideológicas inciden en sus estilos de vida. Nuestro interés en analizar a las clases medias descarta la idea consagrada en los llamados estudios de comu-

nicación acerca de la noción de efectos de los medios, como si estos fueran un almacén externo a lo social que extiende sus garras hacia la sociedad. Por el contrario, nuestro objetivo es estudiar cómo los intermediarios culturales, en esta investigación, mediáticos, se articulan con los modos de ser de las clases medias contemporáneas, dado el vínculo que establecen con los medios en un contexto de licuación de otros espacios sociales. Nos preguntamos entonces acerca de las transformaciones socioculturales de las clases medias argentinas, tan evocadas como denostadas.

Las clases medias como actor significativo de la dinámica social e imaginaria de la sociedad argentina han cambiado como consecuencia de una estructura económica promovida por la recurrencia del sistema político a políticas e ideologías neoliberales. También debe tenerse en cuenta –para entender su dinámica cultural– la crisis político-cultural de las sociedades occidentales.

Cuando hablamos de crisis político-cultural aludimos al impacto en las representaciones sociales que se ha producido en las sociedades occidentales con posterioridad a la caída del Muro de Berlín y la desilusión frente a la posibilidad de un orden alternativo al capitalista. Este significativo acontecimiento pone fin y, al derrotero de numerosas acciones y luchas políticas del siglo XX y, sumado a las consecuencias de la crisis del Estado de Bienestar y la imposición de modelos económicos de corte neoliberal, configura el comienzo de un nuevo orden mundial y un nuevo *ethos* epocal. Desde el punto de vista de los imaginarios sociales fundantes de las acciones de los sujetos sociales, este nuevo escenario ha desterrado radicalmente la perspectiva del cambio social como horizonte imaginario de los actores sociales y como valor constitutivo no sólo de proyectos políticos, sino de parte del campo intelectual y/o el campo artístico en la producción discursiva. En su reemplazo, aparece una obsesiva reivindicación de la cultura y las llamadas identidades culturales como fundamento de movimientos sociales, que en algunos casos redundan en la emergencia de fundamentalismos de diversos signos. Estos horizontes comienzan a modificarse con el surgimiento de nuevos movimientos políticos y nuevas formas de crítica al sistema capitalista, como los movimientos llamados globalifóbicos y también movimientos sociales de diverso signo.

En nuestra preocupación por la forma que adoptan las relaciones sociales hoy, el mercado aparece como el regulador único del horizonte de la vida cotidiana, tanto en la acción como en la palabra. Si bien este proceso ya fue temprana y brillantemente analizado, entre otros, por Adorno y Horkheimer en su productivo ensayo sobre la industria cultural a la luz del emergente capitalismo de posguerra –como un fenómeno económico-cultural que pone en escena la colonización del ámbito subjetivo por parte de intereses privados, y en particular

de la esfera artística como último subterfugio de la imaginación–, es evidente que las formas del capitalismo de la posorganización¹ (Lash y Urry, 1998) producen sociedades cada vez más desiguales. Este término puede ser entendido a partir de las transformaciones del modo de producción capitalista fordista al llamado posfordista, en el cual las nuevas tecnologías de la comunicación producen sociedades cada vez más desiguales y duales y con mayores dificultades de construir nuevas alternativas político-culturales viables al orden hegemónico.

En este contexto occidental –y a la luz del escenario político-cultural y social latinoamericano– dirigimos nuestra mirada al papel que asumen los llamados nuevos intermediarios culturales. Con esta denominación, Bourdieu (1984) y luego Featherstone (2000) nombran a un conjunto de nuevas profesiones vinculadas con la producción simbólica del capitalismo tardío², en el marco de las transformaciones sociales mencionadas y del surgimiento de lo que diversos autores dan en llamar las nuevas clases medias. En este marco ubicamos a los periodistas de los nuevos conglomerados multimediáticos, cuya palabra poderosa muchas veces legitima la construcción de una hegemonía del orden capitalista actual; esta palabra fue sumamente escuchada durante el año 2001 y, en particular, durante el epicentro de la crisis de diciembre. Luego de situar a estos intermediarios culturales en el marco de las transformaciones de la industria cultural en la Argentina y las dimensiones de la globalización cultural, nos preguntamos: ¿de qué manera intervienen estos actores sociales desde la pantalla televisiva? ¿Qué matrices ideológicas representaban? ¿Dan cuenta de matrices ideológicas existentes o reflejan la emergencia de matrices que aluden a un orden social de nuevo tipo? ¿Qué proceso ideológico acompaña a la conformación de este nuevo orden social? ¿Estos intermediarios culturales son de izquierda o de derecha? ¿Qué quieren decir esas palabras hoy? Es evidente que el nuevo escenario social que se está conformando desde hace dos décadas ha influido en la constitución de un nuevo lenguaje, y partimos de la idea de que es encarnado por los nuevos intermediarios culturales, entre otros.

1 Este término puede ser entendido a partir de las transformaciones del modo de producción capitalista fordista al llamado posfordista, en el cual las nuevas tecnologías de la información ocupan un papel importante. Sobre el tema hay una vasta bibliografía, entre otros se puede consultar a Richard Sennet, David Harvey, etcétera.

2 Según Bourdieu, los intermediarios culturales se hallan dedicados a la provisión de bienes y servicios simbólicos como comercialización, publicidad, relaciones públicas, producción de radio y televisión, locución y animación, periodismo de revistas, periodismo de modas y profesiones asistenciales. También los denomina nuevos intelectuales. En cuanto al *habitus* que los define, los fascina la identidad, la presentación, la apariencia, el estilo de vida y la búsqueda sin término de nuevas experiencias (Featherstone, 2000: 87).

Las nuevas configuraciones –que se difunden y relatan la vida cotidiana de la Argentina actual– contrastan con otras instaladas durante décadas, hoy sólo evocadas por sujetos de más de 50 años que conocieron un país distinto, fundado en otros valores sociales, económicos, culturales y morales: las viejas y paradigmáticas clases medias argentinas. En efecto, históricamente, la sociedad argentina fue percibida como una sociedad relativamente integrada, sin graves problemas sociales, que a lo largo del siglo XX, en un contexto de reiteradas crisis por establecer un orden político viable, se caracterizó por la conformación de una extensa clase media y por la percepción desde distintos horizontes³, pero también por la efectiva concreción de una gran movilidad social, desconocida en el resto de América Latina.

La implementación de sucesivos planes de ajuste, sumada al impacto de la siniestra dictadura militar en todas las esferas sociales y subjetivas, sumada a la desilusión que provocaron los magros resultados del gobierno democrático de la transición –democracia que comenzó con demasiadas expectativas y logró pocas satisfacciones– y la experiencia de la hiperinflación hacia fines de los ochenta, fueron generando una sociedad distinta con respecto a la de décadas pasadas. Es así como con la consolidación democrática, y en particular con el gobierno de Menem, resulta posible, a partir de la fuerza inusitada que cobra la idea de estabilidad luego de largos años de inestabilidad y desorden, privatizar la seguridad social, los servicios públicos estatales o la superrentable empresa Aerolíneas Argentinas (que no implicaba problema económico ni administrativo alguno). La llamada reforma del Estado que se implementó en esos años, en realidad, constituyó el puntapié inicial de una serie de sucesivos ajustes y despidos del personal del Estado que, sumados a las consecuencias del modelo de la convertibilidad económica, generaron un nuevo fenómeno social en la Argentina: el desempleo, que abarca tanto a las clases bajas como a las clases medias. Sobre la magnitud de este fenómeno daremos cuenta en los primeros capítulos.

Ahora bien, este proceso de desmovilidad social para la mayoría de los sectores medios, de crecimiento de la exclusión social, de la desocupación y subocupación, así como de crecimiento del poder adquisitivo de quienes se beneficiaron con el modelo económico dominante –que se evidencia en la puesta en escena de un consumo distintivo y exclusivo– debe pensarse a la luz de los mecanismos actuales de conformación de un orden social hegemónico en el plano simbólico⁴. Por un lado, en los años noventa

3 Sugiero leer sobre el tema a Minujin y Kessler (1994) y Feijóo (2001).

4 Si bien existe, como estamos mostrando, un crecimiento material de la pobreza, compartimos con Bauman que cada orden social construye los fantasmas que lo amenazan (Bauman, 2000: 114).

se produjo una profunda reorganización del sistema de medios de comunicación⁵ a partir de la conformación de conglomerados multimediáticos (TV abierta, cable, radio, diarios, Internet, producción de espectáculos, coproductoras de cine).

Esta megatransformación empresarial permeó al conjunto de la sociedad argentina (a lo cual dedicamos un largo capítulo) ya que, según informes sobre consumo de medios, es de destacar el aumento de horas de consumo de televisión en los últimos años, así como una masiva aceptación de la TV por cable que hace de Argentina el cuarto país inscripto al cable en el mundo. Entonces, si la gente está más expuesta a los medios y los medios están cada vez más concentrados, resulta interesante saber de qué manera opera esta nueva dinámica económico-cultural en el imaginario de las clases medias urbanas.

Así, se construye un escenario cultural de fuerzas desiguales, de distinto poder y alcance. En un extremo de gran poder cultural se sitúan los medios de comunicación y los llamados nuevos intermediarios culturales, cuyas redes materiales y voces simbólicas tienen una fuerte penetración en una sociedad empobrecida. En el otro encontramos, sin poder cultural para construir una contrahegemonía, voces fragmentadas de grupos culturales o intelectuales (revistas culturales, universidad pública, ONG), hoy de escasa recepción. Y en el caso de los espacios intelectuales, como algunas fracciones del campo académico, se han configurado –lamentablemente– en una corporación en sí mismos, suponemos que por una lógica interior al campo, pero también como consecuencia del impacto de la crisis económica que ha afectado sensiblemente al sector educativo en general. Esta situación en particular se produjo, entre otras razones, por la reducción del apoyo estatal, la falta de financiamiento externo para investigaciones de corte conceptual, la intervención de organismos financieros en la delimitación de políticas universitarias, etc. De esta manera, las únicas voces que se escuchan a nivel masivo en el amplio espectro de la sociedad son las provenientes de la radio y la televisión. En consecuencia, en la Argentina privatizada la esfera pública está colonizada poderosamente por los medios de comunicación sostenidos por intereses privados, en detrimento de un discurso democrático y receptivo para distintas voces de la sociedad, ya sea para aquellas provenientes de una palabra política alternativa como para las de las organizaciones civiles representativas de los intereses sociales de los sectores subordinados.

5 Los procesos de privatización, concentración e internacionalización del sector de las comunicaciones, en particular de la TV, están íntimamente interrelacionados y se enmarcan en la reestructuración del capitalismo en la Argentina y en el mundo. Sobre este tema tan relevante aún son escasos los trabajos de investigación. Podemos citar el artículo “Al fin solos: el nuevo escenario de la comunicación en la Argentina” (Albornoz, 2000: 181-215).

Estas voces construyen visiones amenazantes, ya que dan cuenta de la ambivalencia interna de la sociedad con respecto a sus propios modos y medios. Compartimos con Bauman (2000: 114) que “una sociedad insegura de su supervivencia desarrolla la mentalidad de una fortaleza sitiada”.

A partir de presentar un problema de investigación en un vasto campo de preocupaciones de la sociología contemporánea, que se interroga acerca de cómo opera la ideología hoy y cómo se construye hegemonía en un espacio en el cual los medios de comunicación ocupan un lugar relevante (aunque, sostenemos, no el único, ya que esto supondría la licuación de la materialidad de lo social), el objetivo de este trabajo ha consistido en analizar la construcción imaginaria de lo social en el contexto de crisis social, política y representacional desde la palabra de los nuevos intermediarios culturales llamados periodistas y desde las prácticas sociales de las clases medias urbanas.

Ahora bien, a pesar de que durante los noventa han sido predominantes los discursos televisivos legitimadores de un orden social injusto y discriminatorio, que acompañan los sucesivos modelos económicos fundados en el ajuste desde 1975 y, específicamente a partir de 1992, profundizados con la convertibilidad económica, también es posible detectar –en particular con la crisis del modelo político menemista– otros discursos “distintos”, que si bien son críticos de las políticas que perpetúan el modelo y sus efectos sociales, no pueden ser incluidos dentro de estilos discursivos fundados en un horizonte de transformación social entendida en un sentido tradicional. Por el contrario, en estos discursos “distintos” se ponen en evidencia otras formas de racionalidad y distanciamiento del discurso dominante, fundadas en la ironía, el cinismo, la burla, características más próximas a cierta cultura juvenil así como a una ausencia de la política como práctica social articuladora de sentidos. Tomamos para el análisis a conductores de programas periodísticos de corte político y de actualidad, pero también hemos tenido en cuenta a conductores televisivos de programas de entretenimientos en general a quienes la “urgencia” de la situación vivida obligaba a tomar posturas en relación a lo “real”. En el primer caso hacemos referencia a Daniel Haddad, en el registro conservador y neoliberal al mismo tiempo; en otro registro “crítico”, a Daniel Tognetti y Rolando Graña, y a Jorge Lanata, aunque con diferencias. También incluimos análisis sobre programas periodísticos con nuevos formatos los cuales han tenido una relevancia, en el año 2002, en un contexto cultural de profundo escepticismo.

Siguiendo los objetivos generales expuestos más arriba, la metodología de investigación se constituye a partir de la combinación de distintas técnicas de recolección de datos. En líneas generales, la investigación realizada ha sido centralmente de corte cualitativo, ya que

se trata de determinar significaciones y ámbitos finitos de sentido, siguiendo a Schutz, de los actores involucrados en el análisis, intermediarios culturales y fracciones de las clases medias empobrecidas. En el abordaje de la cuestión de la hegemonía –lo cual incluye el plano ideológico– nos referimos a sistemas abstractos de pensamiento, a puestas en escena del cuerpo a través de los gestos, los tonos de voz, la vestimenta, la construcción de la escena mediática, la publicidad, etc., y a cómo ambos –palabra y acción– se encarnan en los sujetos sociales. Se busca comprender a los actores e interpretar el modo en que construyen sentido, cuáles son sus marcos de pensamiento y las conceptualizaciones que realizan. Para la construcción de los datos de la investigación se ha recurrido a distintas fuentes: medios de comunicación, radio, TV de aire y cable, prensa gráfica, informes periódicos sobre consumos de medios, informes sobre la situación social y económica argentina. Estos principios se han tenido en cuenta al observar los programas televisivos, para lo cual se adoptó una mirada fenomenológica, de observación natural de las imágenes y palabras tal cual aparecen. Para complementar el análisis del discurso de los intermediarios culturales, ha participado la Lic. Mónica Kircheimer, quien colaboró en el análisis de los programas, ateniéndose a los objetivos de la investigación y a cuestiones que surgieron a partir de cómo registraron la crisis social los medios de comunicación.

Con el propósito de conocer el vínculo de las clases medias con la política nacional a través de los medios de comunicación en el contexto de la crisis de diciembre de 2001, y a lo largo del primer semestre de 2002, realizamos en junio de ese año dos *focus groups* con la colaboración de Moiguer y Asociados. Posteriormente efectuamos una encuesta con cuestionario estructurado en la región de Buenos Aires y Gran Buenos Aires con una muestra no probabilística y no aleatoria de 100 casos (60 casos en el primero y 40 en el segundo), por cuotas iguales de hombres y mujeres. Nos ha interesado en particular realizar la encuesta a hombres y mujeres pertenecientes a los sectores medios y medios bajos de la población, teniendo en cuenta el nivel de ingresos, nivel educativo-cultural y lugar de residencia urbana. La realización de la encuesta ha constituido una herramienta más, ya que nuestro interés se centra en construir el mundo de significaciones que constituyen a las clases medias en la Argentina post-crisis.

La investigación que se presenta se relaciona con una preocupación constante en mis trabajos de investigación, que es la cuestión de la formación del universo de creencias en la vida cotidiana de los sujetos sociales, teniendo en cuenta el orden hegemónico y el *ethos* cultural epocal. Como señala Williams (1980), se trata de analizar la hegemonía cultural, la cual produce que un orden social aparezca vivido como natural por el conjunto de las personas que viven en él. Es decir, no

sólo como sistema de ideas sino también como conciencia práctica, como saber práctico incuestionable. Más específicamente trabajé sobre este problema en relación a los medios de comunicación en mi tesis de Maestría de FLACSO, “TV e imaginarios sociales: los programas juveniles”, que fue publicada en versión reducida en forma de artículo en un *reading* de Mario Margulis en 1996 (*La juventud es más que una palabra*). Luego la convertí en Seminario de Investigación para la carrera de Sociología por dos años consecutivos con el nombre “TV e imaginarios sociales en la Argentina” (1997-1998). Con este tema continuaba la investigación sobre una preocupación fundante de mis investigaciones previas en torno a cómo se había instalado culturalmente el menemismo en la Argentina y en ese contexto se había producido la desaparición de la idea de políticas culturales, con la desaparición de las políticas culturales públicas y en su reemplazo, en el marco de las privatizaciones de distintos servicios públicos –cabe recordar que en Europa se incluye a la televisión como servicio público– la privatización de los canales de televisión, que se constituyeron en el sostén hegemónico del discurso menemista, en consonancia con el impresionante desarrollo y penetración de la estructura de comunicación e información en general (TV cable, informatización, Internet, etc.) a lo largo de una década, según damos cuenta en el proyecto.

En el marco de la complejidad de los temas presentados en esta introducción, el libro se adentra en la siguiente secuencia temática. En la primera parte nos proponemos hacer una descripción de los escenarios sociales y políticos producidos por la continuidad del modelo económico consagrado en los años noventa entre 2001 y 2002. En primer lugar, vamos a sistematizar información de fuentes secundarias sobre las diferentes dimensiones de la crisis social. Asimismo, incorporamos información construida a través de datos propios de una encuesta, con el propósito de articular el nuevo escenario social, actores y características de las nuevas formas de acción colectiva. En esta primera parte también pretendemos hacer una descripción de la pérdida de legitimidad del sistema político y de la política en general, y presentamos una descripción de los acontecimientos del 19 y 20 de diciembre de 2001. La segunda parte de este libro está dedicada a describir el vínculo entre el proceso de concentración mediático que ocurre en la Argentina en los años noventa, en el marco de la globalización financiera y cultural, y la presencia creciente de nuevos intermediarios culturales en la pantalla televisiva y en la vida cotidiana de las personas. Para ello vamos a precisar el enfoque conceptual de esta investigación. Nos interesa fundamentar la importancia que para nuestro trabajo tiene el concepto de hegemonía. En ese marco desarrollamos el concepto de imaginarios sociales y de sentido común teniendo en cuenta la presencia de los medios masivos de comunicación y en particular de la TV, los cuales inciden en el modo en que los sujetos

se aproximan a la realidad. Resulta importante aclarar que la perspectiva que adopto en este libro se funda centralmente en la teoría sociológica. Luego presentamos un largo capítulo acerca de cómo la televisión, teniendo en cuenta el marco económico y cultural en el que se desarrolla, define una mirada/miradas hegemónicas de la crisis social y los actores de la crisis (clases medias, clases populares). Describimos a los intermediarios mediáticos más significativos del momento y, luego, analizamos los programas periodísticos desde mediados de diciembre hasta abril de 2002. Asimismo, ilustramos la relación medios y sociedad a partir de datos secundarios construidos sobre la base de la encuesta antes mencionada. Luego presentamos programas periodísticos que han comenzado a tener una importante audiencia a lo largo del año 2002 y que asumen otros modos culturales de representarse la realidad.

Seguidamente, nos aproximamos al público de los programas periodísticos, concentrándonos en el devenir de las clases medias, que han “mostrado” la crisis en el primer semestre del año, a partir de la conformación de dos *focus groups*. Trabajamos sobre la conformación del sentido común de la clase media empobrecida, en el contexto de una “nueva Argentina” desde una metodología de corte cualitativo. Para ello se realizaron dos grupos de indagación operativa, de carácter mixto, de 32 a 48 años, de NSE C2/C3. Para el desarrollo del trabajo grupal se utilizaron imágenes a modo de estímulo en relación con las dimensiones de nuestro interés, provenientes de los programas analizados previamente. Elegimos imágenes representativas de las siguientes cuestiones: pobreza, deterioro, violencia (saqueos, barricadas, movilizaciones estudiantiles y piqueteros –con signos partidarios–) e inseguridad, con el propósito de detectar en los enunciados de los actores la presencia de frases de los intermediarios culturales y su vinculación con enunciados característicos de las clases medias argentinas. Incluimos para la elaboración de este capítulo los resultados de la encuesta realizada con la contribución del CEDOP, a cargo del Dr. Raúl Jorrat. Por último, presentamos las conclusiones de la investigación.

Esta investigación pretendió dar alguna luz sobre lo insoportable de atravesar un momento sumamente difícil para la sociedad argentina para quienes vivimos en ella. Era algo así como investigar cómo este país iba cayendo, se hacía más y más decadente. El momento no podría haber sido peor, al menos para mí, pero sobre todo para los más débiles. El hambre, la violencia, el sinsentido, la desesperación, la dificultad de visualizar en el corto plazo alguna salida digna colocaron a la sociedad argentina en una situación de catástrofe social y subjetiva. Reflexionar sobre representaciones colectivas en el contexto mencionado no podía resultar algo tan complicado. Tratamos de aprovechar este involucramiento y de incluirlo en los análisis del objeto sociedad argentina, como también en el análisis de la televisión que me acompañó y nos

acompañó más que nunca a los argentinos. No puedo dejar de recordar el hecho que marcó con fuego la realización del primer *focus group*: el asesinato de dos militantes piqueteros en el Puente Pueyrredón, que separa la Capital del Gran Buenos Aires por el límite sur, el 26 de junio de 2002. Ese día, y en el marco de movilizaciones y protestas sociales, un grupo de clase media empobrecida sacó a la luz su desesperanza y su irracionalidad, sus anhelos, su incertidumbre y sus fobias en un contexto social que se volvía incomprensible en el marco interpretativo en el cual sus vidas se habían socializado.

Si bien se trató de una beca individual, he contado con distintas colaboraciones en las sucesivas etapas de la investigación.

Como asistente de investigación, debo agradecer a la Lic. Viviana Molinari por su dedicación e interés y sus agudas observaciones, así como también por la sintonía con la que pudimos trabajar en un momento trágico de la sociedad argentina, como fue diciembre de 2001 y enero de 2002, en medio de cacerolazos, saqueos, muerte y represión policial que siempre vuelve y nos atormenta.

La Lic. Marita Soto y el Lic. Fabián Czaska de Moiguer y Asociados me han ayudado profundamente en la investigación de campo cualitativa, a la vez que me brindaron interesantes perspectivas de análisis a partir de su experiencia en sus permanentes investigaciones y su destacado profesionalismo, para abordar las intrincadas cuestiones vinculadas a representaciones sociales en cambio, en crisis, así como aquellas que están surgiendo en una sociedad en constante movimiento.

El Centro de Estudios de Opinión Pública (CEDOP), cuya sede es el Instituto Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, dirigido por el Dr. Raúl Jorrot y su equipo ha coordinado el trabajo de campo cuantitativo con mucha dedicación, compromiso y humildad.

En la última fase de la investigación han colaborado inteligentemente en la búsqueda de información y en la elaboración de cuadros, como pasantes alumnos de la carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA, Emiliano Álvarez en la organización del material gráfico (diarios y revistas) y María Elisa Ruibal. No puedo dejar de mencionar a Alejandra Dandan, periodista de *Página/12*, quien nos ha facilitado material de la redacción para el seguimiento del rating de los programas televisivos, que no es de fácil acceso. Tampoco puedo olvidarme de Alejandro Sicorsky, quien creyó en mí y logró, con sus inteligentes observaciones, que esta beca e investigación se hagan realidad.

Por último, mi agradecimiento a la Lic. Bettina Levy, coordinadora del Programa de Becas de CLACSO, por su paciencia y amable atención, y a Atilio Boron, Secretario Ejecutivo de CLACSO, por sus palabras de aliento.

Como siempre, a mis hijos Valentina y Marco, quienes tuvieron que soportar más de un año de ansiedades y tensiones.

